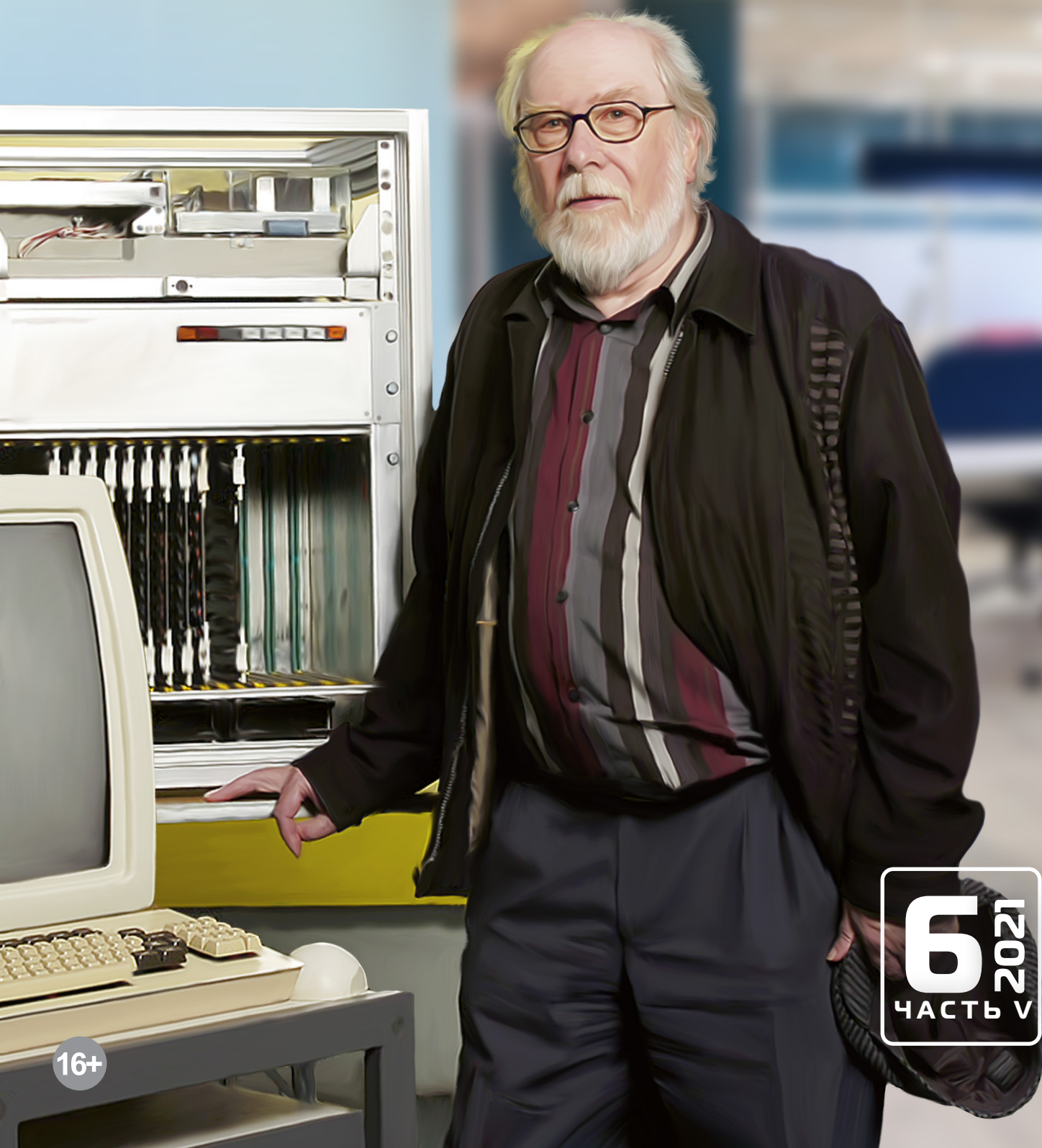


ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



6 2021
ЧАСТЬ V

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 6 (348) / 2021

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
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
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)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова 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 *Никлаус Вирт* (родился в 1934 году), швейцарский ученый, специалист в области информатики.

Родился Никлаус в Винтерхуре (Швейцария). В молодости у него была собственная мастерская-лаборатория, в которой он строил модели самолетов и проводил химические опыты. В Швейцарской высшей технической школе он получил образование по специальности «инженер-электрик». Никлаус продолжил свое обучение в университете Лавала (Квебек, Канада), где получил степень магистра. Затем был приглашен в Калифорнийский университет в Беркли (США), где под руководством профессора Хаски защитил диссертацию, темой которой стал язык программирования Euler — расширение Алгола средствами языка Лисп. Эта работа в буквальном смысле дала ему путевку в жизнь: Вирта заметили мэтры программирования и пригласили в Комитет IFIP по стандартизации Алгола, впоследствии ставшего Алголом-68.

Вирт разработал или участвовал в разработке языков программирования: Euler, Algol-W, PL/360, Pascal, Modula-2, Oberon, Oberon-2, Component Pascal. Наиболее известная его разработка, безусловно, — язык программирования Паскаль, оказавший огромное влияние на несколько поколений программистов и ставший базой для создания большого числа языков программирования. Еще одна фундаментальная работа, участником которой стал Вирт, — разработка технологии структурного программирования, ставшая, безусловно, самой сильной формализацией как минимум 1970-х — 1980-х годов. Эта технология разработана, обоснована и внедрена в жизнь всего тремя выдающимися людьми — Виртом, Дейкстрой и Хоаром.

Было не раз отмечено, что идеи Вирта зачастую опережали развитие компьютерной индустрии на годы, иногда — на десятилетия. Разработанная в начале 1970-х система Pascal-P, предполагающая компиляцию программ на Паскале в универсальный пи-код и реализацию на любой платформе интерпретатора пи-кода (одна из известных ее реализаций — UCSD-Pascal Университета Сан-Диего), которая позволяла с минимальными затратами переносить паскаль-системы на новые аппаратные платформы, более чем на два десятилетия опередила идеи интерпретатора промежуточного кода, реализованные в си-

стемах, поддерживающих исполнение программ на языке Java и в платформе.NET. Идея совмещения системы программирования со сборщиком мусора, освобождающим программиста от необходимости отслеживать время жизни объектов, динамически размещенных в памяти, была реализована в языке и операционной системе Оберон. Обе эти идеи были использованы разработчиками Java и.NET во второй половине 1990-х годов.

В начале своей карьеры Вирт работал доцентом в Стэнфордском университете и в этом же звании вернулся в университет Цюриха. Он получил в ЕТН звание профессора компьютерных наук и начал возводить на родине «швейцарский Стэнфорд». Далее он продолжал строить свою школу, уделяя немало времени организационной деятельности. Вирт возглавлял в ЕТН факультет компьютерных наук, а также руководил Институтом компьютерных систем при ЕТН. На пенсию профессор Вирт ушел в 1999 году по достижении 65-летнего возраста.

Вирт женат на Нани Такер, и у них трое детей. Он приятный в общении и добродушный человек, который выглядит моложе своих лет. Все свободное от работы время он проводит с семьей, часто совершая пешие походы по холмистым возвышенностям северной Швейцарии.

За большой вклад в информатику доктор Никлаус Вирт получил многочисленные награды и почести. Американский Совет магистров присвоил ему звание член-корреспондента; компьютерное общество Института инженеров по электронике и радиотехнике — звание компьютерного пионера. Он получил приз IBM европейской науки и техники; стал членом Швейцарской академии инженерии и иностранным партнером Американской академии инженерии, а также получил орден *Pur le merite* и премию Тьюринга. Вирт получил почетные докторские степени от многих университетов: Университета Лавала, Университета Квебека (Канада), Калифорнийского университета, Университета Беркли (США), Университета Йорка (Англия), Университета Лине Иоганна Кеплера (Австрия), Новосибирского государственного университета (Россия), Открытого университета Англии, Университета Претории (Южная Африка).

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Астапова А. А.**
Методы и приемы анализа отчета о движении денежных средств 319
- Баранова Л. А.**
Теоретические и методологические основы управления логистическими рисками фирмы ..321
- Бузина Ю. О.**
Принятие управленческих решений на основе вариативности финансовых результатов компании 323
- Бычков Д. А.**
Тенденции и перспективы развития мировой банковской сферы..... 324
- Гилязов Д. Н.**
Совершенствование организации складского хозяйства компании ПЭК на основе внедрения информационной системы Inform 328
- Гончарова В. В.**
Проблемы развития технопарков в России..... 329
- Гришин А. В.**
Стратегические тренды и технологии управления цепями поставок в условиях индустрии 4.0331
- Гущин М. В., Киреев О. А., Степанова Д. М.**
Программное обеспечение социально-психологической оценки сотрудников подразделения (на базе модульного социотеста А. Я. Анцупова) 333
- Доротов П. А.**
Стратегия развития клинингового бизнеса в условиях пандемии и карантина 338
- Инчина Е. А.**
Анализ качества услуг аэровокзалов, предоставляемых авиапассажирам и посетителям..... 340
- Карелина Н. Р.**
Антикоррупционная правовая политика: проблемы формирования в современной России 342
- Комольцева А. П., Головнина Е. В.**
Самозанятость в России и за рубежом: истоки развития, значимость и перспектива 343
- Кропачева Д. С.**
Совершенствование внутрипроизводственной логистики фирмы на основе концепции бережливого производства 345
- Макашин А. Е.**
Тенденции развития сервисных услуг сферы бизнес-авиации на современном российском рынке авиаперевозок347
- Мосева Д. Н.**
Зарубежный опыт государственной поддержки малого и среднего предпринимательства 348
- Никитин К. М.**
Анализ обеспечения безопасности цепей поставок со стороны государства, государственных и частных компаний 350
- Nurmashova M. O.**
Information systems for the implementation of innovative projects in the business incubation of Kazakhstan 352
- Олейник К. В.**
Сущность анализа финансовой устойчивости компании 356
- Свиридов А. А.**
Исторический аспект энергетической политики стран Ближнего Востока 358
- Свиридов А. А.**
Энергетическая политика стран Ближнего Востока на современном этапе..... 360
- Свиридов А. А.**
Сущность глобальной нестабильности: предпосылки, причины и последствия..... 362
- Свиридов А. А.**
Перспективы глобального энергетического рынка: поиски альтернативных видов энергии..... 365
- Свиридов А. А.**
Позиционирование Саудовской Аравии на глобальном нефтяном рынке..... 368

Стаценко Л. В. Закупочная деятельность на предприятиях оптовой торговли: проблемы и перспективы 371	Яковлева Т. Р. Внедрение CRM-систем в управленческие процессы салона красоты 386	
Тихановская Л. Б., Барышников А. И. Модель проектного управления для решения региональных проблем обеспечения пожарной безопасности 374	Яковлева Т. Р. Применение «1С: Предприятие 8. Салон красоты» в управлении персоналом в салонах красоты 388	
Тончева М. В. Влияние внешних факторов на развитие рынка логистических услуг в России 378	МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR	
Трапезникова Е. С. Проектная деятельность учреждений социально-культурной сферы 379	Крячкова М. Е. Основные методы продвижения компании на платформе маркетплейса 390	
Усманова Е. А. Анализ проблем развития транспортных компаний в современных условиях 382	Махольд К. А. Тенденции развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий: международный опыт 392	
Читчян Л. Х. Влияние COVID-19 на финансовую устойчивость международных банков 384	Нечаева А. В., Макушева О. Н. Модель потребительского поведения 394	
	Смирнова Д. А., Макушева О. Н. Отдел рекламы как одна из структур компании 396	

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Методы и приемы анализа отчета о движении денежных средств

Астапова Анастасия Анатольевна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Отчет о движении денежных средств дает внешним и внутренним пользователям информацию о финансовом положении компании. Благодаря информации, содержащейся в данной отчетности, можно проанализировать в каком виде деятельности самые большие расходы и насколько их использование оправдано. Для проведения анализа используют различные методы и приемы. К ним можно отнести [2, с. 205]:

- вертикальный анализ
- горизонтальный анализ
- факторный анализ
- коэффициентный анализ.

Итак, рассмотрим первый вид анализа — вертикальный. Он подразумевает под собой анализ структуры. Структура отчета о движении денежных средств выглядит в разрезе операций от 3-х видов деятельности. В ходе проведения вертикального анализа отчета о движении денежных средств можно сделать следующие выводы:

1. Текущая деятельность компании — деятельность, в результате которой организация получает основную часть прибыли. Поэтому разница между притоками и оттоками компании должны быть положительна. Если же ситуация обратная — и чистый денежный поток имеет отрицательный показатель, то на практике компания расходует денежных средств больше, чем получает, что в долгосрочной перспективе приведет к банкротству компании.

2. В отличие от текущей деятельности — инвестиционная чаще всего имеет отрицательный показатель чистого денежного потока. Для компаний, имеющих устойчивое финансовое положение, этот показатель является нормой, так как он связан с приобретением и модернизацией основных средств. Безусловно, данные приобретения связаны с большими расходами. Поэтому можно сказать, что наоборот положительный результат чистого денежного потока вызовет дополнительные вопросы. В первую очередь, следует отметить, что данный показатель также формируется в результате продажи внеоборотных активов. И если, в связи с этим связан положительный результат чистого денежного потока от инвестиционной деятельности, то можно сделать вывод, что компания находится на грани банкротства.

3. Стоит обратить внимание на один из составляющих оттока отчета о движении денежных средств от инвести-

ционной деятельности — приобретение долговых ценных бумаг и предоставление займов. Важность данного показателя заключается в том, что есть возможность вывода денег данным способом. Чтобы удостовериться в том, что компания не выводит денежные средства, необходимо соотнести сумму данного оттока с процентами к получению, в результате которой мы найдем ставку, по которой компания дает займы. Если данная ставка будет соответствовать рыночной, то никаких черных переводов нет. Были ситуации, в которых компании не имели денежных средств для того, чтобы выдать зарплаты сотрудникам и расплатиться по своим счетам, но в тоже время у них был свободный денежный поток для предоставления займов компаниям по ставкам ниже рыночных. Для того, чтобы выявить данную ситуацию составители отчетности несколько дополнительных показателей в отчетности.

4. Потоки денежных средств от финансовой деятельности также имеют ряд специфических черт. Данные потоки оказывают влияние на структуру капитала, а именно отражают процессы, происходящие в пассиве баланса. Поэтому положительный показатель финансовой деятельности не всегда является радостным событием для менеджеров компании. Чтобы это выяснить, необходимо посмотреть, какие факторы повлияли на данный показатель. Если положительный результат связан преимущественно с привлеченными кредитами, то в ближайшем будущем их предстоит возвращать. К тому же выплаченные проценты в будущем снизят чистый денежный поток, полученный от текущей деятельности. Если же положительный результат получен в результате продажи акций и доли участия, то возвращать данные денежные средства в ближайшее время не потребуются. Более того, данный факт свидетельствует о устойчивом финансовом положении компании, так как компании готовы инвестировать в текущую компанию и стать не собственником.

Следующим рассматриваемым нами методом анализа отчета о движении денежных средств является горизонтальный анализ. Данный вид анализа дает возможность понять, какие изменения в объеме денежных средств компании произошли. При проведении анализа отчета о движении денежных средств данным методом идеальная картина выглядит следующим образом:

- притоки денежных средств выше оттоков
- общий чистый денежный поток имеет положительное значение
- в каждом последующем периоде величина чистого денежного потока имеет тенденцию роста.

Следующим шагом данного метода является расчёт абсолютных и относительных отклонений. Но данный вид расчётов можно использовать только в том случае, если их показатели имеют одинаковые значения (положительные или отрицательные). То есть, если в предыдущем периоде показатель имел отрицательное значение, а в текущем — положительное, то результат для анализа не будет точным. Более того, при применении данного метода анализа используется «золотое правило», суть которого заключается в соотношении базовых показателей. Оно выглядит следующим образом:

$100\% < \text{Темп роста среднегодовой величины активов} < \text{Темп роста выручки или совокупных доходов} < \text{Темп роста чистого денежного потока}$

Данное правило будет выполняться при условии превышения притока денежных средств над оттоками, что в свою очередь будет являться результатом работы с клиентами по их предоплате. То есть денежные средства поступают на расчетный счет компании от его еще нереализованного товара (услуги). В результате можно заметить, что для выполнения вышеуказанного неравенства необходимо построить выгодную систему расчетов.

Следующим методом анализа для нашего рассмотрения является факторный анализ. Данный метод анализа заключается в определении факторов, влияющих на показатель финансовой устойчивости компании. Именно благодаря нему можно выявить положительное или отрицательное влияние имеет тот или иной показатель. Поэтому менеджеры компании при выявлении отрицательно влияющих факторов делают все возможное, чтобы полностью их устранить или сократить [1, с. 94].

Более того, полученный при факторном анализе результат полностью зависит от выбранного метода анализа денежных средств: прямого или косвенного. При использовании прямого метода происходит оценка составляющих притока и оттока, а также выявление сальдо этого увеличения или уменьшения. В данный метод из вертикального анализа берутся показатели чистого денежного потока

от видов деятельности компании, а их горизонтального — темпы их роста и снижения [1, с. 93].

Аналогично происходит и формирование факторного анализа для инвестиционных и финансовых операций.

Целью косвенного метода является выявление причин формирования чистого денежного потока при полученном финансовом результате компании. К отличиям косвенного метода от прямого можно отнести следующее:

— Текущие операции оцениваются только косвенным методом. А к инвестиционным и финансовым операциям применяется прямой метод анализа отчета о движении денежных средств.

— Базой, где содержится информация, необходимая для форматирования отчета о движении денежных средств косвенным методом является бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах. Более того, для получения более полной информации стоит учесть и учетные регистры, содержащиеся в 1С.

— Формулу косвенного метода можно получить, исходя из бухгалтерского баланса.

Если осуществлять анализ только текущей деятельности косвенным методом, то необходимо исключить финансовый результат от прибыли (убытка) от финансовой и инвестиционной деятельности. Для этого необходимо провести тщательное изучение и анализ счета 91 на предмет исключения доходов и расходов от продажи основных средств, корректировки стоимости рыночных ценных бумаг, от процентов по предоставленным займам и другим. Но при осуществлении данного анализа затрачивается слишком много времени, в результате которого необходимость данных расчетов снижается [2, с. 202].

И последним методом анализа отчета о движении денежных средств является коэффициентный анализ. Благодаря данному анализу можно оценить эффективность чистого денежного потока компании как в общем, так и в разрезе от отдельных составляющих.

На основе проведенного рассмотрения методов и приемов анализа отчета о движении денежных средств можно сделать вывод, что использование разных методов анализа дает возможность в полной мере оценить влияние каждого фактора на финансовый результат компании, а также способствует выработке направления для ее развития и обеспечения устойчивого финансового положения на рынке.

Литература:

1. Марьянова С. А., Кушнир Е. О., Московченко А. А. порядок составления отчета о движении денежных средств предприятия // Современная наука. 2018 год. № 7. С. 91–94.
2. Оксанич Е. А., Тесленко А. А., Котова О. О. Учет денежных потоков и средств, ограниченных в использовании, в соответствии с МСФО // Вестник Академии знаний. 2019 год. № 3 (32). С. 202–205.

Теоретические и методологические основы управления логистическими рисками фирмы

Баранова Людмила Андреевна, студент магистратуры

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье рассматриваются существующие методы и подходы к управлению логистическими рисками фирмы. Сделан вывод о необходимости их использования для эффективной деятельности организации.

Ключевые слова: риск, логистические риски, управление рисками.

Большинство операций и видов деятельности, связанных с бизнесом, подвержены определенным типам рисков. В этой области проводились многочисленные исследования. Первые научные статьи по управлению рисками в бизнесе относятся к 1950-м годам. Концепцию управления рисками можно найти во многих предметах, касающихся бизнеса. Рамки управления рисками обсуждаются и применяются в различных областях, таких как стратегическое управление [8], финансы [9], законодательство [10] и т. д. Несмотря на это, существует нехватка академических исследований по управлению рисками в управлении цепочкой поставок и общей логистике.

Согласно определению, данному авторами Т. Г. Гурнович, Е. А. Остапенко, С. А. Молчаненко — «обязательный атрибут бизнеса, для стимулирования развития которого необходимо внедрять в практику технические и технологические инновации и распространять их, принимая смелые, неординарные решения, что в еще большей степени снижает определенность» [5, С. 7]. Конечный результат этих действий может иметь положительный или отрицательный оттенок. Это указывает на определенную неопределенность.

Еще одно определение риска — это возможность неудачи и, в частности, возможность событий, независимых от действующего субъекта, которые он не может точно предсказать и не может полностью предотвратить. Поэтому о риске можно говорить, когда последствия неопределенны. [3] Определение рисков также можно найти в некоторых стандартах серии ИСО, которые представляют их как влияние неопределенности на цели, при этом ненадежность приводит к отклонению от ожиданий — как положительных, так и отрицательных [1].

Таким образом, как отмечают специалисты [2; 4; 7], логистические риски — это деятельность, направленная на преодоление неопределенности при выполнении операций транспортировки, складирования, грузопереработки и управления запасами, а также риски администрирования всех уровней, в том числе риски управленческого характера, возникающие при выполнении логистических функций и операций в цепях поставок.

Обобщенную классификацию логистических рисков можно представить таким образом: коммерческий риск — срывы поставок, неготовность груза в срок, нарушение сроков, невыполнение финансовых обязательств контрагентов цепи поставок (логистической системе); риск утраты имущества из-за стихийных бедствий, неблагоприятных условий транспортировки; риск утраты имущества по при-

чине забастовок, массовых волнений, военных действий; риски, обусловленные нарушениями техники безопасности и пожарной безопасности; риски хищений (в частности, при складских операциях и операциях транспортировки); риски экологические (происшествие с товаром либо несоответствие его свойств упаковке, которое может нанести ущерб окружающей среде); технический риск — отказ и поломка транспортных средств и, как следствие, возможные задержки доставки груза и повышение вероятности иных рисков; риски, причиной которых является низкая квалификация контрагентов в логистической системе — халатность, утрата документов, их задержка и т. п.; риск гражданской ответственности от нанесения ущерба третьим лицам.

Наиболее критические группы логистических рисков включают:

- риски планирования — ошибки в прогнозе потребления, планах снабжения, несвоевременное информирование ответственных лиц о возникновении серьезных изменений в спросе, проблемы межфункциональной координации, длинные циклы снабжения, препятствующие своевременной корректировке планов закупок;
- риски транспортировки — задержка материальных ресурсов и готовой продукции при транспортировке (в транзите);
- риски хранения — истечение срока годности хранимых материальных ресурсов, выявление повреждения, утраты материальных ресурсов на складах, отсутствие материальных ресурсов по факту (при наличии его в отчетных документах) на момент инициации спроса (запроса со стороны внутреннего потребителя);
- риски взаимодействия с поставщиками — отсутствие или нехватка материальных ресурсов у поставщика, нарушение дат отгрузки, поставка некачественной, некомплектной или несоответствующей по характеристикам продукции.

Чтобы правильно управлять рисками, необходимо знать методы, которые служат этому. Их реализация позволяет достичь ряда преимуществ, в том числе увеличение вероятности достижения поставленных целей, модернизация всех доступных механизмов контроля или определение реальных затрат на инвестиционные проекты. При этом, как отмечают специалисты [4; 6; 7], следует помнить, что риски не устраняются полностью. Их можно только уменьшить или ограничить, в основном путем введения профилакти-

ческих мер. Несмотря на невозможность полностью снизить риски, предприятие, которое осознает вероятность их возникновения, быстрее реагирует на эти непредвиденные события и, следовательно, меньше затрачивает трудовых и финансовых ресурсов для устранения последствий, возникших в результате рискованных ситуаций.

Эффективное управление рисками возможно только в результате использования современных инструментов, которые применяются для его оценки. Важнейшим этапом является выбор методик и мер для управления рисками. Выделим основные методы управления риском.

1. Метод уклонения от рисков — заключается в отказе от совершения рискованного мероприятия. Но для финансового предпринимательства упреждение риска обычно упреждает и прибыль.

2. Метод локализации рисков используются в редких случаях, когда удается довольно четко идентифицировать риски и источники их возникновения. Выделив экономически наиболее опасные этапы или участки деятельности в обособленные структурные подразделения, можно сделать их более контролируемыми и снизить уровень риска.

3. Метод диверсификации рисков заключается в распределении общего риска между участниками проекта.

4. Методы компенсации рисков связаны с созданием механизмов предупреждения опасности. Методы компенсации рисков более трудоемки и требуют обширной предварительной аналитической работы для их эффективного применения.

5. Метод страхования рисков состоит в передаче риска (ответственности за результаты негативных последствий), в распределении ущерба между участниками страхования.

Действенность предотвращения рисков, а также их контроля очевидна. Однако существуют риски, которые нельзя предотвратить. Это такие случаи, когда риски находятся вне пределов компетенции и влияния участников деятельности. Также существуют и такие риски, для которых внедренные мероприятия могут оказаться нецелесообразными и экономически невыгодными.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что управление логистическими рисками на предприятии является распространенным явлением. Это создает для организации ряд возможностей, которые влияют на ее функционирование. Преимущества системы управления рисками не ограничиваются только экономией затрат, но также могут способствовать повышению качества предоставляемых услуг или более эффективной работе самой компании.

Литература:

1. ГОСТ Р ИСО 31000–2019 Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент риска. Принципы и руководство. Дата введения 2020–03–01.
2. Байгельдин, Р. Р., Калина, М. В., Охотников, И. В. Анализ структуры и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг в национальной экономике России // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).
3. Ветошкин А. Г. Обеспечение надежности и безопасности в техносфере: учебное пособие. СПб: Лань, 2020.
4. Гужин А. А., Ежкова В. Г. Риск-менеджмент и методы управления рисками // Инновации и инвестиции. — 2017. — № 2.
5. Гурнович Т. Г., Остапенко Е. А., Молчаненко С. А. Оценка и анализ рисков: учебник. М.: КНОРУС, 2019.
6. Кузнецова, А. А. Подходы к управлению логистическими рисками в снабжении и сбыте // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. — Москва: Буки-Веди, 2016. — С. 167–170.
7. Охотников И. В., Платоненко Е. И., Сибирко И. В. Комплексная безопасность цепей поставок: учебное пособие. — Саратов: ИНИРПК, 2020. — 103 с.
8. Охотников, И. В., Сибирко, И. И. Теоретические и методологические основы стратегического управления и планирования в условиях турбулентности // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 1.
9. Платоненко, Е. И., Охотников, И. В., Брингель, П. В. Налоговая нагрузка и её влияние на финансовое состояние предприятия // Бухгалтерский учет и анализ. — 2020. — № 11. — С. 3–8.
10. Stepanyan, Tamara M., Okhotnikov, Ilya V., Spektor, Asiya A., Yashkova, Natalya V., Tumanov, Eldar V. (2019) Institutional and Legal Problems of Economic Safety // Journal of Advanced Research in Law and Economics. — Vol 10. — No 5 (43). — 2019. — P. 1561–1569.

Принятие управленческих решений на основе вариативности финансовых результатов компании

Бузина Юлия Олеговна, студент магистратуры

Тольяттинский государственный университет

В статье рассматривается понятие финансового результата, а также различных видов прибылей. Выявлены выводы о результативности деятельности хозяйствующего субъекта на основе определенного вида прибыли и в их совокупности. Выяснена вариативность финансовых результатов при принятии управленческих решений.

Ключевые слова: финансовый результат, вариативность видов прибыли, минимальная прибыль, нормальная прибыль, бухгалтерская прибыль, принятие управленческих решений.

Оценка финансовых результатов деятельности хозяйствующего субъекта в рыночной экономике является одной из важнейших частей информационного обеспечения для принятия управленческих решений. Признание рынком эффективности деятельности предприятия, а также получение результата от реализации его продукции и услуг выражается именно в получении положительного финансового результата. При оценке финансовых результатов деятельности компании основными показателями выступают прибыль и рентабельность, с помощью которых можно получить информацию о финансовом состоянии компании, своевременно обнаружить отрицательные тенденции ее развития, получить резервы для увеличения эффективности производства и разработать мероприятия по улучшению финансового состояния хозяйствующего субъекта.

Ведущие ученые в области экономики особое внимание уделяют тем вопросам, которые касаются финансовых результатов и использования прибыли предприятия, однако каждый из них рассматривает их с разной степенью детализации.

Г. В. Савицкая полагает, что финансовые результаты деятельности компании складываются из суммы собственного капитала, который в свою очередь состоит из прибылей от основной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия. При этом прибыль выступает составной частью добавленной стоимости после реализации продукции или услуг, а также результатом за вложенный акционерами капитал и риск от предпринимательской деятельности [5, с. 250].

О. В. Ефимова утверждает, что в качестве финансового результата выступает прибыль или убыток компании, а также о том, что действительно конечный результат и есть итог хозяйственной деятельности, под которым понимается прирост чистых активов [3, с. 215].

В свою очередь И. А. Бланк отмечает, что при оценке финансовых результатов компании необходимо особое внимание уделять балансовой прибыли, которая в свою очередь состоит из суммы прибылей от реализации имущества и продукции, а также прибыли от прочих операций [2, с. 124].

Обобщив определения финансового результата хозяйствующего субъекта, предложенные такими ведущими экономистами в области финансов, как Г. В. Савицкой,

О. В. Ефимовой, И. А. Бланком, финансовый результат есть обобщенный показатель, который касается анализа и оценки итогов деятельности организации на различных этапах её формирования, выраженный в оценке различных видов прибылей и ее вариативности.

Существует огромное количество неоднозначных определений прибыли, предложенные различными экономистами. Среди них выделяют такие виды прибыли как итог от вложенного капитала, как конечный результат хозяйствующей деятельности, а также прибыль как объект управления. Рассмотрим виды прибыли по такому классификационному признаку как результат от вложенного капитала и выясним, как данный показатель влияет на принятие управленческих решений [1, с. 21].

Под минимальной прибылью понимается доход, обеспечивающий компании минимальный объем рентабельности на вложенный капитал после оплаты налогов, который обязан быть выше средней ставки банковского депозита за определенный временной промежуток.

Нормальная прибыль характеризуется как часть экономической прибыли, относящаяся к внутренним издержкам предприятия. Экономическая прибыль в свою очередь меньше бухгалтерской прибыли на размер внутренних издержек.

Как правило, при ведении хозяйственной деятельности предприятия величина бухгалтерской прибыли больше экономической на размер нормальной прибыли, которая обеспечивает минимальную величину выплаты для поддержания положительного результата компании. При условии того, что нормальная прибыль больше величины минимальной и ниже фактической полученной прибыли, можно сделать вывод о том, что у хозяйствующего субъекта есть все шансы осуществлять свою деятельность успешно и выйти на положительный финансовый результат.

Заметим, что для различных хозяйствующих субъектов соотношение нормальной, бухгалтерской, а также экономической прибыли может и отличаться. Если бухгалтерская прибыль соответствует прибыли нормальной, то при данном условии экономическая прибыль будет нулевой, отсюда следует, что компания имеет возможность покрывать свои затраты, не неся убытков. Также можно сделать заключение об успешном функционировании компании, если величина ее экономической прибыли ниже величины бухгалтерской, если же ситуация обратная и бухгалтерская

прибыль ниже экономической, руководящему звену организации следует вложить денежные средства в альтернативные варианты ведения бизнеса для дальнейшего успешного его функционирования.

Но не следует судить об эффективности ведения бизнеса только по бухгалтерской прибыли. Она является одним из показателей, которых нельзя оценивать в сравнении с иными видами бизнеса, так как ее положительная величина указывает лишь на то, что компания не разоряется, но и не имеет большой выгоды.

На более точную информацию об оценке финансовых результатов деятельности предприятия в сравнении с другими, может указать нормальная прибыль. Положительная величина данного вида прибыли свидетельствует о том,

что функционирование деятельности конкретного предприятия не хуже, чем в экономике страны в среднем [4, с. 15].

Об успешности функционирования нескольких видов бизнеса можно сказать по экономической прибыли, так как ее положительная величина указывает на то, что один хозяйствующий субъект ведет свою финансовую деятельность эффективнее другого.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что о результативности финансовых результатов не следует судить по одному показателю, необходимо рассматривать величины различных видов прибыли в динамике, следить за их соотношением, для того чтобы принять грамотное эффективное управленческое решение.

Литература:

1. Адаменко А. А. Оценка результатов коммерческой деятельности экономического субъекта / А. А. Адаменко, Д. В. Петров, О. В. Борода. — Текст: непосредственный // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — № 5. — С. 21–26.
2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. — 11-е изд. — М.: Машиностроение, 2019. — 124 с.
3. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений / О. В. Ефимова. — 11-е изд. — М.: Омега-Л, 2020. — 215 с.
4. Морякова, А. В. Система результативных финансовых показателей деятельности организаций и их оценка / А. В. Морякова. — Текст: непосредственный // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 4–1. — С. 15–19.
5. Савицкая Г. В. Экономический анализ / Г. В. Савицкая. — 15-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 250 с.

Тенденции и перспективы развития мировой банковской сферы

Бычков Дмитрий Александрович, главный инженер

ПАО Сбербанк России (г. Москва)

В настоящей статье рассматриваются тенденции и перспективы развития банковской сферы в России и мире. Определяются основные тенденции развития банковской сферы в России: повышение уровня монополизации банковской системы; расширение сфер деятельности крупных банков; рост степени огосударствления банковской системы; уменьшение привлекательности банковского дела как вида бизнеса. Делается вывод о том, что в ближайшие несколько лет в финансовой сфере будут проходить процессы слияния, поглощения и централизации. Это приведет к тому, что на рынке удержатся только самые крупные и сильные банки. Сохранится тренд на консолидацию банков, образующих банковские группы. Также продолжится тенденция огосударствления банковского сектора за счет отзыва лицензий у частных банков. Итог, банковская система будет цифровой, централизована и будет заниматься государственным управлением.

Ключевые слова: банковская сфера, слияние, поглощение, централизация, цифровые деньги.

На сегодняшний день можно выделить следующие основные тенденции развития банковской сферы в России:

- повышение уровня монополизации банковской системы;
 - расширение сфер деятельности крупных банков;
 - рост степени огосударствления банковской системы;
 - уменьшение привлекательности банковского дела как вида бизнеса.
1. Слияние и поглощение банков.

Современная мировая экономика постоянно развивается, вследствие чего многие банки сталкиваются с необходимостью что-то менять в своем бизнесе, искать новые пути для развития, чтобы подстроиться под изменения. В настоящее время наиболее распространенными путями реорганизации бизнеса являются сделки по слиянию и поглощению. Более крупные банки стремятся к поглощению наименьших банков, желая диверсификации продуктов, открытия путей выхода на новые рынки и улучшения финансовых и инвестиционных позиций.

Можно выделить три основных направления банковских слияний:

- вытеснение мелких игроков банковского сектора крупными;
- поглощение банка для дальнейшей диверсификации;
- слияние крупных игроков сектора в мегабанки.

В результате слияния банки получают выгоду от сокращения всевозможных затрат, например, маркетинговых и административных; занимают большую долю рынка, с меньшими убытками, чем через другие формы увеличения присутствия на рынке; повышается конкурентоспособность банка.

В настоящее время крупные российские банки за счет сделок с региональными банками расширяют свою деятельность, увеличивая территорию присутствия и завоевывая лидирующую позицию в секторе, избегая лишних затрат и выходя на новый рынок. За последние несколько лет произошло достаточно много банковских слияний. В 2016 году акционеры «Бинбанка» и «МДМ Банка» приняли решение о слиянии данных организаций и дальнейшей работе под брендом «Бинбанк». Активы объединенного «Бинбанка» составили порядка 1,1 трлн руб., капитал — 90 млрд руб., средства частных лиц — около 530 млрд руб. [2].

Слияние ВТБ и ВТБ24 произошло 1 января 2018 г. Банк продолжил работать под брендом ВТБ. Сейчас ВТБ занимает второе место в России по величине активов, уступая только Сбербанку.

2019 год был ознаменован объединением банков «Открытие» и «Бинбанк», существующих в дальнейшем под названием «Открытие». Их капитал сформирован полностью живыми деньгами и составил порядка 315 млрд руб. [2].

В середине 2019 г. произошло слияние банков «Росбанк» и «Дельтакредит», входящих в финансовую группу «Societe Generale». Объединение этих двух организаций привело к созданию нового учреждения, получившего название «РосбанкДом».

Рассматривая процессы объединения банковских организаций, следует отметить, что во всех случаях выгоды были извлечены колоссальные. Объем их активов существенно вырос, многие слившиеся банки заняли лидирующую позицию на российском рынке, опередив конкурентов. Улучшилось финансовое положение, так как возник новый источник дохода. Возрос положительный образ самого банка, и произошла его популяризация.

Таким образом, процесс слияния напрямую зависит от того, насколько велики активы банка. В том случае, когда размер банковских активов невелик и организация имеет все основания лишиться лицензии, банки более охотно идут на сделку по объединению, наряду с крупнейшими игроками рынка, которые просто планируют расширить границы своего влияния.

2. Расширение сфер бизнеса.

В настоящее время крупные банки занимаются не только предоставлением исключительно банковских услуг. На про-

тяжении последних лет наблюдается тенденция: крупные российские банки ведут активную политику проникновения в сектор средних российских предприятий, делая упор на оказание небанковских услуг. Так, например, Сбербанк активно расширяет сферы своей деятельности, проникая в сферы жизни россиян за пределами предоставления финансовых услуг.

Время требует перемен, обычный банк должен совмещать с финансовым обслуживанием огромные потоки данных, чтобы предлагать клиентам новые услуги в других сегментах рынка. Этим, собственно, Сбербанк сейчас и занимается. «Сбер» сейчас не просто банк, а целая экосистема, включающая в себя самые прибыльные и передовые бизнесы.

«Сбер» давно готовился к такому шагу: «трансформация произошла не за один день — компания давно и целенаправленно покупала сервисы, способные заполнить все ниши в жизни потребителя и в будущем приносить прибыль». При этом цель у «Сбера» простая: как можно плотнее встроиться в повседневную жизнь человека. «Сбер» не хочет быть просто финансовым гигантом, а стремится быть экосистемой» [1].

За последние несколько лет компания запустила множество самостоятельных сторонних сервисов:

- финансы. Крупнейший проект — Сбербанк Онлайн. Пока что это обычный интернет-банкинг с достойным функционалом. Однако, «Сбер» стремится сделать из него целый конгломерат и «объединить» под собой другие банки. Для этого «Сбер» создал упрощенную систему межбанковских переводов еще раньше Системы быстрых платежей от Центрального Банка. Поэтому «Сбер» не спешит подключаться к детищу регулятора и упрямо продвигает собственную альтернативу. К примеру, недавно «Сбер» ввел оплату в магазинах по QR-коду и сделал это быстрее Центробанка;
- покупки. «Сберб» совместно с Яндексом решили потеснить Aliexpress и создал свой аналог — маркетплейс «Беру» — классический интернет-магазин, в котором можно купить все, что угодно. Вдобавок «Сбер» и Яндекс запустили сервис Bringly — такой же маркетплейс, но с доставкой из любой страны мира;
- еда. В 2018 году «Сберб» запустил еще одну коллаборацию совместно с Rambler Group. Банк участвовал в разработке платформы для ресторанного рынка Foodplex. Сервис объединил систему цифрового маркетинга и платежей Plazius, медиасервис и сервис бронирования «Афиша. Рестораны», систему для резервирования столов и работы хостес Smart Reserve, а также разработчика крупнейшей в России и СНГ системы автоматизации ресторанов r_keeper — компанию UCS. По сути, в этом агрегаторе объединены все «этапы посещения ресторана» — от резервирования столика до оставления отзыва;

- работа и медицина. Также «Сбер» приобрел сервис по поиску и подбору вакансий «Работа.ру». Ранее сайт принадлежал «РДВ-Медиа», которая также владеет агрегатором по подбору места учебы «Учёба.ру» и мест для отдыха «Вашдосуг.ру».

Кроме того, с 2017 года «Сбер» владеет сервисом по подбору частных врачей DocDoc. После покупки доли в компании эксперты «Сбера» объявили приоритетными направлениями развитие телемедицины, медицинской карты, а также доставки лекарств на дом.

Еще можно упомянуть, что Сбербанк недавно выкупил контроль в корпоративном мессенджере Dialog и планирует использовать его для собственных коммуникаций;

- развлечения и СМИ. В 2019 году «Сбер» выкупил 46,5% акций Rambler Group. Тем самым «Сбер» планирует создать крупнейший кластер в своей экосистеме, который будет включать:
- онлайн-кинотеатр Okko;
- Rambler.ru — крупная поисковая система с ежемесячной аудиторией порядка 46,5 млн человек;
- LiveJournal — блог-платформа и социальная сеть, некогда одна из самых популярных в СНГ. Ее аудиторию все еще можно назвать довольно обширной — 32,5 млн;
- СМИ: онлайн-издания Lenta.ru, Газета.ру, Motor.ru, Чемпионат.com, Eda.ru, Ferrar.ru, «Секрет фирмы», информационное агентство RNS и «Афиша» вместе со всеми ее подразделениями.

Абсолютно все эти сервисы войдут в уже и без того огромную экосистему «Сбера», которая на данный момент насчитывает более 20 сервисов (без Rambler Group).

Таким образом, планируется сделать «Сбер» крупнейшей компанией в России. У банка есть для этого все возможности.

3. Централизация банковской системы.

В последнее время наблюдается тенденция по ужесточению Центральным Банком РФ требований и применению более эффективного надзора за фактом соблюдения нормативов банками для достижения цели стабилизации и большей прозрачности банковского сектора. Как следствие, происходит отзыв лицензий на занятие банковской деятельностью у мелких и «слабых» банков. За минувшие 5 лет банковский сектор сократился на 381 представителя. Это почти половина игроков. Если говорить точнее — 48,7%. Учитывая дополнительно 2014 год, показатели еще глобальнее. В таком случае профильный финансовый сектор уменьшился на 53,2%.

подавляющее большинство случаев — отзыванные лицензии. За 5 предшествующих лет принудительно закрыто 314 банков. Еще 67 коммерческих структур прекратили существование по собственной инициативе. Через аннулирование лицензии или реорганизации в форме присоединения к другому участнику рынка.

Сопоставимые темпы уменьшения численности финансовых учреждений были зафиксированы только при де-

фолте 1998 года. За его 12 месяцев закрыто более двух сотен банков. В следующем — принудительно закрылось 124 кредитные организации.

Таким образом, по состоянию на ноябрь 2020 года, в России насчитывается 371 действующий банк [3], однако, как представляется, эта цифра в будущем будет уменьшаться.

Наряду с отзывом лицензий у мелких и «слабых» банков происходит огосударствление наиболее крупных частных банков. Здесь, в качестве примера можно привести национализацию двух крупных частных банков из топ-15 по размеру активов — «ФК Открытие» и Бинбанка, — а вместе с ними фактическую национализацию крупнейшего страховщика «Росгосстраха» (принадлежит «Открытию») и пенсионных фондов «Открытия».

На данный момент практика показывает, что те банки, которые оказались в орбите государственного владения в предыдущий кризис 2008 года (Банк Москвы, позднее отошедший ВТБ, и «Глобэкс», которым сейчас управляет Внешэкономбанк), до сих пор там и остаются. Таким образом, нет предпосылок для передачи saniруемых банков снова в частные руки. Даже если Центральный Банк найдет покупателя для saniруемых им банков, регулятор продолжит очистку банковского сектора от недобросовестных игроков, о чем его руководство неоднократно заявляло. То есть доля государства в секторе будет расти как минимум за счет отзыва лицензий. На сегодняшний день частные банки демонстрируют худшее качество активов в банковском секторе.

По прогнозам экспертов, через 3–4 года в России останется 50–100 банков, а банковских групп — еще меньше. В какой-то момент доля частного сектора может упасть до 10–12%, но затем будет расти. Наиболее сильные частные банки будут расти, привлекая и зарабатывая капитал. Государство после волны огосударствления активно приступит к избавлению от ненужных госбанков, но это перспектива пяти лет. При этом финансовый сектор через 3–4 года может пополниться еще одной государственной банковской группой, которая будет создана из попавших под санацию банков.

Из числа частных банков останутся несколько крупных частных игроков, заметных на рынке, и небольшие банки, которым удастся найти свою нишу. Кроме того, могут остаться банки, у которых остался мощный акционер с интересом. Например, у «Роснефти» есть интерес к ВБРР — они его поддерживают и будут развивать. А может быть частный акционер, который будет развивать банк — как правило, на региональном уровне. Таких банков немного, но они могут быть. Так или иначе, и в частном секторе, и в государственном, и в сегменте иностранных банков останутся только те, кто умеет зарабатывать много и одновременно прозрачно.

4. Переход государственного управления к банкам.

В настоящее время невозможно найти ни одной страны, в которой так называемый «государственный Центробанк»

не являлся бы полностью независимым от капиталов частных финансовых групп. Частные финансовые группы контролируют основные мировые денежные потоки, а также производство оружия, добычу нефти, золота, алмазов, металла, транспорт, СМИ и др. И Россия не является исключением. В будущем государственное управление перейдет под контроль банков.

5. Цифровые деньги.

Изменится роль цифровых валют. В 2020 году ситуация меняется: Народный банк Китая после 5 лет разработки запустил собственную цифровую валюту. ЦБ РФ анонсировал разработку цифрового рубля.

6. Борьба за господство эмитировать деньги.

Кто будет управлять деньгами, тот будет управлять миром. Независимые криптовалюты стали как «кость в горле» у государственных центральных банков. Так, например, летом 2020 года в России был принят закон «О цифровых финансовых активах», который должен вступить в силу с 1 января 2021 года. К ЦФА относятся цифровые аналоги долговых расписок, акций, облигаций и прав участия в капитале, которые выпущены на блокчейне (технология распределенного реестра). Цифровой валютой, к которой относятся и действующие криптовалюты, запрещено расплачиваться за товары и услуги в России, но ее можно покупать, выпускать, продавать и совершать другие сделки.

Минфин РФ выступил с инициативой внести поправки в закон «О цифровых финансовых активах» и Уголовный кодекс РФ, предусматривающие ответственность вплоть до лишения свободы за незадекларированную криптовалюту. Так, например, Минфином РФ предлагается предусмотреть наказание в виде лишения свободы, если владельцы криптоактивов в течение трех лет более двух раз не предоставляли данные в налоговый орган или включали в отчет заведомо ложные сведения, при совершении таких деяний в крупном размере (операции с цифровой валютой на сумму, эквивалентную 15 млн руб.) или особо крупном размере (45 млн руб. и более) либо данные были

скрыты умышленно группой лиц или через создание подставной компании.

Появление подобных законодательных инициатив связано с ростом числа преступлений с криптовалютой и желанием государства контролировать эту цифровую отрасль. В целом требование об отчетности об операциях с цифровой валютой и ее остатках представляется вполне логичным и приемлемым для фискальных целей, однако установление уголовной ответственности представляется чрезмерным и непропорциональным самому нарушению. Как представляется, уголовная ответственность за неисполнение обязанности по предоставлению отчетности об использовании криптокошелька в виде реального лишения свободы является достаточно жесткой мерой.

В данном случае можно ограничиться мерами административной ответственности.

Таким образом, оценивая перспективы развития мировой банковской сферы, можно отметить, что в ближайшие несколько лет в финансовой сфере неизбежно будут проходить процессы слияния, поглощения и централизации. Это приведет к тому, что на рынке удержатся только самые крупные и сильные банки, способные выдержать конкуренцию. При такой экономической ситуации небольшие банки будут становиться первыми претендентами на поглощение. Количество сделок слияний и поглощений значительно увеличится, сохранится тренд на консолидацию банков, образующих банковские группы. При этом концентрация активов в крупнейших банках продолжит увеличиваться.

Также продолжится тенденция огосударствления банковского сектора за счет отзыва лицензий у частных банков. В будущем останутся только наиболее сильные частные банки. Так или иначе, и в частном секторе, и в государственном, и в сегменте иностранных банков останутся только те, кто умеет зарабатывать много и одновременно прозрачно.

Итог, банковская система будет цифровой, централизована и будет заниматься государственным управлением.

Литература:

1. Божко, И. «Сбер» больше не банк. Объясняем, зачем компания Грефа превращается в «Яндекс» / И. Божко. — Режим доступа: <http://www.4pda.ru>.
2. Кувшинова, Т. О. Слияние банков с целью извлечения прибыли / Т. О. Кувшинова // Бизнес. Образование. Право. — 2020. — № 1 (50). — С. 173–178.
3. Сысоев, Д. Сколько банков в России на сегодняшний день 2020 года / Д. Сысоев. — Режим доступа: <https://brobank.ru>.

Совершенствование организации складского хозяйства компании ПЭК на основе внедрения информационной системы Inform

Гилязов Данил Наилович, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье рассматриваются основные проблемы организации грузопереработки и складирования на предприятии ООО «ПЭК». Сделан вывод о необходимости внедрения информационной системы «Inform», позволяющей повысить эффективность управления складским хозяйством компании.

Ключевые слова: логистика складирования; складская сеть; складирование в цепях поставок; ABC–XYZ анализ; информатизация складирования в цепях поставок.

Транспортная организация ООО «ПЭК» является одной из лидирующих организаций в области грузоперевозок нашей страны. Масштаб деятельности Первой Экспедиционной Компании охватывает территорию от Калининграда до Владивостока. С недавнего времени ООО «ПЭК» начала свою деятельность по доставке грузов на территории Крыма и Казахстана. Новым шагом развития организации, стала доставка грузов из Китая на территорию Российской Федерации. Данная услуга пользуется огромным спросом у представителей малого и среднего бизнеса.

Однако, у многих компаний, находящихся на стадии роста, есть проблемы, которые требуют незамедлительного решения. Одной из таких проблем, как отмечают специалисты [1; 4; 5], является неэффективное использование складских комплексов. Это является одной из главных проблем многих компаний, занимающихся складскими операциями и грузоперевозками.

Товарные запасы на складе должны размещаться таким образом, чтобы сократить время на их переработку, комплектацию и отправку заказчику. Если товарные запасы будут расположены не в своих ячейках хранения, произойдет дезинформация для складской системы, вследствие чего конечному потребителю, возможно, будет отправлен иной товар, что может повлечь за собой серьёзные финансовые потери для организации.

Для того, чтобы при отправке товаров со склада заказчику, время на обработку запроса было минимальным, необходимо товарные запасы делить на 3 группы (горячий; холодный; сухой). Для этого необходимо воспользоваться методикой ABC–XYZ-анализом. ABC — XYZ анализ, как отмечают специалисты [2; 3], это метод, позволяющий определить наиболее значимые ресурсы компании с точки зрения валовых продаж и валовой прибыли.

После проведения ABC–XYZ анализа идет вычисление нормы запаса по каждой товарной позиции, находящейся на складе одновременно. После чего идет определение количества ячеек для хранения товарного запаса и происходит размещение на хранение, благодаря произведенному анализу. «Горячая» зона хранения товаров, размещается ближе к зоне отгрузки, на стеллаж в нижних рядах, данное действие значительно сокращает время на комплектацию скоропортящихся товаров. Применение ABC–XYZ анализа, позволяет: повысить эффективность управления

товарными запасами, долю высоко стоимостных товаров без нарушения при комплектации товаров.

Второй, немаловажной проблемой, является неверно рассчитанная информация при оформлении и пополнении заказов в ООО «ПЭК». В этой связи, предлагается внедрение информационной системы учета заказов клиентов «Inform», при помощи, которой: автоматизируется деятельность за учетом заказов клиентов, хранение данных не только в электронном и печатном виде, а также хранение на «Облаке».

Рассмотрим основные функции системы «Inform»: Обеспечение удобного ввода данных клиентской базы, есть возможность импортировать данные с других документов. Обеспечение возможности хранения данных обо всех прошлых и текущих заказах клиента. Обеспечение возможности отслеживания состояния заказа потребителя и подготовка отчетности по контролю хода работ. Обеспечение возможности «sale» (скидок) программ для постоянных клиентов. Обеспечение возможности поиска данных по разным критериям. Обеспечение возможности создания справочника услуг и дополнительным выгодным условиям. Обеспечение возможности прикрепления документов к заказам. Обеспечение возможности печати и создания необходимых документов.

У данной системы есть основная задача — это повышения эффективности управления складским хозяйством ООО «ПЭК». Схематично предлагаемая система учета заказов клиентов «Inform» показана на рис. 1.

После внедрения данной информационной системы «Inform», будут решены сразу три группы задач, а именно:

- улучшатся такие экономические показатели, как денежные затраты по выполнению за учетом заказов клиентов, скорость обработки заказов и передача их на следующий этап, уменьшатся затраты рабочего времени на выполнение данного процесса, увеличится производительность труда работников отдела заказов;
- улучшатся показатели по качеству обработки информации, что поможет избежать ошибок, которые появляются во время расчетов;
- повысится удовлетворенность клиентами качеством обслуживания, что повысит уровень сервиса и количество заказов.

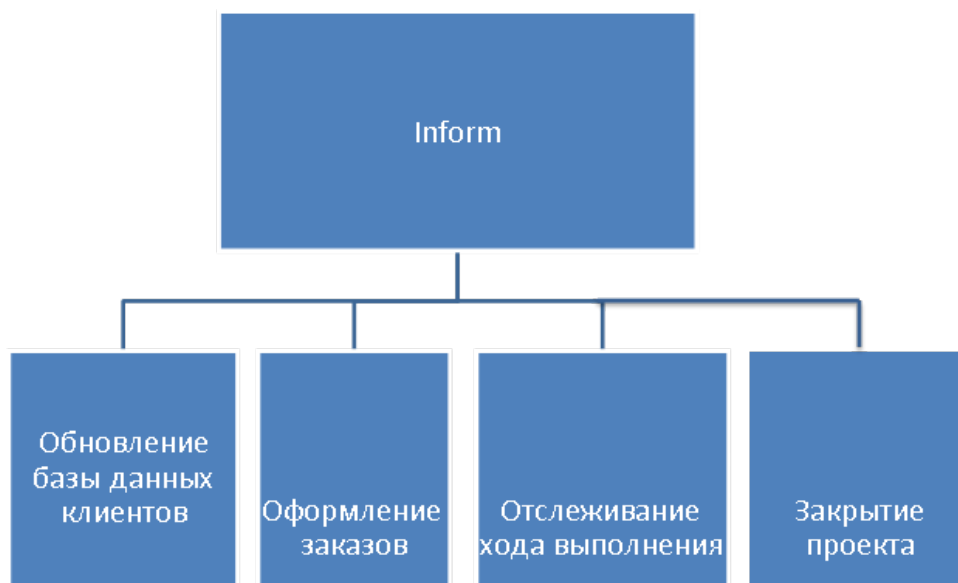


Рис. 1. Функции информационной системы «Inform»

Литература:

1. Байгельдин, Р. Р., Калина, М. В., Охотников, И. В. Анализ структуры и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг в национальной экономике России // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).
2. Буряк, О. А., Колпакова, В. О., Охотников, И. В. Качество информационного взаимодействия как приоритет и основа управления сетевыми структурами // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).
3. Логинова, Д. Ю., Охотников, И. В., Савченко, Е. В. Мониторинг и контроль состояния запасов как фактор оптимизации логистических затрат компании в условиях снижения потребительского спроса // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 4).
4. Латыпов, Р. В., Охотников, И. В., Предеин, А. В. Интегрированный подход к формированию логистических сетей распределения продукции национальных предприятий // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 4).
5. Халтурина, Т. В., Охотников, И. В., Сибирко, И. В. Развитие региональной инфраструктуры: инвестиции институциональных инвесторов в реальный сектор экономики / И. В. Охотников, И. В. Сибирко И. В., Т. В. Халтурина // Russian Economic Bulletin. — 2019. — Том 2. — № 6. — С. 57–61.

Проблемы развития технопарков в России

Гончарова Виктория Владимировна, студент магистратуры

Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (г. Санкт-Петербург)

В настоящее время место любой страны в системе сложившихся мирохозяйственных связей во многом определяется способностью использовать накопленный научный потенциал. Опыт показывает, что там, где отлажен механизм использования научного потенциала, где существует реальная связь между наукой и производством, там процветает региональная экономика и более высок уровень жизни. Для успешного достижения намеченных целей используются различные пути. Одним из наиболее эффективных направлений в последнее время считается создание интегрированных форм интеллектуального и производственного процессов.

Ключевые слова: технопарк, научно-технический прогресс, наука, производство, экономика.

Problems of the development of technoparks in Russia

Goncharova Viktorija Vladimirovna, student master's degree program

The Russian State Pedagogical University named after AI Herzen (St. Petersburg)

Nowadays, the place of any country in the system of established world economic relations is largely determined by the ability to use the accumulated scientific potential. Experience shows that where the mechanism for using scientific potential is well-established, where there is a real connection between science and industry, there is a flourishing regional economy and a higher standard of living. Various paths are used to successfully achieve the set goals. One of the most effective directions in recent years is the creation of integrated forms of intellectual and production processes.

Keywords: *technopark, scientific and technological progress, science, production, economics.*

Правительства различных государств употребляют разнообразные инструменты, создавая более подходящие условия для финансистов с помощью разного рода стимулов для привлечения инвестиций. Упрощая процедуры инвестирования и разрабатывая рациональные условия для компаний, большая часть государств приходит к осознанию того, что конкретно инвестиции разрешают активизировать промышленный рост и повысить занятость жителей. Консервативно настроенные государства (Россия, Франция, Германия и т. д.), замечая очевидные успехи либеральных экономик (Англия, США), понимают всю значимость как внутренних, так и зарубежных инвесторов в качестве новых работодателей и субъектов налогообложения, и начинают уделять все большее внимание разработке комплекса инструментов по развитию инвестиционного потенциала собственных территорий [2].

В текущее время идет поиск более прогрессивных форм развития науки и производства. Одним из направлений по решению таковых задач будет являться создание и развитие технопарков по характеру направленности: прикладной науки и наукоемкого производства. Иностраный опыт даёт представление о том, что подобные образования, как технопарки, проявили себя довольно действенными, исходя из решения научно-технических задач и оказались устойчивыми в экономической сфере. В России такая форма научного производства лишь начинает развиваться [1]. Технопарки по своей природе являются элементом рыночной системы, которые должны регулироваться именно коммерческими юридическими лицами либо производственными конгломератами. Их главная задача — сконцентрировать умственные материальные и научные ресурсы для достижения максимально эффективного результата, ведь для рынка понятие «рентабельности» стоит на первом месте.

В этом заключается первое отличие отечественных технопарков от зарубежных. Понятие оценки эффективности «научно-технического прогресса» в России и в зарубежье разное. Для нас НТП представляет собой процесс выполнения плана, установленного главным заказчиком — государством. На 2014 год из 125 технопарков у нас 71 государственных. Также сюда включаются частные интересы чиновников и руководителей научно-технических центров. В случае России срабатывает принцип «абсолютная неэффективность и абсолютная безответственность». С советских времен плановое сознание легло в сознание нашего руководящего аппарата, что негативно влияет на развитие

науки и техники. Конечно, нельзя отрицать достижений наших учёных и их открытия, но поменяв в корне «принцип плана» на «принцип результат» мы могли бы добиться гораздо большего. Для зарубежных развитых стран НТП представляет собой результат, конечных продукт или технология. Им важно практическое применение своих разработок, понятие «план на год» у них не играет ключевой роли. Соотношение количества парков к результатам также имеет важное отношение. Во Франции почти в 2 раза меньше технопарков, однако КПД их деятельности в разы выше.

Принцип эффективности в науке очень сложно представить в количественной мере, однако эффективность экономического применения научных разработок можно видеть на лицо.

Вторым важным отличием является степень самостоятельности технопарковых экономических зон. По нашей практике технопарки являются, в сущности, еще одним подразделением, филиалом или факультетом в крупных вузах нашей страны. Их цель — создание новых разработок молодых учёных в интересующих их направлениях. Однако, когда вы в последний раз слышали новость о том, что молодой научный проект был проинвестирован крупным бизнесом в целях сотрудничества? В этом заключается суть второго отличия.

Наши технопарки очень сильно зависят от вышестоящих государственных структур. Здесь необходимо сделать акцент на слово «государственных». Они сильно ограничены в коммуникации с различными предприятиями, в кадровом составе, постоянно нехватка материально-технического обеспечения. Это приводит к сильному снижению эффективности работы данных центров и снижению стимулов у молодых людей идти в науку, что приводит к стагнации НИОКР и всей экономики в целом.

В остальном мире абсолютное большинство технопарков являются частными либо совместными проектами государства и крупного частного бизнеса. Здесь технопарк выступает как частная организация, что позволяет ей добиться необходимой эффективности и продуктивности в работе. Неограниченные коммуникации в различных отраслях, интеграции в производстве и различные «производственные песочницы» позволяют выйти данным структурам на реальный результат.

Таким образом, можно сказать, что российские технопарки созданы по модели «советского прошлого» и еще не успели перенять основные постулаты рыночных

принципов работ и организации подобных структур. Однако здесь нет вины конкретно руководителей или организаторов подобных проектов в России, так как окружающая действительность порождает производные, а так как технопарк есть явление рыночное, то именно переход российской экономики на полноценные рыночные рельсы ознаменует новую эпоху развития технопарков и НТП.

Избежать проблемы технопарков России могут факторы успеха, разработанные на основе мирового опыта создания технопарков. Стоит сразу упомянуть, что главным

фактом будет удачное стечение обстоятельств. Но не случайные факторы всё же существуют:

- Инициативная личность, которая будет продвигать проект;
- Доступ к научно-исследовательским базам;
- Развитая инфраструктура;
- Благоприятное расположение технопарка;
- Государственная финансовая поддержка;
- Достойная роль управляющей компании;
- Взаимодействие государства, науки и бизнеса [3].

Литература:

1. Маркова, Ф. А. Развитие технопарков в России как условие роста малого наукоемкого производства / Ф. А. Маркова // Вестник Московского финансово-юридического университета. — 2016. № 2. — С. 108.
2. Сериков, С. Г. Инструменты формирования и развития инвестиционного потенциала территории: международный опыт // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 2. — С. 187–206.
3. Сквозной анализ деятельности технопарков разных стран мира [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.ranepa.ru/images/docs/nayka/Barinova_17.pdf (07.02.21)

Стратегические тренды и технологии управления цепями поставок в условиях индустрии 4.0

Гришин Андрей Владимирович, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В анализируется процесс управления цепочками поставок, а также основные тенденции 2021–2023 годов в данной отрасли.

Ключевые слова: *Индустрия 4.0, управление цепочкой поставок, тенденции в области логистических технологий*

Управление цепочкой поставок является на сегодняшний день одной из наиболее важной функции стратегического менеджмента компании. В этой связи все больше предприятий обращаются к цифровым технологиям управления, чтобы перестроить свои логистические цепочки в соответствии с меняющимися требованиями рынка. Понятие «Индустрия 4.0» впервые было введено немецким федеральным правительством как стратегический план развития немецкой промышленности, основанный на объединении в едином информационном пространстве промышленного оборудования и информационных систем, что позволит им взаимодействовать между собой и с внешней средой без участия человека. Цифры «4.0» [1], означают, что это направление развития промышленности имеет настолько большой потенциал, что неминуемо приведет к четвертой индустриальной (промышленной) революции.

Сегодня специалисты [1; 4; 8] выделяют пять основных тенденций в области логистических технологий, которые будут определять будущее развитие компаний в 2021–2023 годах:

Во-первых, это искусственный интеллект. За последние несколько лет логистическая отрасль начала интегриро-

вать решения на основе искусственного интеллекта, включая интеллектуальные перевозки, планирование маршрутов и планирование спроса, в свои операции, но это только начало. От роботов для доставки «последней мили» и решений в области устойчивого развития до складских автоматизированных систем комплектования и программного обеспечения для прогнозной оптимизации — ИИ уже имеет огромное значение в логистике. Грузоотправители, перевозчики, поставщики и потребители могут рассчитывать на выгоду от этих тенденций в области логистических технологий, сохранившихся в 2020 году. Ожидается, что наряду с ИИ вырастет и использование расширенного интеллекта. Расширенный интеллект сочетает в себе человеческий интеллект с автоматизированными процессами ИИ. По данным Gartner, расширенный интеллект принесет прибыль в 2,9 триллиона долларов и приведет к увеличению производительности труда сотрудников во всем мире на 6,2 миллиарда часов к 2021 году. Можно ожидать, что логистические компании будут внедрять больше решений расширенного интеллекта, которые в конечном итоге позволяют профессионалам в области логистики выполнять свою работу быстрее, уменьшая количество ошибок и обеспечивая экономию средств.

Во-вторых, видимость цепочки поставок в реальном времени. Видимость цепочки поставок (SCV) больше не просто отличная вещь для логистических компаний, в 2020 году это необходимо, а в следующие годы необходимо сделать еще один шаг вперед — стать в режиме реального времени. Эти данные в реальном времени сейчас более востребованы клиентами и операторами связи, чем когда-либо, а это означает, что предприятиям логистики и цепочки поставок необходимо сосредоточиться на внедрении передовых решений SCV в свои операции. Новые стартапы по обеспечению видимости цепочки поставок предоставляют технологию, которая способствует быстрому реагированию на изменения, позволяя компаниям использовать данные в реальном времени. Такие данные включают модели движения, погоду или состояние дороги и порта, которые используются для принятия мер и изменения спроса или перенаправления предложения и оптимизации маршрутов. Логистические компании, использующие полностью интегрированные цепочки поставок, теперь, как сообщается, видят на 20% большую эффективность, чем те, у которых нет интеграции.

Невозможно говорить о прозрачности цепочки поставок, не упомянув также сенсорную технологию IoT, важнейший актив для отслеживания поставок. Подключенные устройства Интернета вещей на посылах позволяют складам отслеживать инвентарь, транспортные средства и оборудование через облачные сервисы. В то же время управление контейнерами на основе IoT также становится проще за счет мониторинга в реальном времени, повышения топливной эффективности, внедрения профилактического обслуживания и превращения контейнерных операций в упреждающую, а не реактивную. Имея это в виду, партнерство между стартапами в области Интернета вещей и логистическими компаниями — еще одна важная тенденция, которую следует наблюдать в ближайшие годы. Недавний пример — от Narag-Lloyd, которая выбрала стартап Globe Tracker для Интернета вещей для своей новой системы мониторинга контейнеров в реальном времени Narag-Lloyd. Прямой эфир. В 2021–2023 годах мы с нетерпением ждем появления новых партнерских отношений со стартапами в области Интернета вещей, поскольку этот сектор начинает требовать отслеживания клиентов в реальном времени.

В-третьих, Блокчейн. С момента своего появления в 2008 году, как отмечают специалисты [2; 3; 9], блокчейн стал одним из самых модных терминов в любой отрасли,

а также одной из самых разрекламированных тенденций в области логистических технологий. Однако сложная концепция блокчейна была трудной для понимания широкой публикой, и, несмотря на ее большой потенциал для невероятных вариантов использования как в логистике, так и за ее пределами, реального развития практически не было. Это привело к тому, что блокчейн стал чрезвычайно разрекламированным, а профессионалы в области логистики почувствовали утомление от чрезмерного использования этого термина. При этом действуют пилотные проекты и небольшие операции: CargoX — это один из стартапов, который полностью посвятил себя внедрению блокчейна в логистическую отрасль, используя общедоступную сеть Ethereum для безопасной проверки транзакций с документами. Другие громкие имена также проявляют интерес к блокчейну: UPS и BNSF Railway Уоррена Баффета присоединились к блокчейну в Transport Alliance. Тем не менее, это все еще очень новые проекты, и предстоит много работы.

В четвертых, растущее значение новичков в отрасли. Но будущее логистики формируют не только новые технологии: это также новые бизнес-модели и новые игроки отрасли. Новые системы, которые часто создаются стартапами, быстро завоевывают популярность. Без необходимости иметь богатый опыт работы с активами, стартапы, как отмечают специалисты [5; 6; 7], как правило, сосредотачиваются на «легких» частях цепочки создания стоимости, например, превращаясь в цифровых экспедиторов. Благодаря более гибким операциям они могут предлагать более гибкие цены и быстрее предоставлять расценки, обеспечивая при этом прозрачность. Так обстоит дело с Uber, который запустил свою функцию Uber Freight в США в 2017 году, а в 2020 году расширился до Европы и Канады, стремясь создать более эффективный глобальный рынок грузовых перевозок. Uber Freight рассматривается Uber как одно из самых многообещающих предприятий.

В-пятых, устойчивое развитие на основе технологий. Устойчивое развитие — это тенденция, которая пронизывает все отрасли, и логистика не исключение. В частности, доставка «последней мили» традиционно требует значительных затрат времени и энергии, поэтому также предоставляет множество возможностей для новых и разумных подходов. Чтобы уменьшить негативное воздействие на окружающую среду, компании используют множество технологий, от реальных электромобилей до программного обеспечения на основе искусственного интеллекта, которое рассчитывает маршрут с наименьшими выбросами.

Литература:

1. Всемирный обзор реализации концепции «Индустрия 4.0» за 2016 год. — URL: http://www.pwc.ru/ru/technology/assets/global_industry-2016_rus.pdf
2. Буряк, О. А., Колпакова, В. О., Охотников, И. В. Качество информационного взаимодействия как приоритет и основа управления сетевыми структурами // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).
3. Винья, П. Кейси, М. Эпоха криптовалют. Как биткойн и блокчейн меняют мировой экономической порядок /— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 432 с.

4. Латышева Н. А. Проблемы функционирования логистических информационных систем предприятий в условиях цифровизации // Современные проблемы железнодорожного транспорта. Сборник трудов по результатам международной интернет-конференции. В 2-х томах. Под общей редакцией К. А. Сергеева. Москва: МИИТ, 2019. С. 397–400.
5. Латышева, Н. А., Охотников, И. В. Вопросы изменения управленческих парадигм в условиях кризисов и трансформаций // Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст. Сборник научных статей Городенского государственного университета имени Янки Купалы / Под ред. М. Е. Карпицкая, С. Е. Витун. — Гродно: Изд-во ГрГУ им. Я. Купалы, 2020.
6. Латышева Н. А., Шведов Л. А. Совершенствование информационного обеспечения принятия управленческих решений в условиях интеллектуализации производственных процессов // Современная интеллектуальная трансформация социально-экономических систем. Материалы II международной научно-практической конференции. Саратов, ИИПР, 2019. С. 86–89.
7. Охотников, И. В., Сибирко, И. В. Совершенствование механизмов генерации инноваций и знаний как основа конкурентоспособного развития высокотехнологичного комплекса России // Социально-экономические инновации в условиях цифровой трансформации: Материалы всероссийской научно-практической конференции / Под общей ред. Е. Г. Жулиной (21 марта 2019). — Саратов: ИИРПК, 2019.
8. Охотников И. В., Сибирко И. В. Совершенствование информационного взаимодействия на основе ERP-технологий (Enterprise Resource Planning) в условиях интеллектуализации производственных цепочек // Современная интеллектуальная трансформация социально-экономических систем: Материалы II международной научно-практической конференции (15 февраля 2019). — Саратов: ИИРПК, 2019.
9. Технология блокчейн в «умных поставках» [Электронный ресурс]. — Ре-жим доступа: <https://bitnovosti.com/2018/03/02/walmart-ispolzuet-tehnologiyu-blokchejn-v-umnyh-postavkah/>

Программное обеспечение социально-психологической оценки сотрудников подразделения (на базе модульного социотеста А. Я. Анцупова)

Гущин Михаил Вадимович, кандидат психологических наук, сотрудник;

Киреев Олег Анатольевич, сотрудник;

Степанова Дарья Михайловна, сотрудник

Воронежский институт правительственной связи (филиал) Академии Федеральной службы охраны Российской Федерации

Социально-психологическая оценка сотрудников подразделения является важнейшей управленческой функцией деятельности руководителя подразделения. Она позволяет ему владеть объективной информацией о положении дел в подразделении, необходимой для принятия конструктивных управленческих решений.

Научные исследования (А. Я. Анцупов, В. В. Ковалёв, Т. Ю. Н. В. Колосовская и др.), свидетельствуют о том, что социально-психологическая оценка представляет собой организованный и целенаправленный процесс, при котором устанавливается соответствие качественных характеристик сотрудников подразделения требованиям выполняемой деятельности или должности [2; 4].

А. Я. Анцупов и В. В. Ковалёв выделяют основные критерии социально-психологической оценки сотрудников подразделения:

- отношение членов профессионального коллектива к сотруднику;
- отношение сотрудника к членам профессионального коллектива;
- качество выполнения должностных обязанностей;

— нравственные качества сотрудника.

В качестве дополнительных критериев социально-психологической оценки сотрудников подразделения могут выступать различные сферы социально-профессиональных отношений. Например: степень ответственности сотрудников подразделения; степень принятия сотрудниками подразделения групповых норм; организаторские способности сотрудников подразделения; степень дисциплинированности и т. д. [1; 2].

Таким образом, социально-психологическая оценка сотрудников подразделения позволяет выявить основные благоприятные и проблемные сферы его жизнедеятельности. Обладая разносторонней информацией, руководитель структурного подразделения непосредственно может:

- оказывать влияние на проблемные сферы каждого сотрудника подразделения, мотивируя процессы их совершенствования;
- опираться и поддерживать те сферы, в которых сотрудник добился необходимых успехов.

Современной методикой, позволяющей проводить комплексную социально-психологическую оценку сотрудников

подразделения, является модульный социотест А. Я. Анцупова.

Основные достоинства модульного социотеста связаны со следующими особенностями:

- оценивается реальная деятельность и реальные взаимоотношения каждого члена профессионального коллектива за достаточно длительный период, что повышает объективность оценки;
- учитываются абсолютно все подсистемы отношений в подразделении;
- использование достаточно «тонкой» 10-балльной шкалы повышает точность оценок;
- все взаимоотношения оцениваются количественно, что позволяет стандартизировать данные;
- собирается достаточно разносторонняя информация, позволяющая диагностировать и анализировать различные стороны жизнедеятельности профессионального коллектива;
- за счёт модульной структуры социотест может быть гибко приспособлен к задачам любого социально-психологического исследования, что повышает объективность оценки [1].

Кроме этого, как показывают исследования, при грамотном использовании модульного социотеста наблюдается эффект усиления взаимной требовательности, ответственности и взаимоуважения начальников и подчинённых, существенно снижается деструктивная конфликтность, повышается уровень социально-психологической компетентности руководителей [3].

Вместе с тем модульный социотест имеет ограничения, которые определяются тем, что большое количество обрабатываемых оценок предполагает использование ПЭВМ [2]. Кроме того, использование математических формул, графиков и таблиц при обработке и последующей интерпретации данных требует хороших навыков работы в табличных редакторах (например, в *MS Excel*). Данная процедура занимает много времени и вызывает определённые сложности.

Поэтому разработка программного продукта социально-психологической оценки сотрудников подразделения приобретает особую значимость и актуальность, так как обеспечит всесторонний анализ положения дел в подразделении по разносторонним критериям.

На базе модульного социотеста А. Я. Анцупова нами был разработан программный продукт социально-психологической оценки сотрудников подразделения. В качестве критериев были использованы модули указанной выше методики:

1. Отношение членов профессионального коллектива к сотруднику.
2. Отношение сотрудника к членам профессионального коллектива.
3. Качество выполнения должностных обязанностей.
4. Нравственные качества.
5. Степень восприятия групповых норм и ценностей.
6. Степень ответственности.

Для реализации технического решения было выбрано программное обеспечение «*Embarcadero RAD Studio XE2 Version 16.0.4316.44803*» с использованием стороннего компонента «*TMS Component Pack Pro 6.2.1.0*». База данных формировалась на основе Microsoft Access.

Подсчёт результатов производился в соответствии с формулами и шкалами индивидуальных и групповых индексов социально-психологической оценки, применяемых в модульном социотесте. Представленные количественные показатели позволяют руководителю подразделения проводить:

- анализ статусного положения сотрудников в профессиональном коллективе по критериям социально-психологической оценки;
- комплексный анализ уровня конфликтности сотрудников подразделения;
- анализ направленности межличностных отношений в подразделении.

Алгоритм работы с программным продуктом представлен на рисунках 1–7.

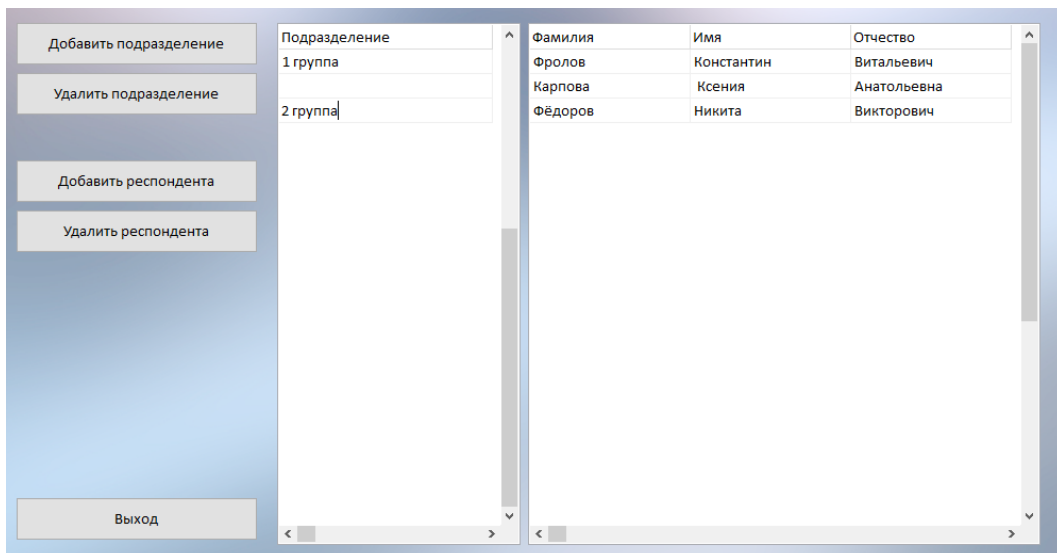


Рис. 1. Пример формирования наименования подразделения и списка сотрудников в подразделении

Перед началом работы формируются наименования подразделений и списки сотрудников в конкретном подразделении. Управление базой данных осуществляется с помощью соответствующих функций программы при подводе курсора и нажатием левой кнопки мыши в выбранном поле интерфейса программы.

При запуске программного продукта открывается главное меню, которое имеет три режима:

- режим экспертного опроса по выбранным критериям социально-психологической оценки (функция «Пройти тест»);
- режим автоматической обработки результатов социально-психологической оценки (функция «Результаты тестирования»);
- режим выхода из программы (функция «Выход»).

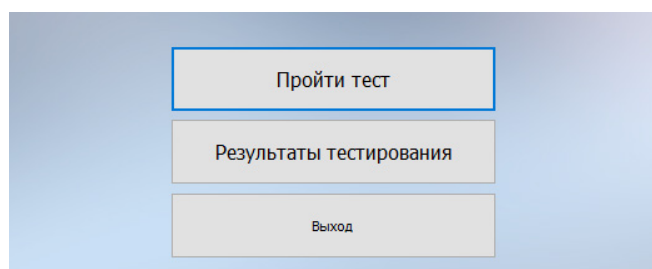


Рис. 2. Главное меню программного продукта социально-психологической оценки сотрудников подразделения

В режиме экспертного опроса каждый респондент должен оценить сотрудников своего подразделения по вы-

бранным критериям социально-психологической оценки (рис. 3).

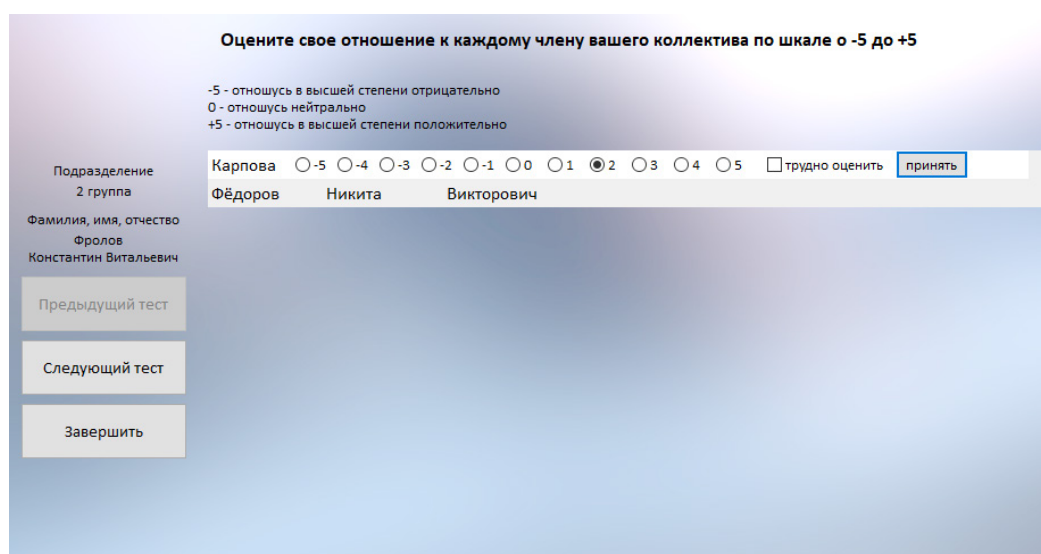


Рис. 3. Пример прохождения процедуры экспертного опроса

В режиме автоматической обработки результатов социально-психологической оценки сотрудников подразделения на экране отображаются соответствующие данные. Эта функция доступна только администратору.

В режиме автоматической обработки результатов социально-психологической оценки сотрудников подразделения на экране постоянно отображаются групповые индексы межличностных отношений, которые позволяют проводить анализ направленности межличностных отношений в конкретном подразделении.

В зависимости от целей социально-психологической оценки сотрудников подразделения представленный программный продукт может совершенствоваться за счёт увеличения дополнительных функций.

Таким образом, применение разработанного программного продукта позволяет руководителю подразделения проводить объективную социально-психологическую оценку своих сотрудников.

Подразделение	Ранговое распределение членов профессионального коллектива	Статусно-ролевые позиции в профессиональном коллективе	Распределение индивидуальных и персонифицированных индексов конфликтности	Степень адекватности отношений													
2 группа																	
Вывести результат	Фамилия	Имя	Отчество	M1	P1	M2	P2	M3	P3	M4	P4	M5	P5	M6	P6	Средн	Ранг
Групповые индексы МЛО	Карпова	Ксения	Анатолевн	6,5	3	5,5	2	6,5	1	6	2	6	2	10	1	6,67	1
Конфликтность -0,25	Фролов	Константин	Витальевич	8,5	1	5,5	3	5,5	3	4	3	8,5	1	5,5	3	6,33	2
Дружеские отношения 2,08	Фёдоров	Никита	Викторович	6,5	2	8,5	1	5,5	2	6,5	1	3	3	5,5	2	5,83	3
Межличностные отношения 1,83																	
Количество опрошенных 3 (100,00%)																	
Изменить список																	
Очистить результаты																	
Выход																	

Рис. 4. Ранговое распределение сотрудников подразделения

Подразделение	Ранговое распределение членов профессионального коллектива	Статусно-ролевые позиции в профессиональном коллективе	Распределение индивидуальных и персонифицированных индексов конфликтности	Степень адекватности отношений
1 группа				
Вывести результат	ФИО	Уровень статусно-ролевых позиций		
Групповые индексы МЛО	Иванов Иван Иванович	средний		
Конфликтность -0,38	Петров Петр Петрович	выше среднего		
Дружеские отношения 0,46	Сидоров Степан Иванович	выше среднего		
Межличностные отношения 0,08				
Количество опрошенных 5 (166,67%)				
Изменить список				
Очистить результаты				
Выход				

Рис. 5. Статусно-ролевые позиции сотрудников в подразделении

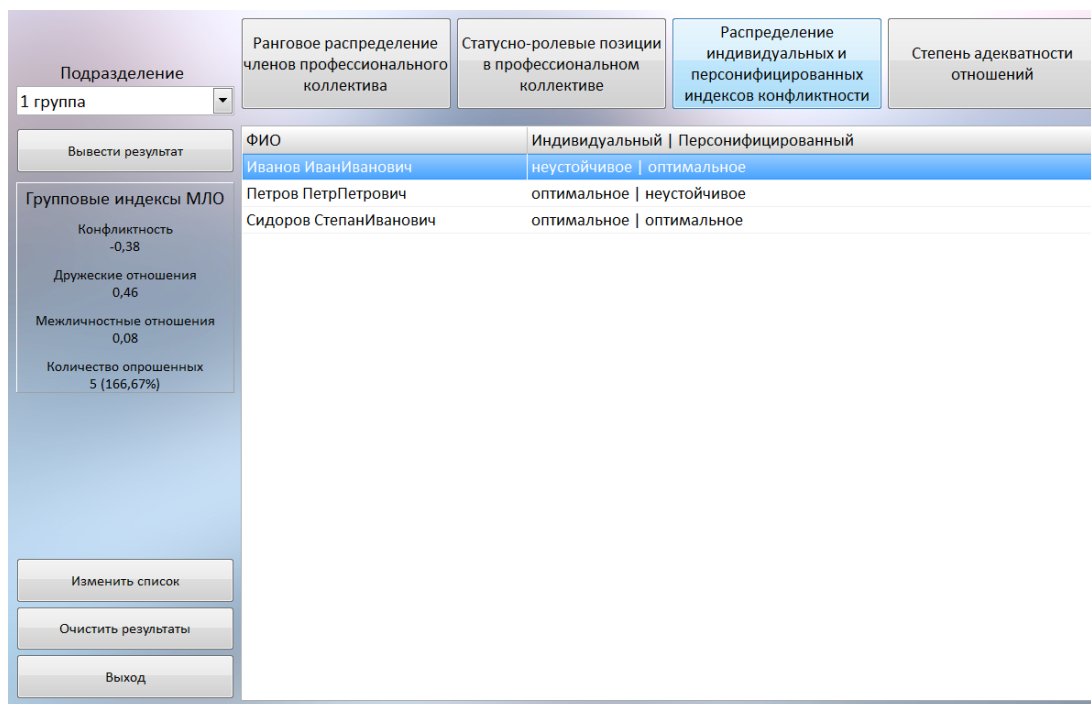


Рис. 6. Индивидуальные и персонифицированные индексы конфликтности сотрудников подразделения

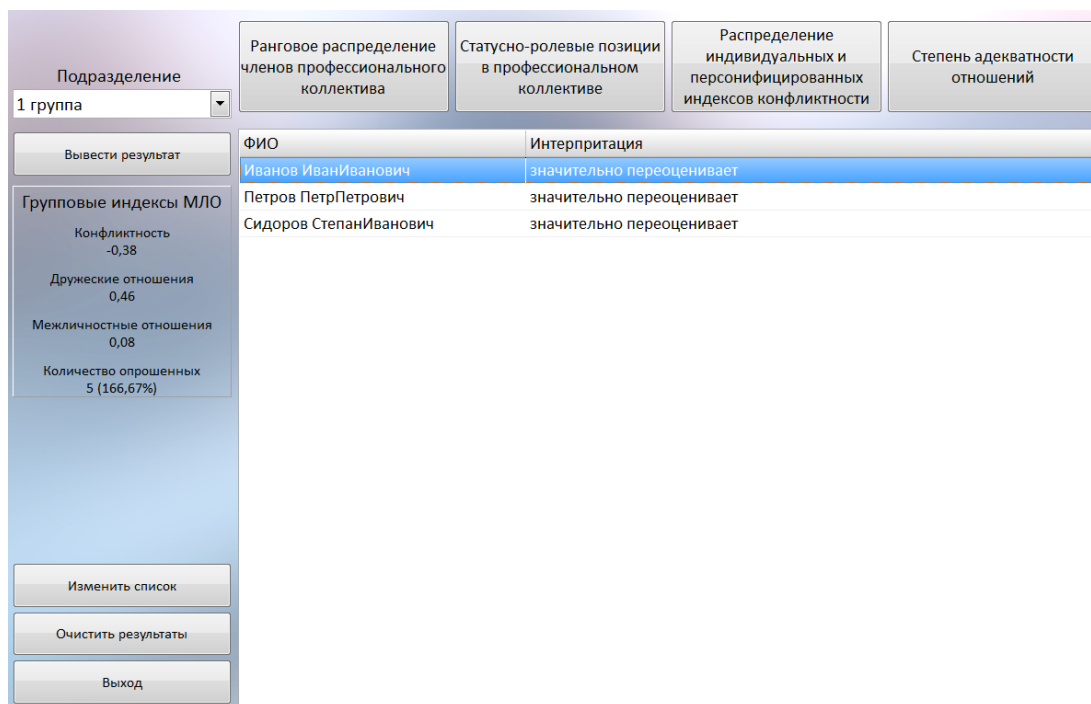


Рис. 7. Степень адекватности самооценок сотрудников подразделения

Литература:

1. Анцупов А. Я., Ковалев В. В. Социально-психологическая оценка персонала: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 062100 «Управление персоналом», 061100 «Менеджмент организации», 020400 «Психология» / А. Я. Анцупов, В. В. Ковалев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 303 с.
2. Анцупов А. Я., Ковалёв В. В. Социально-психологическая оценка персонала: теория и практика: монография / А. Я. Анцупов, В. В. Ковалёв. — М.: Проспект, 2018. — 352 с.

3. Ковалёв В. В. Психологические условия оптимизации межличностных отношений офицеров подразделений Сухопутных войск: дис. ... канд. психол. Наук / В. В. Ковалёв. — М., 2002. — 241 с.
4. Колосовская Н. В. Оценка эффективности труда по критериальным показателям / Н. В. Колосовская // Вектор науки ТольГУ. — 2010. — № 3 (13). — С. 236–239.

Стратегия развития клинингового бизнеса в условиях пандемии и карантина

Доротов Павел Александрович, директор
ИП Доротов П. А. (г. Всеволожск, Ленинградская обл.)

В статье рассмотрено состояние клинингового бизнеса в период пандемии и принятия ограничительных мер, т. е. карантина. Представлена инструкция по применению деятельности клининговых компаний в период пандемии, которая включает в себя 4 этапа. Даны рекомендации по поиску клиентов в период карантина.

Ключевые слова: клининг, клининговая компания, пандемия, карантин.

Cleaning business development strategy under pandemic and quarantine conditions

Dorotov Pavel Aleksandrovich, director
SP Dorotov P. A. (Vsevolozhsk, Leningrad region)

The article examines the state of the cleaning business during a pandemic and the adoption of restrictive measures, i. e. quarantine. An instruction on the application of the activities of cleaning companies during a pandemic is presented, which includes 4 stages. Recommendations for finding clients during the quarantine period are given.

Key words: cleaning, cleaning company, pandemic, quarantine.

В условиях главной целью множества компаний стало простое выживание, не говоря уже об увеличении регулярной прибыли. Исправить ситуацию может лишь трансформация уже существующих моделей ведения бизнеса в условиях современных реалий.

Клининговый бизнес — относительно новая ветвь дохода в России. Однако в нашей стране он уже находится на высоком уровне развития. До начала пандемии услугами клининговых компаний регулярно пользовалось огромное количество граждан. После введения карантина ситуация, разумеется, значительно ухудшилась.

Последствиями установленных запретов все чаще и чаще становятся повсеместные закрытия клининговых компаний. Фирмы просто не выживают, лишаясь постоянного дохода. Предугадать точные временные рамки окончания пандемии и перехода к привычному режиму невозможно. Следовательно, необходимо суметь вовремя изменить важные аспекты. Статья содержит в себе актуальные методы по внесению поправок в общепринятую схему ведения клинингового бизнеса.

Как сохранить клининговую компанию на плаву в пандемию?

Инструкция по изменению деятельности клининговых компаний в период пандемии включает в себя следующие этапы:

1. Ввиду особой специфики деятельности клининговые компании не могут перейти на удаленный режим. Однако изменения в работу внести все же необходимо. Схема процедуры принятия заказов от клиентов должна быть подвергнута изменениям. Во время оформления заявки оператор выясняет, когда и в какое время клиент сможет освободить квартиру для осуществления уборки в ней. С помощью данного метода даже клининговые услуги могут быть предоставлены в бесконтактном режиме. Единственный и существенный минус — далеко не каждый заказчик согласится оставлять квартиру. Ситуация немного улучшится, если фирма уже заработала себе безукоризненную репутацию.

2. Выполнение стандартных правил по регулярной проверке температуры у клининговых мастеров. Данный пункт известен всем, однако существующая практика показывает, что многие предпочитают о нем забывать. Мастера регулярно измеряют свою температуру и передают результаты менеджеру. Тот на основании поступившей информации принимает решение о допуске сотрудников к работе. Таким образом обеспечивается постоянное соблюдение всех карантинных правил.

3. Выполнение всех требований гигиены и безопасности во время работы на объекте. Сразу после прибытия на объект мастер должен тщательно помыть руки, обработать их антисептиком. Только после этого можно начи-

нать работу, предварительного надев перчатки. Дальнейшую уборку можно осуществлять в привычном режиме, с применением всех необходимых чистящих средств.

4. Установление особого порядка расчета с клиентом после проведения работы. Как только клининговая услуга будет оказана, мастер должен обработать свои руки, а также использованные инструменты. Далее он покидает свое место работы, оставляя в квартире официальный договор. Он может быть стандартным, никаких дополнительных условий в нем прописывать не нужно. После получения договора клиентом, оплата производится через официальный сайт клининговой компании. С помощью применения такой схемы клининговые услуги будут оказываться полностью бесконтактно.

Как найти заказчиков в карантин?

С наступлением пандемии практически все клининговые компании столкнулись с такой серьезной проблемой, как существенное снижение числа клиентов. Такое явление объясняется следующим образом: многие просто стараются свести все контакты с другими людьми к возможному минимуму. Более того, некоторые боятся, что уборку произведут некачественно и данная услуга не будет стоить заплаченных денег. Решение проблемы выглядит следующим образом:

- расширение «горизонтов». Клининговый бизнес, в большинстве случаев, успешно процветает в крупных городах. Что же касается отдаленных районов — поселков, деревень и т. д., там ситуация обстоит совершенно иначе. В условиях пандемии решение о расширении границ предоставления услуг может сыграть большую роль;
- реклама. Пока число клиентов снижено, можно вложить собственные силы и время в разработку новой рекламной концепции, в повышение репутации среди конкурентов и т. д. Как только пандемия закончится, все заранее предпринятые меры помогут быстро вернуться в строй. Еще одним важным пре-

имуществом данного способа будет являться снижение стоимости на услуги рекламных агентств. Они также страдают от пандемии и любыми методами стараются привлечь как можно больше клиентов;

- расширение перечня услуг. Современные компании существенно повысили количество клиентов, включив в свой прейскурант услугу и по уборке двора частного дома. Во время пандемии многие жители мегаполисов предпочитали как можно дольше оставаться на загородных дачах. Уборка придомового пространства стала как никогда актуальной. Клининговые сотрудники привозили все необходимое оборудование, чистили дорожки, убирали листву и т. д. Еще одним вариантом является внедрение услуг по помощи в быту. Здесь самым простым способом может являться глажка одежды. Многие хозяйки не любят это занятие и с удовольствием заплатят деньги профессионалу;
- предоставление некоторых профессиональных устройств для очистки в аренду. Некоторые клининговые компании действительно стали это делать и были удивлены наличием высокого спроса на такие услуги. К наиболее популярным видам техники, которую часто арендуют граждане, можно отнести: профессиональные парогенераторы, пылесосы, химические средства для проведения очистки различных поверхностей в доме и даже стремянки. На аренде этого инвентаря действительно можно неплохо заработать, улучшив материальное положение своей фирмы в это трудное время.

Таким образом, эффективные изменения в клининговый бизнес должны быть внесены своевременно и правильно. С помощью представленных в статье методов можно поддержать работу клининговой компании в условиях пандемии. Главное — применять сразу несколько способов комплексно. Тогда все усилия смогут принести положительные результаты.

Литература:

1. Коммуникационный центр Правительства Российской Федерации, отчет о текущей ситуации по борьбе с коронавирусом [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://static.government.ru/media/covid19/reports/XdkgkIYUhsVUE1ApR28FQiqFNtjGB5C/2020-05-18_coronavirus_government_report.pdf (19.05.2020)
2. Лапшина А. М., Анохина М. Е. Стратегии трансформации бизнеса в условиях пандемии covid-19. Стратегии бизнеса. 2020;8 (9):242–245
3. Пандемия увольнений: COVID-19 плодит безработицу в мире. //URL: news.ru.
4. Солдатова С. С., Пивкина К. Р. Экономические последствия пандемии «COVID-19» для России. // URL: cyberleninka.ru.

Анализ качества услуг аэровокзалов, предоставляемых авиапассажирам и посетителям

Инчина Елена Александровна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты процесса оказания услуг в аэровокзалах, предоставляемых пассажирам и посетителям.

Ключевые слова: наземное обслуживание, качество обслуживания, аэровокзал, авиационная безопасность, уровень качества.

Наземное обслуживание в аэровокзалах является одним из немногих видов деятельности в сфере воздушного транспорта, в котором совместно участвуют службы аэровокзалов, подразделения авиакомпаний и независимые подрядчики.

От организации наземного обслуживания зависит не только регулярность вылетов самолетов, но и от качества обслуживания в аэровокзалах. И, конечно, любая авиакомпания, которая серьезно заботится о своей репутации, знает, насколько ответственна наземная фаза работы с пассажирами.

Актуальность темы обусловлена тем, что от качества предоставляемого сервиса и уровня обслуживания зависит отношение людей к конкретным аэровокзалам и к данной сфере обслуживания в целом, что в свою очередь оказывает влияние на экономические показатели организаций.

Целью работы является повышение качества услуг аэровокзалов, предоставляемых пассажирам и посетителям.

Стандарты предоставления аэропортовых услуг существовали всегда. Однако, современные требования, обусловленные переходом к рыночной экономике, обеспечили создание дополнительной ценности понятию «качество».

Высокое качество обслуживания авиакомпании, пассажиров, встречающих и провожающих, означает удовлетворение их ожиданий и, вместе с тем, создание преимущества перед конкурентами, которое является залогом долгосрочного партнерства. [1]

Учитывая, что проблема повышения эффективности деятельности, с которой сталкивается любой аэровокзал, независимо от ситуации на рынке, в настоящее время одним из наиболее эффективных способов решения этих проблем является ориентация на повышение качества обслуживания аэровокзала.

В таких условиях для эффективного функционирования и оценки перспектив на будущее руководство должно располагать информацией об уровне качества услуг, что позволит выявить их преимущества и узкие места, выбрать оптимальное направление развития. Это определяет необходимость оценки качества услуг, предоставляемых аэровокзалом.

Однако в настоящее время не разработаны централизованные правила, регламентирующие качество обслужи-

вания аэровокзалах, а также система контроля качества обслуживания инфраструктуры аэропорта: основными регуляторами в области качества ИИ являются стандарты системы менеджмента качества ISO 9001.2008 и требования авиационной безопасности ISAGO. [2]

Алгоритм основан на разработке вопросников, в том числе перечня факторов, влияющих на качество обслуживания в аэровокзале. Коэффициенты разрабатываются отдельно для пассажиров и авиакомпаний с классификацией по группам, чтобы определить основные направления улучшения аэропортового сервиса.

Задача пассажиров и авиакомпаний оценить степень значимости каждого фактора по пятибалльной шкале (от 1 — «не важно» до 5 «очень важно») и оценить его качество по конкретной авиакомпании (от 1 — «плохо или отсутствует» до 5 — «отлично»). Факторы, предложенные для оценки в рамках алгоритма, представлены в таблице.

В результате мы получаем итоговые балльные оценки факторов, определяющих уровень качества аэровокзальных услуг, с учетом уровня значимости.

Полученные оценки выявят те области деятельности, работу которых необходимо усовершенствовать для повышения степени удовлетворенности потребителей оказываемыми услугами. [3]

Применение данного алгоритма целесообразно при разработке стратегии развития аэропорта, в процессе планирования его деятельности и разработке бюджета, при внедрении на авиапредприятии системы менеджмента качества, при подготовке отчетов перед собственниками и высшим руководством, а также на любом этапе функционирования предприятия с целью выявления узких мест и контроля уровня качества аэровокзального обслуживания. [4]

Таким образом, можно сделать вывод, что к значительному повышению эффективности и качества наземного обслуживания в аэровокзалах может привести:

- Внедрение системы контроля качества (СКК) наземного обслуживания (внедряется в дополнение к классической СМК по стандарту ИСО 9001:2008).
- Стратегический подход к управлению наземным обслуживанием, с учетом лучших практик.

Таблица 1. Факторы, влияющие на уровень качества аэровокзальных услуг

Для пассажиров	Для авиакомпаний
<p>1. Пользование аэровокзалом</p> <p>уровень комфорта в терминале (обстановка, дизайн, чистота); достаточность личного пространства (отсутствие скученности в терминале); комфортность зон ожидания; простота ориентации в терминале; услуги комнат отдыха; услуги комнаты матери и ребенка; услуги для пассажиров с ограниченными возможностями; услуги медпункта; услуги пункта потери багажа; услуги парковки на привокзальной площади; справочно-информационные услуги; качество работы службы безопасности; доступность беспроводного Интернета в аэровокзале; разнообразие торговых точек; наличие пункта обмена валют; предоставление телевизора в зоне ожидания и других развлечений;</p>	<p>1. Качество обеспечения взлетно-посадочных операций</p> <p>светотехническое обеспечение аэродрома; аэронавигационное обеспечение полетов; орнитологическое обеспечение безопасности полетов в районе аэродрома; наземное поисково-спасательное обеспечение в районе аэродрома; аварийно-спасательное и противопожарное обеспечение в районе аэродрома; наземное штурманское обеспечение; качество услуг по метеорологическому обеспечению</p>
<p>2. Обслуживание пассажиров, затраченное на регистрацию на рейс, взвешивание и оформление багажа; профессионализм работника, осуществляющего регистрацию на рейс; время, затраченное на прохождение процедур проверки пограничного контроля;</p> <p>время, затраченное на прохождение процедур проверки санитарного и таможенного контроля; выдача багажа; встреча и сопровождение прибывающих пассажиров до аэровокзала;</p> <p>сопровождение убывающих пассажиров от аэровокзала до воздушного судна</p>	<p>2. Качество наземного обслуживания воздушных судов</p> <p>техническое обслуживание воздушного судна; обеспечение приемки и выпуска воздушного судна; техническое обслуживание встречи и вылета воздушного судна; буксировка воздушного судна; очистка воздушного судна от снега и льда; доставка экипажа; заправка авиадвигателей маслом; заправка системы кислородом / азотом / сжатым воздухом; заправка гидросистемы судна; внутренняя уборка судна;</p>
<p>3. Предоставление дополнительных услуг</p> <p>предоставление бортового питания; услуги гостиницы; услуги камеры хранения; персональное сопровождение пассажиров; услуги VIP-залов</p>	<p>3. Обслуживание пассажиров, грузов, багажа</p> <p>составление центровочного графика; предварительное и окончательное составление сводной загрузочной ведомости; оформление рейсовой документации;</p> <p>4. Услуги по обеспечению авиационной безопасности</p> <p>осуществление пропускного и внутриобъектового режима в аэровокзале; охрана контролируемой территории аэровокзала, включая охрану воздушных судов на стоянках и объектов жизнеобеспечения аэровокзала;</p>

Литература:

1. Герасимов, Б. Н. Управление качеством. Практикум: Учебное пособие / Б. Н. Герасимов, Ю. В. Чуриков. — М.: Вузовский учебник, 2018. — 320 с.
2. Гродзенский, С. Управление качеством: Учебник / С. Гродзенский. — М.: Проспект, 2018. — 320 с.
3. Заика, И. Т. Системное управление качеством: Уч. / И. Т. Заика, В. М. Смоленцев, Ю. П. Федулов. — М.: Вузовский учебник, 2017. — 320 с.
4. Зайцев, Г. Н. Управление качеством в процессе производства: Учебное пособие / Г. Н. Зайцев. — М.: Риор, 2015. — 63 с.

Антикоррупционная правовая политика: проблемы формирования в современной России

Карелина Наталия Романовна, студент магистратуры

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье приведены основные проблемы, препятствующие формированию полноценной антикоррупционной системы в современной России. Проведен сравнительный анализ статистических данных между странами для наглядного представления стадии готовности борьбы с коррупцией в Российской Федерации.

Ключевые слова: коррупция, теневой сектор, демократия, ИВК

Развитие Российской Федерации как демократического и правового государства, предполагает новые стратегические задачи, требующие обновления подходов к построению социальных отношений. Основным препятствием на пути к достижению поставленной цели, как отмечают специалисты [1; 4; 5], является развитие коррупции в государственном аппарате, которое тормозит процесс модернизации экономической системы, снижает процент развития малого бизнеса, является причиной появления и развития теневого сектора.

Противодействие коррупции должно контролироваться и осуществляться на разных социальных уровнях и в сферах общественной жизни с применением различных подходов и рычагов управления. Для эффективного контроля такого социального отклонения, как коррупция, должна формироваться специальная система мер противодействия, а именно: антикоррупционная государственная политика [2].

Несмотря на то, что меры по противодействию коррупции в Российской Федерации были приняты еще с 2008 года: создание Указа № 915 и Федерального закона № 273 (под номером 1 указать указ № 915 о мерах по противодействию коррупции). Именно это стало основой для дальнейшего развития антикоррупционной деятельности итогом попыток закрепить все на государственном уровне. Также стоит отметить, что Россия принимала участие в борьбе с гло-

бальной проблемой коррупции путем принятия Конвенции ООН (2003 год) [3] и Конвенции Совета Европы об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 [6].

Надзор за исполнением принятых законодательных мер государство осуществляет контроль через исполнительные органы. Например, Министерство Юстиции занимается антикоррупционной экспертизой в целях противодействия коррупции. Кроме того, на регулярной основе проводятся проверки полноты предоставляемых сведений о полученных доходах государственными и муниципальными учреждениями. Так, в 2020 году Министерством Юстиций было проведено 7 проверок деятельности общественных объединений, 2 из которых были внеплановыми, в результате которых выявлено 70 нарушений [2]. Помимо регламентированных действий правоохранительных органов, на сегодняшний день общество имеет активную гражданскую позицию, что, несомненно, имеет влияние на динамику роста теневого сектора. Создаются различные независимые объединения, имеющие общую идею борьбы с подкупом должностных лиц и т. д.

Принятые меры помогли урегулировать и отчасти стабилизировать положение в стране, однако кардинально улучшить ситуацию не удалось. В таблице ниже представлена динамика роста различных показателей коррупционных нарушений по данным Генеральной Прокуратуры РФ [1].

Таблица 1. Статистические данные о коррупции в период 2017–2019 гг.

Показатель	2019	2018	2017
Кол-во преступлений в крупном или особо крупном размере	5 408	5 365	5 136
Кол-во организованных групп и преступных сообществ, участвующих в уголовном преследовании по УК РФ	1 136	972	723
Кол-во получения и выдачи взяток, а также посредничества в получении	13 867	12 527	12 111
Итого	20 411	18 864	17 970

Из приведенных данных видно, что усредненный совокупный рост показателей составил 8%, что уже говорит о негативной тенденции к росту коррупции. Хотя общая картина имеет небольшую дельту расхождения в удельном весе, а именно: в 2019 году зарегистрировано 30 991 преступлений коррупционной направленности (+1,6%), удельный вес которых в общей структуре преступности второй год подряд не превышает 1,5%.

Для более глубокого понимания масштабности проблемы обратимся к данным международного уровня на основании анализа индекса восприятия коррупции (далее-ИВК), который позволяет измерять уровень коррупции в государственном секторе различных стран. В данном рейтинге страны агрегируются по шкале от 0 до 100 баллов, где ноль обозначает самый высокий уровень восприятия коррупции, а сто- самый низкий. В последние годы

положение России остается стабильным: в 2019 показатель составил 28 баллов, в 2018–28 баллов, в 2017–29 баллов (для сравнения: в период с 2015 по 2017 показатель составлял свыше 29 баллов).

Предоставленные международные статистические и аналитические данные показали, что меры, принятые в целях минимизации коррупционной деятельности, отчасти смогли стабилизировать ситуацию в стране (об этом говорит неизменившийся ИВК в период с 2018–2019), не увеличив показатели роста, но оставшись в зоне определения высокого уровня теневой деятельности.

Созданные законодательные акты служат отправной точкой для долгой и упорной работы по противодействию с коррупцией. На сегодняшний день проблема развития коррупции в различных сферах общественной жизни все еще остро

ощущается. Это говорит о том, что принятые правовые документы и сопутствующие им меры пресечения требуют доработки со стороны государства и активного участия граждан. Ключевым элементом решения данной проблемы служит общественное сознание. Люди должны понимать всю серьезность сложившейся ситуации, поскольку большинство из них являются инициаторами ее возникновения. Однако, как показывает опыт, понимание серьезности проблемы приходит в момент осознания последствий их совершения. Именно поэтому государственные решения должны формироваться на основании взаимодействия с гражданами.

Проведенный анализ является введением в возникшую проблему. Для более развернутого ответа необходим углубленный анализ ситуации с детализацией приведенных выше данных.

Литература:

1. Генеральной прокуратурой Российской Федерации проанализировано состояние коррупционной преступности по итогам 2019 года // genproc.gov.ru
2. Результаты проверок некоммерческих организаций: Министерство юстиции Российской Федерации // minjust.gov.ru
3. Малеванова, Ю. В. К вопросу о разграничении отдельных видов коррупционного поведения государственных гражданских служащих / Ю. В. Малеванова // Российский следователь. — 2018. — № 6. — С. 55–59.
4. Охотников, И. В., Сибирко, И. В. Управление государственной собственностью: учебное пособие. — Саратов: Амирит, 2020. — 101 с.
5. Охотников, И. В., Сибирко, И. В. Государство и рынок: модели эффективного взаимодействия // Предпринимательство. — 2013. — № 8.
6. Фещенко, П. Н. Системный подход к противодействию коррупции / П. Н. Фещенко // Актуальные проблемы российского права. — 2019. — № 2. — С. 138–143.

Самозанятость в России и за рубежом: истоки развития, значимость и перспектива

Комольцева Анна Павловна, студент;

Головнина Елена Владимировна, старший преподаватель

Тюменский государственный университет

Данная статья посвящена понятию «самозанятость». В ней будут рассмотрены вопросы, касающиеся истоков развития, зарубежного опыта, значимости. Актуальность статьи заключается в стремительном росте населения, которое занимается самостоятельной деятельностью в России и за рубежом.

Ключевые слова: самозанятость, регулирование экономики, самостоятельная деятельность, неформальный сектор экономики.

Самозанятость — это явление, практически не влиявшее на экономическую ситуацию. Так было до тех пор, пока она не начала набирать с большой скоростью масштабные обороты во многих государствах. Если раньше она была малозначительной, то теперь играет роль феномена, который не просто занял развивающуюся позицию в современной экономике, но и динамично стремится к перспективе роста.

Вспомним несколько исторических фактов. Еще в Конституции СССР 1936 года допускалось мелкое частное хозяйство, охранялось законом подсобное домашнее хозяй-

ство [1]. То есть для советских граждан наряду с трудом по найму уже тогда допускалась самозанятость. В 1930 годы была определена категория лиц, которые «занимались личным трудом не по найму», они были «гражданами с самостоятельным доходом от источников, находящихся в пределах Союза ССР» [2]. Также в СССР в 1986 году был принят «Закон об индивидуальной трудовой деятельности» [3]. Вывод о том, что самозанятость — явление отнюдь не новое и истоки его кроются глубоко в истории, очевиден. Меняется лишь вид деятельности и исторический период.

Рыночная экономика не способна к саморегулированию, поэтому появляются законодательные инициативы, которые помогают «держать» ее в строю. Именно в одной из таких инициатив впервые было упомянуто в 2017 году понятие «самозанятость». Данное понятие закреплено законодательно в Российской Федерации.

Перейдем к вопросу о развитии самозанятости. Выделяют следующие типы обществ: традиционное (доиндустриальное), индустриальное и постиндустриальное. Если в первом преобладал ручной труд, во втором технологии, то в третьем компьютеризация общества и автоматизация производства. Основным фактором производства становятся знания, после получения которых можно самостоятельно обучать других, оказывать услуги или производить что-либо. Информационная революция конца XX века и НТР способствовали развитию самозанятости во многих странах мира. Именно эти события стали причинами «внешними», потому что они кардинально преобразили мировую экономику и именно с них начался прирост самостоятельно занятого населения во многих странах мира. Так, например, в Латвии, Северной Ирландии, Беларуси, Соединенном Королевстве Великобритании и других странах ЕС и СНГ появился опыт в контексте правового регулирования самозанятости [4]. Как правило, в странах, где в качестве главной отрасли хозяйства выступает аграрная экономика, а промышленность является «отсталой», самозанятость является чуть ли не основным источником заработка (в Индии более 75% занятых работают сами на себя, в Кении около 60%, в Бангладеш — около 70%).

Однако самозанятость как понятие, уже официально закрепленное в нормативно-правовых актах отдельно взятой страны, развивается по ряду других причин. Назовем эти причины «внутренними», так как их можно отнести к определенному государству в соответствии с его экономическими, политическими, правовыми и социальными особенностями. Разберем данные причины на примере Российской Федерации. Во-первых, это переход к рыночной экономике. Во-вторых, это нежелательные издержки при регистрации бизнеса и время, потраченное на оформление и сдачу налоговой отчетности (согласно данным Агентства стратегических инициатив по состоянию на 2012 год компании тратили около 290 часов, в 2018 году ситуация значительно улучшилась в пользу 120 часов). В-третьих, попытка сократить часть неформального сектора экономики и желание государства предоставить «льготу» самозанятому населению, придав им официальный статус («работающие не по найму» в Великобритании в связи с пандемией коронавируса будут получать пособие в размере 94,25 £ в неделю по данным CNN, что свидетельствует о «признании» данной категории населения и предоставления ему государственной поддержки.) В-четвертых, это стремление увеличить доходы бюджета, поступления в государственные внебюджетные фонды.

Стоит отметить, что мероприятия, проводимые государствами в связи с новой коронавирусной инфекцией, также

влияют на рост самозанятых, а значит являются «внешней», глобальной причиной развития самозанятости. Люди, которые долго не могли выйти на официальную работу или потеряли ее, смогли реализоваться в других сферах деятельности: доставка продуктов, изготовление масок на дому и другие виды деятельности. Также выросло число лиц, которые изучили новые профессии в интернете: фрилансеры, копирайтеры, таргетологи и маркетологи. В связи с переходом на дистанционное образование и удаленную занятость увеличилось число различных онлайн-курсов, марафонов и образовательных интернет-программ.

Чтобы сказать про значимость самозанятых в современном обществе вспомним секторы экономики. Современная экономика разделяет виды деятельности на три сектора: первичный, вторичный и третичный. И в каждом из них можно найти определенное число тех, кто работает сам на себя. Разберем соответственно на примерах данную теорию. В первичном секторе, отвечающем за сельское хозяйство и добывающую промышленность, давно трудятся граждане, торгующие самостоятельно выращенной продукцией. Во вторичном секторе, отвечающем за обрабатывающую промышленность и строительство, осуществляется неофициальная деятельность по строительным работам, ремонту помещений. В третичном секторе, отвечающем за сферу услуг, можно перечислять долго: от лиц, оказывающих парикмахерские услуги на дому до специалистов по ювелирным изделиям. Также выделяют четвертичный сектор, основным фундаментом которого является сфера знаний, продиктованная появлением ИКТ. В ней также можно найти внушительное число самостоятельно занятых граждан.

Нельзя говорить о том, что самозанятые могут вытеснить собой официально трудоустроенных лиц в каждом из вышеперечисленных секторов. Но так или иначе, на сегодняшний момент их число только увеличивается, как и увеличивается потребность в их регулировании. В Российской Федерации в 2018 году был впервые принят закон, который позволяет самозанятому населению стать официальной категорией и уплачивать налог на профессиональный доход.

Исходя из вышеперечисленных исторических фактов, разбора внутренних и внешних причин развития самозанятости, желания понять истоки его происхождения, можно сделать вывод, что Российская Федерация, также как и другие страны, стали объектами преемственности явления, появившегося задолго до начала XXI века.

Что касается дальнейшего развития данного явления, стоит отметить, что во многих странах, где уже практикуется юридическое оформление самозанятости, граждане становятся на учет в налоговые органы добровольно. В связи с глобализацией экономики, ростом самостоятельно занятого населения и новыми парадигмами общества перспектива развития самозанятости становится многообещающей. Привлекательные условия, повышение уровня занятости населения и его благосостояния стиму-

лируют процесс дальнейшего развития. Если сейчас наблюдается переход немногих стран в режим постановки на учет самозанятых и регистрации их в качестве определенного статуса граждан, то в ближайшем будущем стать самозанятым может каждый третий, совмещая при этом офици-

альное трудоустройство, что повлечет за собой новое регулирование и новые выводы, которые уже будут принимать страны, значительно увеличившиеся в процентном соотношении от числа стран мира относительно признания «самозанятости».

Литература:

1. Конституция (основной закон) Союза Советских Социалистических Республик (С последующими изменениями и дополнениями. Утверждена Чрезвычайным VIII съездом Советов Союза ССР 05.12.1936)
2. Союз Советских Социалистических Республик. СЗ № 46. Статья № 482 Положение о подоходном налоге с частных лиц. 09.02.1930.
3. Союз Советских Социалистических Республик. Закон. Об индивидуальной трудовой деятельности (Утратил силу с 1 января 1991 года на основании постановления Верховного Совета РСФСР от 25.12.1990 N 446-1 «О порядке введения в действие Закона РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности»).
4. Шередко, Е. В. Зарубежный опыт налогообложения самозанятых — физических лиц / Е. В. Шередко. — Текст: непосредственный // Notabene. — 2016. — № 2. — С. 111–117.
5. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч. 2) 5августа 2000 года N 117-ФЗ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://nalog.garant.ru/fns/nk/>
6. Климова, М. О. Налоговое регулирование деятельности самозанятых физических лиц в России и Зарубежных странах / М. О. Климова. — Текст: непосредственный // Известия. — 2013. — № 5. — С. 9.
7. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 27.11.2018 N 425-ФЗ [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311973/
8. Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)» от 27.11.2018 N 422-ФЗ.
9. [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/
10. Семенова, Т. А. Правовое регулирование самозанятости: Советский опыт и современные реалии / Т. А. Семенова, И. А. Чуднов. — Текст: непосредственный // Актуальные вопросы частного права. Трудовое право. — Санкт-Петербург: Известия высших учебных заведений. Правоведение, 2017. — С. 21.

Совершенствование внутрипроизводственной логистики фирмы на основе концепции бережливого производства

Кропачева Дарья Сергеевна, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье рассматривается концепция бережливого производства, позволяющая с наибольшей эффективностью решить задачи производства. Сделан вывод о необходимости развития инструментов бережливого производства и технологий логистики производства.

Ключевые слова: логистика производства; бережливое производство; кайдзен.

Опыт российских и иностранных производственных предприятий показал, что при организации бережливой логистики следует руководствоваться определенными принципами, которые сформированы на основании реализации ее элементов. Применительно к бережливой логистике следует руководствоваться инструментами, которые позволят увеличить их эффективность, а также добиться наибольшей удовлетворенности покупателей за счет продажи им продукции с наибольшей потребительской ценностью.

Развитие эффективного промышленного производства, как отмечают специалисты [1; 4], гарантирует стране «здоровую» экономику и возможность сохранения национальной безопасности, а также устойчивого ее развития. Внедрение в производство инновационных методов управления материальными потоками позволит решить данные задачи. Одним из таких инновационных методов и является бережливая логистика. Однако внедрение принципов бережливой логистики осуществляется лишь небольшим количеством предприятий. Большинство производствен-

ных предприятий не понимает значимости такого внедрения и продолжает работать по-старому.

Между тем выстраивание системы управления предприятием на основе бережливой логистики должно стать целью всех отечественных предприятий, так как она позволяет организовать оптимально производственный процесс за счет избавления от лишних затрат, оптимизирует существующие затраты за счет оптимизации потока ценностей. В итоге организация с оптимизированными процессами имеет более высокую конкурентоспособность, чем та организация, которая функционирует на основе традиционного подхода. Поставка продукции в нужные сроки в необходимом объеме в нужное место, что позволяет снизить до минимума производственные запасы. Также процесс рационализации материальных потоков на основе бережливой логистики позволяет оптимизировать всю логистическую цепь от момента получения сырья до получения готовой продукции.

Большинство специалистов в области управления, а также в области управления ресурсами считают [3; 5; 7], что сама по себе логистика нацелена на оптимизацию управления потоками ценностей, которые включают в себя материальные, финансовые, информационные, а также кадровые ресурсы. Некоторые авторы отдельно еще выделяют сервисные потоки, которые связаны с обслуживанием клиентов.

Логистическая деятельность предприятий, которые начинают внедрять концепцию бережливой логистики, имеют мощный потенциал для развития. Бережливая логистика является концепцией управления, которая с помощью специальных методов и инструментов устраняет потери в системе управления потоками ценностей, что позволяет снизить затраты предприятия с одной стороны, а с другой стороны добиться максимального удовлетворения потребителей. То есть основой формирования концепции бережливого производства является создание цепочки ценностей для конкретного предприятия, а затем оптимизация данной цепочки за счет выявления и устранения лишних потерь. Для того, чтобы выявить лишние затраты нужно создать карту потока ценностей, определить на его основе лишние затраты, а потом организовать производство по принципу

вытягивания — на следующий этап подается столько затрат, сколько необходимо для производства. То есть производится, столько продукции, сколько нужно заказчику.

Системе кайдзен также является концепцией бережливого производства и заключается в том, что происходят постоянные совершенствования производства на основе выявления недостатков в текущем режиме. Данная система включает взаимодействие участников процесса, их дисциплину, улучшение морального состояния, внесение постоянных предложений по совершенствованию.

Также к инструментам бережливого производства относится система 5С, включает пять принципов организации эффективного рабочего места: сортировка, рациональное положение, уборка, внедрение стандартов, постоянное совершенствование. Принцип быстрой переналадки, как отмечают специалисты [2; 6], позволяет за несколько минут или секунд переналадить производство с учетом изменений в спросе. Для этого готовятся материалы, штампы и приспособления, производится их закрепление и размещение. В итоге время переналадки снижается за счет разделения внешних и внутренних действий, применения функциональных зажимов, использования специальных приспособлений.

Система всеобщего ухода за оборудованием (TPM — Total Productive Maintenance) позволяет улучшать качество оборудования, так как ориентируется на максимально эффективную профилактику его работоспособности.

Система точно вовремя (Just-In-Time) заключается в том, что материалы подаются на текущую стадию с предыдущей точно в тот момент, когда они нужны, что позволяет снизить незавершенное производство, а также запасов материальных ценностей.

Таким образом, использование концепции бережливого производства позволяет оптимизировать производственную логистику за счет постоянных улучшений, устранения излишних затрат, рационализации рабочего места и операций, проведения быстрой переналадки оборудования, организации эффективной его профилактики, поставки материалов в точно необходимом количестве. Приведенные инструменты бережливого производства являются наиболее часто используемыми и широко известными.

Литература:

1. Григорьев А. А., Кузнецов М. М. Повышение эффективности производства инструментами бережливого производства // Вестник научных конференций. — 2018. — № 10–4 (38). — С. 34–35.
2. Литвинов И. Е., Коркишко А. Н., Чухлатый М. С., Набоков А. В. Бережливое производство как основа для повышения эффективности производства // Экономика и предпринимательство. — 2019. — № 2 (103). — С. 1132–1136.
3. Мельников О. Н., Ганькин Н. А. Отечественный опыт в области научной организации производства и возможности его использования с позиций бережливого производства // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2018. — Т. 9. — № 4. — С. 530–545.
4. Охотников, И. В. Бережливое производство как инструмент обеспечения безопасности производственных систем // Системы и механизмы обеспечения экономической безопасности России: материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. Т. М. Степанян. — Саратов: ИИРПК, 2019.

5. Степанян, Т. М. Современные тенденции рынка транспортно-логистических услуг. — Нижний Новгород: «ООО Стимул-СТ», 2019.
6. Франкив В. Р. Преимущества бережливого производства. Зачем внедрять бережливое производство? // XI Международный молодежный форум «Образование. Наука. Производство». Материалы форума. Белгород, 2019. С. 1744–1748.
7. Шибанов К. С. Бережливое производство: непрерывный поток и системы вытягивания // Colloquium-journal. — 2019. — № 2–6 (26). — С. 41–42.

Тенденции развития сервисных услуг сферы бизнес-авиации на современном российском рынке авиаперевозок

Макашин Андрей Евгеньевич, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В статье автор выделяет основные тенденции развития сервисных услуг сферы бизнес-авиации на современном российском рынке авиаперевозок.

Ключевые слова: бизнес-авиация, сервисная услуга, рынок авиаперевозок, тенденция.

В 90-х годах прошлого века с переходом на рыночные отношения в России образовалась новая отрасль в сфере авиаперевозок — бизнес-авиация. Эта новая отрасль была полностью ориентирована на деловые круги и была призвана обеспечить авиапассажирам мобильность ведения бизнеса как в России, так и за ее пределами [2].

За тридцать лет отрасль бизнес-авиации продвинулась вперед как в создании соответствующих авиакомпаний, так и в создании наземной инфраструктуры и улучшении сервиса.

Можно с уверенностью сказать, что бизнес-авиация является одной из составных частей глобальной транспортной системы. Она способствует экономическому росту и создает десятки тысяч рабочих мест, обеспечивая авиапассажирам безопасную и эффективную перевозку.

Но прежде чем перейти к тенденциям данной сферы, необходимо раскрыть такие понятия как «бизнес-авиация» и «сервисная услуга», о которых далее будет идти речь.

Стоит обратить внимание на то, что четко сформулированного и юридически зафиксированного определения «бизнес-авиация», а также норм, регулирующих ее деятельность, в российском законодательстве нет. Однако, согласно документам Европейской ассоциации бизнес-авиации (ЕБАА) «бизнес-авиация» — это сектор авиации, относящийся к воздушным судам, эксплуатируемым или используемым компаниями для перевозки пассажиров и багажа (груза), а так же, как дополнительный инструмент ведения бизнеса компаний [4].

Сервисная услуга — особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями [1].

Объектом данной работы являются сервисные услуги.

Предметом — тенденции развития сервисных услуг на современном российском рынке авиаперевозок.

Изучение тенденций развития сервисных услуг заслуживает внимания, так как их анализ может способствовать разработке рекомендаций, направленных на совершенствование данной сферы.

На сегодняшний день как на мировом, так и на российском рынке бизнес-авиаперевозок сложилась ярко выраженная тенденция доминирования международных рейсов над внутренними. Данная тенденция обусловлена тесным сотрудничеством с иностранными компаниями и потребностью в проведении переговоров с представителями компаний за рубежом.

В бизнес-авиации Российской Федерации присутствует тенденция к увеличению числа бизнес-полетов за пределами Московского авиационного числа, то есть в регионы России.

Складывается устойчивая тенденция динамического роста вертолетных деловых авиаперевозок. Повышенная востребованность в вертолетном сообщении является следствием неразвитости наземной транспортной инфраструктуры, особенно это актуально для отдаленных регионов России.

На российском, как и на мировом рынке авиаперевозок активно развивается аутсорсинг. Особенно популярно привлечение по аутсорсингу операторов наземного обслуживания перевозок.

Следующей тенденцией является создание и предоставление мест стоянок в ангарах для воздушных судов, что является уникальной аэропортовой услугой, при условиях наличия ангара. Хранение воздушного судна бизнес-авиации (преимущественно самолета конкретного юридического или физического лица) в ангаре — повсеместная европейская и американская практика, которая с каждым годом набирает популярность и в Российской Федерации, благодаря строительству и вводу в эксплуатацию новых ангарных комплексов.

Хранение воздушных судов в ангаре в большинстве случаев имеет сезонный характер, пик которого приходится на зимний период. Однако, ВС иностранного производства не приспособлены к экстремальным для них температурам, которые характерны многим регионам России.

Также происходит определенное расширение «уровня» авиапассажиров, пользующихся бизнес-рейсами. Если раньше этой услугой пользовались только собственники компаний, президенты и вице-президенты корпораций, то теперь эти услуги становятся доступными для широких групп топ-менеджеров и специалистов.

Так как рынок Московского авиационного узла обслуживает приблизительно 42% объема сферы авиаперевозок российской бизнес-авиации, то можно утверждать, что для рынка наземного обслуживания характерны такие же мировые и внутрirosсийские тенденции и закономерности [3].

Развитие бизнес-авиаперевозок в регионах РФ влечет за собой развитие наземной аэропортовой инфраструктуры.

Основываясь на анализе текущих процессов развития аэропортов, сформулированы основные тенденции бизнес-авиации РФ:

- с ростом численности воздушных судов бизнес-авиации в России существенно растет потребность в создании специализированных центров аэропортового обслуживания;
- в Российской Федерации растет потребность в развитии наземной инфраструктуры для обслуживания ВС бизнес-авиации и VIP-пассажиров;
- так как большому числу ВС бизнес-авиации в погодных условиях РФ необходимо ангарное хранение, резко возрастает спрос на специализированные (отапливаемые) места стоянок в ангарах;
- в России идет стремительный рост вертолетных авиаперевозок. Востребованность вертолетного сообщения является следствием неразвитости наземной транспортной инфраструктуры.

Таким образом, можно сделать вывод, что на рынке авиаперевозок бизнес-авиации идет процесс расширения круга пользователей. Рынок услуг бизнес-авиации преобразуется из «консервативного», направленного на обслуживание привилегированного VIP-пассажира в более «демократичный», который становится наиболее доступен и другим категориям граждан.

Литература:

1. Аносова Т. Г., Танчев Ж. Технологии комфорта: учебное пособие. — 2016.
2. Анохина Ю. А. Особенности развития рынка бизнес-авиации в России на современном этапе // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. — 2009. — №. 143.
3. Пассажиропоток аэропортов России. — Текст: электронный // АВИА АДВ: [сайт]. — URL: https://www.avia-adv.ru/placement/airports/passenger-traffic.htm#placement_1 (дата обращения: 01.02.2021).
4. Guidelines and recommendations for charter flight contracting. — Текст: электронный // EBAA: [сайт]. — URL: <https://www.ebaa.org/resources/guidelines-and-recommendations-for-charter-flight-contracting-2/> (дата обращения: 01.02.2021).

Зарубежный опыт государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Мосева Дарья Николаевна, студент

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

В статье рассматривается опыт большинства развитых стран в государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в сфере. Выделяются общие тенденции развития государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в зарубежных странах.

Ключевые слова: *малый и средний бизнес, опыт зарубежных стран, государственная поддержка, МСП*

Нет единого эффективного подхода по поддержанию малого и среднего бизнеса. Подходы к этой проблеме разрабатываются в различных государствах исходя из их развитости, уровня благоприятности бизнес-среды, а также изменений внешних условий.

Высокая степень развития малого и среднего предпринимательства во многих странах совместно с активным эконо-

мическим ростом могут быть возможны исключительно с помощью разработки и внедрения инновационных решений. Вследствие этого основной упор в большей части стран сделан на предприятия, которые осуществляют деятельность в стратегически важных для государств областях.

Меры поддержки этих предприятий преимущественно направлены на содействие и стимулирование использова-

ния инновационной технологической базы для роста эффективности деятельности, а также на развитие экспорта. Не менее значительным пунктом в постоянном росте инновационного потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства является развитие исследовательски-промышленных кластеров, для которых строятся лаборатории, заказывается специальное оборудование и создаются рабочие помещения, проводится регулярное консультирование специалистов в отдельных сферах. Благодаря формированию рассматриваемых кластеров происходит образование корпоративных связей, которые существенно снижают издержки на поиск партнеров для предложения совместных проектов.

В разных странах существует персональная инфраструктура поддержания субъектов малого и среднего бизнеса, но среди них можно увидеть схожие тенденции. В первую очередь высокая степень адресности поддержки и ее нацеленность на стратегически важные для государств сферы, а также децентрализация системы поддержания субъектов МСБ. Их поддержка производится по большей части непрямыми финансовыми методами через коммерческие банки и лизинговые компании. Совершенствование государственной поддержки также происходит с помощью упрощения процедуры доступа к государственному заказу, роста целевых направлений субсидий и остальные аспекты модернизации мер государственной поддержки. Также проводится активная поддержка в области кадров, технологического развития, а также консультационная поддержка.

В качестве общей тенденции для большинства развитых стран можно выделить замещение прямой финансовой поддержки в виде невозвратных субсидий мерами не прямой финансовой поддержки. Подобные меры реализуются преимущественно через разнообразные компании в сфере финансовых услуг и частные фонды. В государствах, лидирующих в развитии малого и среднего бизнеса, от 50 до 70 процентов всех расходных обязательств, затрагивающих финансовую поддержку МСБ, производится в форме не прямой финансовой поддержки. Обращение к данному подходу позволяет оказать необходимую финансовую помощь огромному числу предприятий, делая ее более целенаправленной и повышая ее эффективность, что способствует развитию финансовых институтов.

Помимо всего ранее освещенного зарубежные государства переходят на более современные меры поддержки в области кадрового обучения:

- бесплатное оказание консультационных услуг (например, программа «Talk To A UK TI Export Adviser» в Великобритании);
- формирование менторских систем волонтеров (например, Service Corps of Retired Executives или Центры по поддержке женщин-предпринимателей);
- предоставление грантов и налоговых вычетов за наем молодых специалистов в узкоспециализированных областях.

Наиболее значительными в промышленной сфере являются меры поддержки предпринимателей в области техно-

логического развития. В развитых и приближенным к ним странах активно занимаются поддержкой кластеризации. Например, в Китае первые меры по стимулированию кластеризации были приняты еще в 70-х годах прошлого века. В Корее с 2005 года реализуются программы промышленных комплекс-кластеров. США, Германия и Великобритания не озвучивают задачу развития конкретных кластеров, но активно пользуются понятием «кластерного подхода», который предполагает учет локальной промышленной специализации при формировании портфеля поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Налоговые льготы в разных странах также могут различаться. Например, Австралия (в 2010 году) и Франция (в 2008 году) заменили сложную схему расчета налоговых вычетов, которая основана на объеме инвестиций с учетом чистого дохода от них, на более простую, которая принимает исключительно объем инвестиций. В Китае ранее вычетом могли воспользоваться только предприятия, которые работают в «Новых технологических зонах», теперь — все субъекты малого и среднего бизнеса, ведущие деятельности в высокотехнологической сфере.

Происходят постоянные изменения и в информационной поддержке. Одна из направленностей последних нескольких лет — создание единого портала по предоставлению всей информационной поддержки. Огромный акцент уделяется росту доступности государственного заказа посредством правительственных агентств по поддержке МСБ. Для оптимизации данных процессов создаются единые онлайн-платформы. Например, американская Supplier Scouting или английская Contrast Finder.

Опыт зарубежных стран демонстрирует следующие тенденции:

- происходит смещение внимания на поддержку инновационной деятельности и адресную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства;
- стимулируется экспортная деятельность, а не развитие МСП в общем;
- качественно меняется роль малого и среднего предпринимательства в инновационном развитии экономики;
- происходит повышение доли субъектов МСБ, которые принимают участие в партнерствах или консорциумах с целью осуществления предпринимательской деятельности.

Само собой, лучшие зарубежные практики могут быть адаптированы в России. Основной акцент здесь следует сделать на развитии инфраструктуры поддержки и формировании комфортных условий для ведения бизнеса. Необходимо развивать локальные центры развития субъектов МСП, расширять поддержку экспортно-ориентированных компаний (например, выделять наиболее перспективные направления для экспорта и оказывать им адресную поддержку), а также заменить прямую финансовую поддержку на не прямое и большее внимание уделять долевого финансированию венчурных фондов.

Литература:

1. Петров Д. В., Малое предпринимательство России: Современное состояние и перспективы // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020 — №2. — С. 215–219.
2. Артемов А. В., Малый и средний бизнес: понятие, критерии, категории субъектов, место и роль в рыночном хозяйстве // Социально-политические науки. — 2016. — №2. — С. 44–49.

Анализ обеспечения безопасности цепей поставок со стороны государства, государственных и частных компаний

Никитин Константин Максимович, студент магистратуры

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье анализируется роль, методы и меры обеспечения безопасности цепей поставок со стороны государства.

Ключевые слова: логистика, безопасность, цепи поставок, стратегия, транспортный комплекс.

Проблемы обеспечения безопасности цепей поставок, а также предупреждение потерь и убытков от чрезвычайных событий в процессе взаимодействия различных видов транспорта, как отмечают специалисты [2; 3; 6], приобретают важнейшее значение для эффективного функционирования транспортной отрасли любой страны. Это престиж страны, инвестиционная привлекательность и защита активов. Современные вызовы ставят перед государствами задачу по обеспечению безопасности на первые места.

Самый яркий тому пример пандемия коронавируса 2019–2020 года. По данным Всемирного Банка спад мировой экономики в 2020 году составил 4,3%, а прогноз роста на 2021 год составляет всего 4%. Одной из главных причин стал паралич мировой транспортной системы из-за закрытия границ между государствами. Из-за невозможности перемещения товаров по миру прокатилась волна банкротств, многие компании остались на рынке только благодаря дотациям от государств. В такой ситуации особенно актуальным становится вопрос эффективности и результативности деятельности организаций, в которых присутствуют обширные цепи поставок.

Государство со своей стороны заинтересовано в крепкой транспортной системе. Одну из главных ролей в ней занимает безопасность, в том числе и безопасность цепей поставок. При бурной международной торговле, особенно в послекризисное время, как отмечают специалисты [1; 4; 5], важно иметь прочные и эффективные цепи поставок, а так же самое время учесть опыт предыдущих лет и выработать новые стратегии, меры и инструменты для предотвращения таких ситуаций. Государство не участвует в логистических операциях лично, но выступает в роли регулятора, составителя норм и заказчика. основополагающим документом в данном направлении является «Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года».

Стратегия развития показывает основной вектор развития страны на период до 2030 года. Она охватывает огромным спектр направлений в транспортной сфере, в которых

будет вестись работа. В своем основании она имеет огромный аналитический труды прошлых документов этого же уровня, сотни аналитических данных, труды сотен людей и организаций. При составлении стратегий развития оно ориентируется на нужды населения, бизнеса и страны в целом, с учетом особенностей регионов, населения, условий и т. п. Одно из ключевых направлений является безопасность, согласно определению рассмотренным в пункте 1.2. данной работы.

В разделе стратегии «Повышение уровня безопасности транспортной системы» определяются задачи транспортной стратегии в рамках цели 5 «Повышение уровня безопасности транспортной системы», цели 6 «Снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду». В данной работе вызывает интерес цели 5, так как они больше всего влияют на цепи поставок.

Задачами транспортной стратегии по реализации цели 5 «Повышение уровня безопасности транспортной системы» являются: обеспечение безопасности движения, полетов и судоходства; обеспечение деятельности специализированных аварийно-спасательных служб во взаимодействии с МЧС на уровне, соответствующем международным и национальным требованиям; обеспечение транспортной безопасности объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств от актов незаконного вмешательства; обеспечение мобилизационной готовности транспортного комплекса; обеспечение безопасности перевозок грузов, требующих особых условий; обеспечение профессионального допуска к транспортной деятельности путем лицензирования или декларирования (уведомления); развитие средств и систем надзора в сфере транспорта; обеспечение потребности транспортного комплекса в специалистах с уровнем профессиональной подготовки, отвечающим требованиям безопасности и устойчивости транспортной системы.

Исходя из задач по 5 цели можно сказать, что обеспечение безопасности: ведется по 4 направлениям — мор-

ской, автодорожный, железнодорожный и воздушный транспорт; касается в первую очередь перевозок грузов, в том числе и опасного, крупногабаритного и с особыми условиями хранения; будет достигаться, в том числе за счет обеспечения потребности транспортного комплекса в высококвалифицированных специалистах и профессионального допуска к транспортной деятельности путем лицензирования.

Далее в Транспортной стратегии приведены меры и мероприятия по повышению безопасности и устойчивости транспортной системы по каждому виду транспорта. Если проанализировать эти меры и сравнить с менеджментом безопасности цепи поставок, то можно заметить, что у их много общего. По каждому направлению предложено: выявление угроз; выявление уровня готовности к ним; разработка мер по предотвращению угроз; разработка требований к допуску водителей (капитанов и пр.); разработка нормативных актов в области безопасности.

Можно сказать, что стратегия развития транспорта Российской Федерации до 2030 года во многом опирается на международные стандарты. Если суммировать, то итогом реализации транспортной стратегии до 2030 года, в том числе и те меры, цели, ожидания, которые не рассмотрены в данной работе, должно стать единое транспортное пространство России, конкурентная среда перевозок, высококачественная, эффективная и инновационная инфраструктура, в которой организации будут осуществлять свою транспортную деятельность.

Безусловно, это далеко не единственное, что предпринимает государство, для строительства и развития системы безопасности страны и в частности её цепей поставок.

Существует большое количество Федеральных проектов, таких как «Безопасные и качественные автомобильные дороги» (БКАД), «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» (КПМИ), «международная кооперация и экспорт», «цифровая экономика Российской Федерации» и многие другие, в которых безопасность имеет огромное значение.

За последнее время многие компании стали активно участвовать и развивать проекты совместно с профильными и смежными министерствами России, например «беспилотные перевозки», «высокоскоростные железные дороги», «единое цифровое пространство транспортного комплекса». Так же не обошло стороной и технический прогресс. Огромное количество новых технологий поступает на одобрение и экспертизу в министерства, начиная от модулей связи для грузовых машин и заканчивая роботизированными и автоматизированными средствами охраны стоянок воздушных судов. Например, Минтранс России оказывает активную помощь для инновационных и импортозамещающих технологий для транспортного комплекса путем приема заявок, экспертного рассмотрения, внесение в реестры, рекомендациями к использованию (внедрению) и созданием госзаказов для новых технологий.

Государство активно участвует в развитии транспортного комплекса, так как оно как никто заинтересовано в безопасной и эффективной транспортной системе. Именно транспортная система обеспечивает движение грузов всех производств, подвижность населения, движение транзитных, импортных и экспортных товаров, что в свою очередь обеспечивает позицию страны на международной арене.

Литература:

1. Байгельдин, Р. Р., Калина, М. В., Охотников, И. В. Анализ структуры и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг в национальной экономике России // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).
2. Охотников И. В., Сибирко И. В. Безопасность логистических систем и цепей поставок: монография. — Саратов: Амирит, 2020.
3. Охотников И. В., Платоненко Е. И., Сибирко И. В. Комплексная безопасность цепей поставок: учебное пособие. — Саратов: ИНИРПК, 2020.
4. Реализация транзитного потенциала Российской Федерации на основе развития международных коридоров: колл. монография / Под общей ред. Т. М. Степанян. — Саратов: ИИРПК, 2019.
5. Развитие международных транспортных коридоров на основе транспортно-логистических технологий: монография / [коллектив авторов]; Под общ. ред. Т. М. Степанян. — Саратов: Амирит, 2020.
6. Stepanyan, Tamara M., Okhotnikov, Ilya V., Spektor, Asiya A., Yashkova, Natalya V., Tumanov, Eldar V. (2019) Institutional and Legal Problems of Economic Safety // Journal of Advanced Research in Law and Economics. — Vol 10. — No 5 (43). — 2019. — P. 1561–1569.

Information systems for the implementation of innovative projects in the business incubation of Kazakhstan

Nurmashova Meiramkul Orazalykyzy, student master's degree program
National Research Nuclear University «MEPhI» (Moscow)

In the modern world, the topic of business and startups is relevant. There are many modern business incubators that need to provide an effective information system for the implementation of their projects. An effective information system is needed to allow project participants to access the necessary information and support the project from submitting an application to concluding an agreement with an investor. This article proposes solutions for using the information system in business incubators.

Keywords: information system, business incubation, infrastructure, implementation, reference book.

Today, many young people are struggling to start their own innovation-driven business in order to bring to market something fundamentally new or technology that will increase the competitiveness of a particular product. However, such developments often require access to suitable information, special equipment and materials. Many people do not have the opportunity to realize their idea at the initial stage, when there is only one idea and the desire to bring it to life. In order to create your own technical innovations, it is more logical to contact a business incubator that has a technical and material base.

This article is devoted to the study of organizational and technical management mechanisms and the assessment of experts of innovative projects in business incubators. The inclusion of an infrastructure mechanism in the project management system in the form of an electronic project manager based on convergent technologies is substantiated. It was shown that its use significantly increases the efficiency of expert assessments of projects, including their objectivity and the possibility of automated training of complex projects. [2]

Research focuses on business incubators that can work to develop an innovative small business sector and create conditions for an innovative environment. It should be noted that the problems of incubator management in an innovative economy are currently poorly studied and little covered in scientific publications. [5]

1. Overview on Kazakhstani incubators

The incubation process has become one of the infrastructure elements of entrepreneurship support, designed for a long time. Business incubators help in the development and creation of small and medium-sized enterprises, in most cases, of an innovative type [4].

Analyzing the Kazakhstani market, more than 10 incubators operate in the country. There is a map of the startup ecosystem of Kazakhstan, created in June 2018. The purpose of this card is to benefit all market participants — startups, investment companies, business angels, government and the corporate sector. For startups, it is a guide to the development of a business project: to whom and to which organization to contact at different stages of project development; for investors: where to look for start-up companies; states: what participants are on the market, what conditions need to be created to support it; for the corporate sector — to introduce innovations into their activities in partnership with existing market players.

The startup ecosystem map was created by the MOST incubator. In addition to MOST itself, there are nFactorial, TechGarden, Astana Hub, Impact Hub, Sod-Bi, SmArt. Point, Astana Business Campus, KBTU Startup Incubator, KazNU Science and Technology Park and Venture PSU. Most of the incubators are located in Nur-Sultan and Almaty.

These business incubators in Kazakhstan work in three directions:

- independent: nFactorial, Astana Hub, SmArt. Point, MOST, Impact Hub, TechGarden, SodBi.
- student: Astana Business Campus, KBTU Startup Incubator, Science and Technology Park of KazNU named after Al-Farabi, PSU named after S. Toraigyrova «Venture».
- accelerators: ico. Startup Kazakhstan, Technation, Astana Business Campus Quick Start, MOST.

MOST officially launched in September 2015. It became the first private business incubator in Kazakhstan that supports innovators at the stages from the idea of an idea to its implementation. In total, more than 60 companies passed through MOST, 15 of them were able to attract investments from the market.

Astana Hub, the international technopark of IT startups, has been launched in 2018 in Astana on the territory of the EXPO. In February, the first stream of the acceleration program was launched, in which 10 startups participated, and about 50 teams entered the incubator. The purpose of the Technopark is to develop an ecosystem of innovations for IT business in Kazakhstan. To do this, they provide support to entrepreneurs from the idea stage to the formation of a successful business.

In Kazakhstan, the state is also involved in supporting the innovation ecosystem. Under the National Agency for Technological Development (NATD), technoparks used to work in the regions of the country. But now the agency has moved from managing technoparks to a policy of stimulating business incubators. Therefore, within the framework of a single program «Business Roadmap — 2020», a program to support business incubation was developed.

NATD will conclude a three-year contract with each of the incubators. According to the agency, the program will help the Kazakhstani ecosystem of business incubation to become self-sufficient both financially and in terms of competence. And this, in turn, will stimulate the development of startups in the country. To assist in the development of incubation and developed a

program. And to stimulate investment in startups, amendments to the legislation on venture financing were adopted.

The innovative activity of companies in Kazakhstan is growing. According to the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy, in 2003 this indicator for technological innovations was 2.1%, and by 2017 it more than doubled — to 5.7%. And if we take into account all types of innovations, then the numbers are higher — 9.6%.

The market is also changing noticeably. Previously, there was almost no talk about startups, but now in Kazakhstan, several thematic conferences are held every year.

2. The architecture of the information system for supporting projects of innovative business incubators

An information system for supporting projects of innovative business incubators based on organizing the selection of projects for investors using an electronic dispatcher who interacts with the expert commission, the project database and all information on the project that is required by potential investors [1].

This diagram shows the queue for the provision of public services:

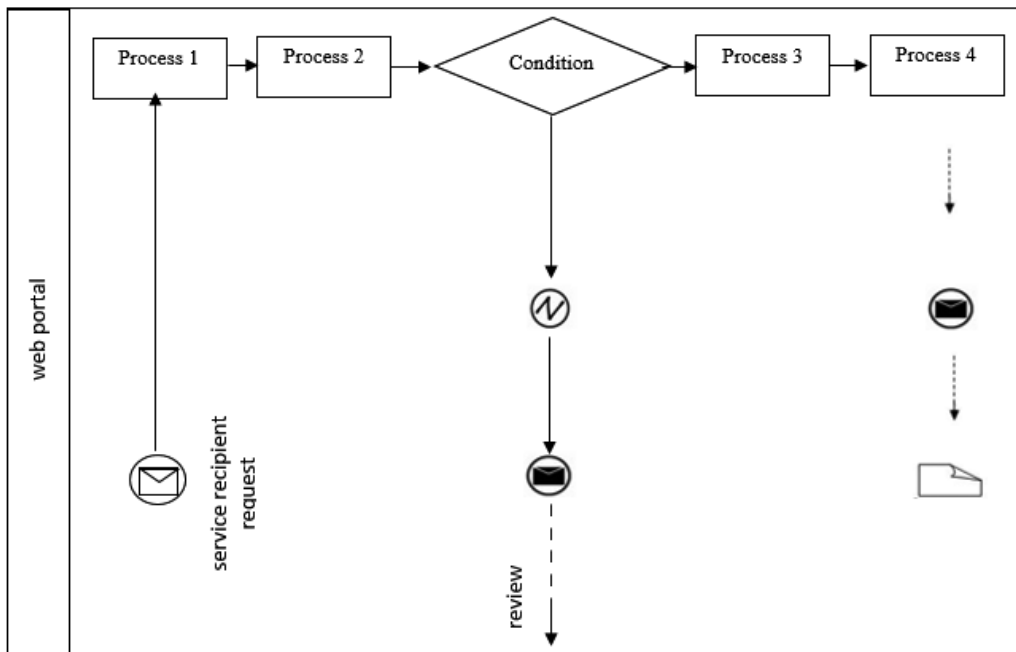


Fig. 1. Diagram of the functional interaction of information systems involved in the provision of public services

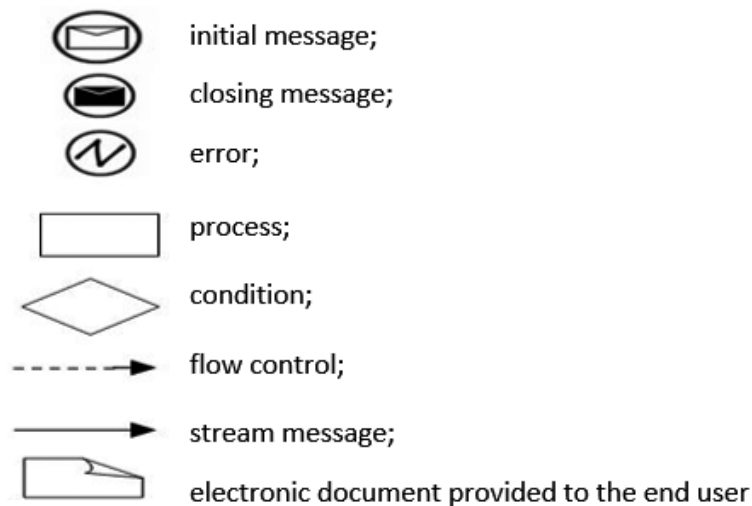


Fig. 2. Symbols

Providing state grants to small businesses for the implementation of new business ideas within the framework

of the State program for support and development of business «Business Roadmap 2020».

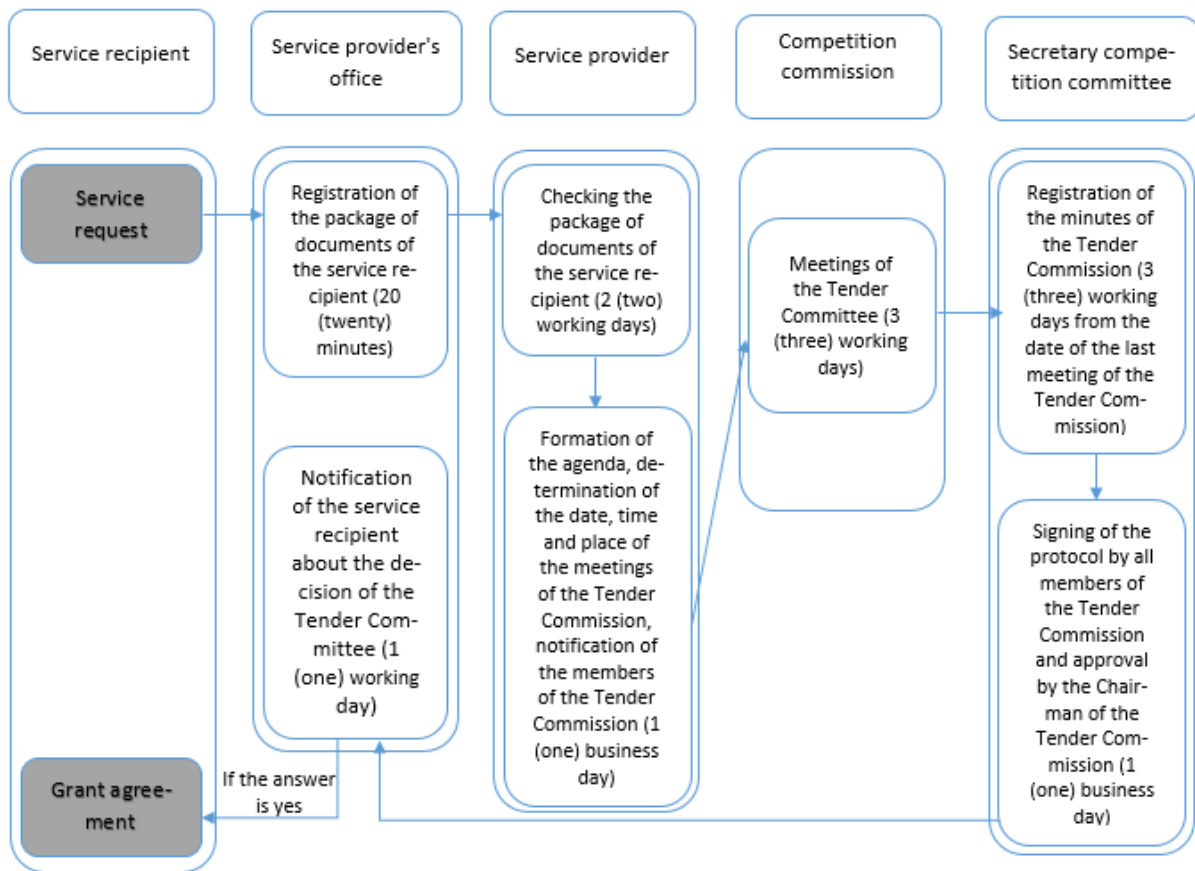


Fig. 3. Directory of business processes for the provision of public services




-  - the beginning or completion of the provision of public services;
-  - the name of the procedure (action) of the service recipient and (or) the structural and functional unit;
-  - go to the next procedure.

Fig. 4. Symbols of data in the reference book

Public service delivery form: paper / electronic.

Description of the order of actions of the structural divisions (employees) of the service provider in the process of rendering public services:

The content of the procedures that are part of the process of providing public services, the duration of the execution:

- action 1 — the office of the service provider accepts and registers the package of documents of the service recipient. Duration of execution — 20 minutes;
- action 2 — the service provider's executor checks the completeness of the package of documents, checks the service recipient's project for compliance with the conditions for the provision of public services, considers information about participation in other state programs, the use of other state support measures through state

development institutions, considers projects of service recipients implemented in the prio — sectors of the economy of high priority for the region, submits to the RCC a list of projects of service recipients, forms an issue on the agenda, determines the date, time and place of the RCC meeting. Duration of execution — 5 working days;

- action 3 — holding a meeting of the RCC. Duration of execution — 1 working day;
- action 4 — the RCC secretary draws up the minutes of the RCC meeting, preparation of an extract from the minutes of the RCC meeting and a cover letter. Duration of execution — 2 working days;
- action 5 — the service provider's office is registering a cover letter and an extract from the minutes of the RCC meeting. Duration of execution — 1 working day.

The term for the provision of public services from the date of delivery of the package of documents to the service provider is 11 working days.

The result of the procedure for the provision of public services in accordance with action 1, referred to in paragraph 5 of this Regulation, are registered documents of the service recipient, which serve as the basis for initiating the implementation by action 2 specified in paragraph 5 of this Regulation.

The result of the procedure for the provision of public services under action 2, specified in clause 5 of these Regulations, is the coordination of the date, time, place of the meeting of the RCC, which serves as the basis for starting the implementation of action 3 specified in clause 5 of these Regulations.

The result of the procedure for the provision of public services according to action 3, specified in paragraph 5 of these Regulations, is a meeting of the RCC, which serves as the basis for starting the implementation of action 4 specified in paragraph 5 of these Regulations.

The result of the procedure for the provision of public services according to action 4, specified in paragraph 5 of this Regulation, is a completed RCC protocol, indicating the reasons for the provision / non-provision of guarantees, which serves as the basis for starting action 5 specified in paragraph 5 of these Regulations.

The result of the procedure for the provision of public services according to action 5, specified in paragraph 5 of these Regulations, is an extract from the RCC minutes. [7]

The procedure for applying and the sequence of procedures of the service provider and the service recipient in the provision of public services through the web portal:

- 1) the service recipient performs registration on the web portal using his registration certificate with an EDS, which is stored in the Internet browser of the service recipient's computer (carried out for unregistered service recipients on the web portal);
- 2) process 1 — attaching an EDS registration certificate to the Internet browser of the recipient's computer, the process of entering the password by the recipient (authorization process) on the web portal for obtaining public services;
- 3) condition 1 — verification on the web portal of the authenticity of the data about the registered service recipient through the login (IIN / BIN) and password;
- 4) process 2 — the formation by the web portal of a message about the refusal of authorization in connection with the existing violations in the data of the service recipient;
- 5) process 3 — selection by the service recipient of the service specified in this regulation, displaying the request form for the provision of the service and filling in the form by the recipient (data entry), taking into account its structure and format requirements, attaching the necessary documents to the request form in electronic form;
- 6) process 4 — payment for services at PSHEP, and then this information enters the IS of the GBD;

- 7) condition 2 — checking in the IS GDS of the fact of payment for the provision of the service;
- 8) process 5 — the formation of a message about the refusal of the requested service, due to the lack of payment for the provision of the service in the IS GBD;
- 9) process 6 — selection by the service recipient of the registration certificate with an EDS for certification (signing) of the request;
- 10) condition 3 — verification on the web portal of the validity period of the registration certificate of the EDS and the absence in the list of revoked (canceled) registration certificates, as well as the correspondence of identification data between the IIN / BIN specified in the request and the IIN / BIN specified in the registration certificate of the digital signature;
- 11) process 7 — generation of a message about the refusal of the requested service due to non-confirmation of the authenticity of the EDS of the service recipient;
- 12) process 8 — certification (signing) by means of the EDS of the service recipient of the completed form (entered data) of the request for the provision of the service;
- 13) process 9 — registration of an electronic document (service recipient's request) in the IS GBD and processing the request in the IS GBD;
- 14) condition 4 — verification by the service provider of the compliance of the service recipient with the qualification requirements and the grounds for the provision of public services;
- 15) process 10 — generation of a message about the refusal of the requested service due to existing violations in the data of the service recipient in the IS SBS;
- 16) process 11 — the receipt by the service recipient of the result of the provision of public services generated by the web portal. An electronic document is generated using the EDS of an authorized person of the service provider.

Note. Explanation of abbreviations:

IS GBD — information system of the state database;

IIN — individual identification number;

BIN — business identification number;

PSHEP — «electronic government» payment gateway;

EDS is an electronic digital signature. [8]

Conclusion

For people who want, but are unable to start their own business on their own due to financial difficulties or lack of knowledge, a business incubator is a unique opportunity to realize their entrepreneurial talent. When the project is approved as an object of support, the company is provided with a quick start, accelerated development and minimization of risks. [6]

For those who want to start their own business, but cannot open due to financial difficulties or lack of knowledge, a business incubator is a unique opportunity to develop their entrepreneurial skills. If the project is approved as a form of support, the company will launch quickly, grow quickly and reduce risks. [3]

In this article:

- a study was carried out on the experience of business incubation in Kazakhstan in order to clarify and define the mechanisms for managing existing infrastructure projects;
- the organizational and technical model of managing an innovative business incubator based on a technological platform using convergent technologies was combined;
- for the implementation of the management system and expert evaluation of projects by incubators, a version of the basic configuration model was proposed in the

network, in online mode. The economic efficiency of its implementation was based on investment projects in order to constantly monitor the status of potential baseline information.

In conclusion, I would like to note that the development and implementation of this system will reduce the percentage of choice for financial support of low-quality and increase the number of potentially attractive investment projects, which means it will allow the country to reach a new level. An increase in the quality of service delivery and this will be available to an online entrepreneur is also given access by an online entrepreneur.

References:

1. Multi-agent information system for supporting projects of innovative business incubators / S. G. Fomicheva, T. N. Elina, S. S. Panchenko, I. S. Belyaev // Modern trends in science and education: Sat. scientific tr according to the materials of the Intern. scientific-practical conf. March 3, 2014 at 6 p. Part II. — M.: AR-Consult, 2014. — S. 126.
2. Chertina, E. V. Comprehensive quantitative assessment of innovative IT projects based on fuzzy — multiple descriptions / E. V. Chertina, I. Yu. Kvyatkovskaya // Caspian Journal: Management and High Technologies. — 2016. — No. 1 (33). — S. 50–62.
3. Chertina, E. V. Information System for Evaluation, Analysis, Selection and Monitoring of Innovative IT Projects / E. V. Chertina, I. Yu. Kvyatkovskaya // Fundamental research. — 2016. — No. 5. Part 3 — S. 526–530.
4. Landau Yu. V., Chernitsova K. A. The concept of the maturity of business processes // Innovations and Investments. 2013. No. 7. S. 110–113.
5. Chernitsova K. A. Economic advantages of developing customer focus on business // Bulletin of the Russian University of Economics G. V. Plekhanov. 2014. No. 7 (73). S. 64–71.
6. Levin Yu. A., Pavlov A. O., Konotopov V. M. Evaluation of an entrepreneurial motive for profit as one of the factors in the spread of innovation // Innovations and Investments. 2014. No. 10. P. 21–22.
7. <http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500011181>
8. <https://legalacts.egov.kz/npa/view?id=1781326>

Сущность анализа финансовой устойчивости компании

Олейник Ксения Вадимовна, студент

Научный руководитель: Плотникова Олеся Владимировна, доктор экономических наук, доцент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Анализ финансовой устойчивости компании играет важную роль в оценке финансового состояния организации. Финансовая устойчивость определяется посредством эффективного создания запасов и рационального использования финансовых ресурсов. В настоящей статье рассматривается понятие и сущность финансовой устойчивости, цель и методика проведения анализа. Также затронуты вопросы об оценке финансовой устойчивости, которая основана на системе относительных показателей, то есть коэффициентов.

Ключевые слова: анализ финансовой устойчивости, платежеспособность, относительные показатели, стабильность, средства, источники финансирования.

The essence of the company's financial stability analysis

Olejnik Ksenija Vadimovna, student

Scientific adviser: Plotnikova Olesja Vladimirovna, doctor of economic sciences, associate professor

Novosibirsk State University of Economics and Management

Analysis of the financial stability of the company plays an important role in assessing the financial condition of the organization. Financial sustainability is determined through effective inventory creation and rational use of financial resources. This article discusses the concept and essence of financial stability, the purpose and methodology of the analysis. Questions about the assessment of financial stability, which is based on a system of relative indicators, that is, coefficients, are also raised.

Keywords: analysis of financial stability, solvency, relative indicators, stability, funds, sources of financing.

Актуальность темы анализа финансовой устойчивости заключается в оценке стабильности финансового положения компании путем расчета специальных коэффициентов.

Как известно, финансовая устойчивость характеризуется составом и структурой источников финансирования деятельности предприятия. В научной литературе под финансовой устойчивостью понимается один из показателей, который отражает баланс денежных (финансовых) потоков, необходимые для продолжения текущей деятельности компании [3].

Также, под финансовой устойчивостью можно понимать характеристику стабильности финансового положения компании, обеспечиваемой высокой долей собственного капитала в общей сумме финансовых источников [1, с. 22].

Цель анализа финансовой устойчивости заключается в правильном понимании рационального управления средствами компании. Низкая финансовая устойчивость организации является причиной неплатежеспособности предприятия. Иначе говоря, организация не в силах производить расчеты с поставщиками, контрагентами, кредитными учреждениями и с другими юридическими лицами. Переизбыток лишних средств также вредит компании.

Далее, выделим основные задачи финансовой устойчивости организации:

1. Расчет показателей и объективная диагностика финансового состояния;
2. Разработка рекомендаций по улучшению состояния компании, ее финансовой устойчивости;
3. Прогнозирование.

Базой для анализа финансовой устойчивости организации является бухгалтерская (финансовая) отчетность. А именно, фундаментом для анализа компании являются бухгалтерский баланс и приложение к нему, отчет о финансовых результатах, отчет об изменении капитала и отчет о движении денежных средств.

Показатели финансовой устойчивости в научной литературе подразделяют на две группы:

- абсолютные;
- относительные.

К абсолютным показателям относятся финансовые запасы и источники финансирования. Запасы могут пополняться благодаря оборотным средствам и кредитам организации.

Относительные показатели финансовой устойчивости — это основа определения финансовой устойчивости. К ним относятся коэффициенты финансовой независимости, финансового рычага, обеспеченности собственными средствами и ряд других финансовых показателей [3].

При проведении анализа финансовой устойчивости компания заинтересована, прежде всего, в том, кому будут адресованы результаты оценки финансовой устойчивости предприятия. По этому поводу можно выделить две группы пользователей, заинтересованных в финансовой устойчивости организации: внешних и внутренних.

Внешние пользователи представляют собой следующий перечень лиц: государство, поставщики, контрагенты, инвесторы и кредитные учреждения. Прежде всего, их интересует степень платежеспособности компании.

Соответственно, к внутренним пользователям относятся само предприятие, заинтересованное, прежде всего, в сохранении платежеспособности на годы вперед [2].

При проведении анализа финансовой устойчивости должен быть соблюден ряд аналитических процедур. Рассмотрим их наиболее подробно.

1. Вначале анализа финансовой устойчивости организации необходимо описать состав и структуру активов. В том числе необходимо рассмотреть источники их формирования. На данном этапе проведения анализа большую роль играет оценка рациональности количества собственного и заемного капитала.

2. Следующее, что необходимо проанализировать это обеспеченность организации запасами. Данный показатель характеризует платежеспособность компании, или же наоборот — неплатежеспособность. Наличие источников запасов можно определить путем расчета таких показателей как оборотные средства, собственные или долгосрочные источники запасов и затрат, а также общая величина запасов и затрат компании.

3. Завершающим этапом процедур финансово устойчивости является расчет и анализ относительных показателей. Как было сказано выше, относительные показатели — это основа определения устойчивости. К ним относятся коэффициенты финансовой независимости, финансового рычага, обеспеченности собственными средствами и ряд других показателей. Анализ относительных показателей определяет финансовую устойчивость как отношение абсолютных показателей. На данном этапе компания отслеживает динамику изменения коэффициентов в течение нескольких лет [3].

На финансовую устойчивость влияет множество внутренних и внешних факторов.

К внутренним факторам относятся:

- положение компании на рынке, ее отраслевая принадлежность;
- величина издержек производства;
- размер уставного капитала;
- эффективность совершения финансовых операций;

- уровень подготовки финансовых менеджеров компании и другие внутренние факторы.

К внешним факторам можно отнести следующие факторы:

- инфляция;
- изменение налоговой системы;
- экономическая и финансово-кредитная политика государства;
- колебание валютных курсов;
- конкуренция;
- сезонность поступления денежных потоков и другие внешнеэкономические факторы [4].

Как правило, компания не способна воздействовать на внешние факторы, поэтому ей приходится под них подстраиваться. Внутренние факторы, наоборот, являются наиболее зависимыми. Посредством влияния на внутренние факторы организация способна корректировать свою

финансовую устойчивость. Влияние внешних и внутренних факторов может ослаблять финансовую устойчивость компании, если не взять их под контроль.

Таким образом, сущность анализа финансовой устойчивости заключается в том, что финансовая устойчивость характеризует рациональное использование финансовых ресурсов, следовательно, обеспечивает стабильное положение компании на рынке труда. Благополучие компании зависит от регулярной оценки ее финансового состояния, которое в свою очередь характеризует анализ финансовой устойчивости компании. Для того чтобы провести анализ финансовой устойчивости, необходимо выполнить определенные расчеты на основе бухгалтерского баланса.

Анализ финансовой устойчивости позволяет продемонстрировать успешное развитие компании в быстроменяющейся среде.

Литература:

1. Анализ финансового состояния коммерческой организации: учеб. — метод. пособие / Н. В. Некрылова, А. В. Понукалин, Т. Е. Кузнецова, Л. А. Петрова. — Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. — с. 100 — Режим доступа: <https://elib.pnzu.ru/files/eb/dM5zvFHs6vW.pdf>
2. Данилова Н. Л. Сущность и проблемы анализа финансовой устойчивости коммерческого предприятия // Концепт (научно-методический журнал) — 2017. — № 02. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-problemy-analiza-finansovoy-ustoychivosti-kommercheskogo-predpriyatiya/viewer>
3. Анализ финансовой устойчивости [Электронный ресурс] URL: <https://blog.likecentre.ru/finansy/analiz-finansovoy-ustoychivosti/>
4. Сущность финансовой устойчивости и ее основные факторы [Электронный ресурс] URL: <https://novainfo.ru/article/10914>

Исторический аспект энергетической политики стран Ближнего Востока

Свиридов Артем Александрович, студент магистратуры
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Регион Ближнего Востока начинает играть значимую энергетическую роль в политике на протяжении XX века после нахождения полезных ископаемых, в частности нефти (ставшей впоследствии «ядром» энергетической политики стран Ближнего Востока), а также процесса деколонизации и провозглашения независимости рядом государств.

После Второй мировой войны западные компании начинают полномасштабную разработку нефтяных месторождений на Ближнем Востоке. Так, например, в Саудовской Аравии поиск и разработка месторождений началась с 1933 года, и к 1949 в стране уже была хорошо налаженная нефтяная индустрия.

В 1949 году Венесуэла и Иран предприняли первые шаги в направлении создания международной организации, пригласив Ирак, Кувейт и Саудовскую Аравию улучшить связи и сотрудничество между странами-экспортерами

нефти. В то же время США были одновременно крупнейшим в мире производителем и потребителем нефти; на мировом энергетическом рынке господствовала группа транснациональных компаний, прозванных «Семью сестрами» (Exxon, Royal Dutch Shell, Texaco, Chevron, Mobil, Gulf Oil и British Petroleum). Пять из них появились в США после распада первоначальной монополии «Стандард Ойл» Джона Д. Рокфеллера. [3, с. 99] Страны-экспортеры нефти в конечном итоге были мотивированы к созданию своеобразной организации-картеля в качестве противовеса этим гигантам, обладавшими политической и экономической мощью.

10–14 сентября 1960 года в г. Багдад по инициативе нефтедобывающих стран: Ирака, Саудовской Аравии, Ирана, Венесуэлы и Кувейта была учреждена Организация государств—экспортёров нефти (ОПЕК) [1, с. 560]. Целью образования этого объединения стало устремление «но-

воиспеченных» суверенных государств взять контроль над собственными ресурсами и их использованием с учётом своих интересов. В 1960-х годах на мировых рынках существовало излишнее предложение нефти, и вследствие этого одной из целей образования ОПЕК было предотвращение дальнейшего снижения цен. ОПЕК разработала своё общее видение добычи нефти и создала Секретариат организации, который располагается ныне в Вене. В ноябре 1962 года ОПЕК зарегистрирована в Секретариате ООН как полноправная межправительственная организация.

В конце 60-х годов принята Декларация «О нефтяной политике государств — членов ОПЕК», в которой устанавливалось неотъемлемое право всех стран на осуществление непрерывного суверенитета над своими природными ресурсами в интересах их национального развития.

К 1970 году, всего за десять лет ОПЕК превратилась в мощную организацию, силу, которая способна противостоять нефтяному картелю западных стран. Страны-экспортеры смогли увеличить свое влияние на ценообразование нефти и даже провести национализацию некоторых нефтедобывающих предприятий, которая широкой волной прокатилась практически по всем исламским государствам. Лидеры арабских стран все настойчивее заявляли о более выгодном для себя перераспределении прибыли от продажи нефти.

Переломным моментом для них стал начавшийся 6 октября 1973 года военный конфликт с Израилем. Назревавшее долгие годы противостояние между соседними ближневосточными странами — Египтом и Израилем, вылилось в вооруженное столкновение, в котором египетские и сирийские вооруженные силы совместными усилиями внешне атаковали Израиль.

Причиной послужило стремление Египта и Сирии восстановить свою территориальную целостность и вернуть оккупированные израильскими войсками в 1967 году, в результате «Шестидневной войны», Синайский полуостров и Голанские высоты.

Это столкновение продолжалось всего восемнадцать суток, и было четвертым крупным арабо-израильским конфликтом, названным впоследствии «войной Судного дня». В этом противостоянии США и ряд западных стран поддержали Израиль.

В ответ на это арабы нанесли мощный экономический удар. Уже на второй день войны были прекращены переговоры о ценах на нефть, которые проходили в Вене между странами-экспортерами и монополиями. А 16 октября 1973 года несколько ближневосточных стран — Саудовская Аравия, Иран, Ирак Кувейт, Абу-Даби и Катар заявили о намерении повысить цены на нефть на 70%. Цена на аравийскую нефть резко поднялась до 7,15 долларов за баррель. [1, с. 661–663]

Это было началом мирового нефтяного кризиса или, так называемого, «нефтяного эмбарго», введенного в 1973–1974 годы. В первую очередь, кризис сильно задел экономику стран Западной Европы, США и Японии.

В европейских странах резко возросло число обанкротившихся предприятий: в США на 6%, в Великобритании на 47%, в ФРГ на 40%, во Франции на 27%, в Японии на 42%.

В целом в результате этого нефтяного кризиса произошло снижение промышленного производства: в США на 13%, в ФРГ на 22%, в Италии на 14%, во Франции на 13%, в Великобритании на 10%, в Японии на 20%. Курсы акций с декабря 1973 года по декабрь 1974 года упали: в США на 33%, в Великобритании на 56%, во Франции на 33%, в Италии на 28%, в ФРГ на 10%, в Японии на 17%. [4]

Оценивая последствия кризиса, журнал «Таймс» писал, что со времен Второй Мировой войны не происходило ни одного события, которое привело бы к таким широкомасштабным международным последствиям.

Годы нефтяного кризиса стали временем, во многом определившим вектор направления развития глобальной экономики в дальнейшем.

В 1982 году Саудовская Аравия осуществила давление на ОПЕК, настаивая на пересмотре квот на добычу для ограничения производства и повышения цен. Когда страны ОПЕК не пожелали исполнить это требование, Саудовская Аравия сократила свою собственную добычу с 10 миллионов баррелей в день в 1979–1981 годах до одной трети этого уровня в 1985 году. Когда стало понятно, что эта мера малоэффективна, Саудовское королевство скорректировало свою энергетическую политику и «затопило» рынок дешевой нефтью, в результате чего цены упали ниже 10 долларов США за баррель, а более дорогостоящая добыча нефти стала невыгодной.

Столкнувшись с возрастающими экономическими трудностями (которые способствовали распаду социалистического блока), «свободные» экспортеры нефти, ранее игнорировавшие соглашения ОПЕК, в конце концов приступили к ограничению добычи, чтобы помочь поддержанием цен, на основе кропотливо согласованных национальных квот, которые стремились сбалансировать связанные с нефтью их собственные ухудшившиеся экономические показатели с 1986 года.

90-е годы и начало XXI в. обернулись также рядом знаковых событий в энергетической политике.

Накануне своего вторжения в Кувейт в августе 1990 года президент Ирака Саддам Хусейн подталкивал страны ОПЕК к сокращению добычи и повышению цен на нефть, чтобы форсировать восстановление экономики своей страны после затяжной ирано-иракской войны 1980–1988 гг. Но эти две войны Ирака против «коллег» — основателей ОПЕК привели к низкому уровню единства ближневосточных акторов энергетической политики, и цены на нефть стремительно упали после недолгих перебоев в поставках.

Теракт Аль-Каиды 11 сентября 2001 года в США и вторжение Штатов в Ирак в марте 2003 года оказали даже более слабое краткосрочное воздействие на цены на нефть [2].

Таким образом, история энергетической политики показывает, что она по своей сути является неотъемлемой ча-

стью общей политики стран Ближнего Востока, своеобразным «нервом» их внешнеполитического курса, поскольку

в большой степени является жизненно важной для их полноценного существования на мировой арене.

Литература:

1. Ергин Дэниел. Добыча. Всемирная история борьбы за нефть, деньги и власть / Дэниел Ергин; перевод с английского А. Кватковского [и др.]. — М.: Альпина паблишер, 2019
2. Катамидзе В. И. Ирако-Кувейтский конфликт (К 10-летию Войны в Заливе). М., 2000
3. Фурсенко А. А. Династия Рокфеллеров. Нефтяные войны (конец 19 начало 20 века). М.: Издательский дом «Дело»
4. История кризисов: «Первый мировой энергетический кризис 1973–74 годов. Режим доступа: <http://www.profi-forex.org/journal/number17/page11.html>

Энергетическая политика стран Ближнего Востока на современном этапе

Свиридов Артем Александрович, студент магистратуры
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

На современном этапе выделяются следующие страны, задающие тон ближневосточной энергетической политике: Иран, Турция и страны Персидского залива.

Иран обладает примерно десятью процентами доказанных запасов нефти и семью процентами мировых минеральных ресурсов. Стратегическое расположение Исламской республики в Евразии и богатые запасы нефти и природного газа ставят Иран в центр глобальной энергетической политики. Иран входит в пятерку крупнейших экспортеров нефти мире и занимает второе место в мире по запасам природного газа после России. Однако, Иран нуждается в значительных инвестициях в свою нефтегазовую отрасль.

Несмотря на санкции, препятствующие большим объемам иностранных инвестиций в иранский энергетический сектор, Ирану удалось вырваться из рук США. Он подписывает ряд сделок по разработке своих нефтяных и газовых месторождений, включая сделку с бразильской Petrobras, китайской Sinopet и Индией. Аналогичным образом в начале 2010 года Иран и Турция подписали соглашение о передаче части месторождений природного газа Южного Парса для поиска природного газа.

Санкции, введенные Западом, затруднили превращение Ирана в крупного экспортера нефти и газа. [3, с. 32–37] Однако, энергетический потенциал Ирана вызвал конкуренцию между азиатскими и европейскими государствами, стремящимися обеспечить экспорт нефти и газа. В результате конкуренции со стороны быстро индустриально развивающихся стран, включая Китай и Индию, европейские государства оказались под давлением, чтобы обеспечить себе доступ к иранскому газу. Эта конкуренция дает Ирану стратегические рычаги влияния в регионе, особенно против политики сдерживания США. Как отражение растущего доверия Ирана в качестве энергетической сверхдержавы, несмотря на санкции Организации Объединенных Наций, с Ираном было подписано несколько двусторонних согла-

шений. В соответствии с санкциями ООН и США, западные страны призывали свои компании прекратить отношения с Ираном из-за его спорной ядерной программы, но даже на правительственном уровне некоторые государства, такие как Россия, объявили, что санкции ООН не будут мешать их планам по развитию нефтегазового сектора Ирана.

В отличие от других региональных субъектов, **Турция** имеет относительно небольшие внутренние запасы ископаемого топлива, помимо бурого угля низкого качества и бурого угля бурого цвета. Несмотря на нехватку энергоресурсов, в конце 1990-х годов Турция, превратившись в транзитный узел для поставщиков из стран Ближнего Востока и Центральной Азии в Европу, стала одним из главных акторов региональной (ближневосточной) и глобальной энергополитики. [2]

Становление Турции как страны, представляющей собой крупный энергохаб, определяется ее географическим положением по отношению к богатым ресурсами регионам России, Каспийскому бассейну и Персидскому заливу. Эти регионы обладают более чем 70 процентами доказанных мировых запасов нефти и газа. В свою очередь, Турция является одним из самых стабильных потенциальных государств-транзитеров. Европейская экономическая комиссия ООН (ЕЭК ООН) подсчитала, что к 2012 году Турция может принять у себя от шести до семи процентов мировых перевозок нефти. В этой связи роль Турции как страны транзита энергоносителей жизненно важна не только для региональных экспортеров, но и для глобальных импортеров.

У турецкого руководства есть два главных основания превратить Турцию в энергетический хаb и транзитный маршрут поставщиков газа на Ближнем Востоке и в Каспийском бассейне: первая — гарантировать безопасность поставок, особенно газа; вторая — получить политическое влияние в Европе и в регионе в результате владения ключевым инфраструктурным маршрутом. Став центром тран-

зитных маршрутов для углеводородов, Турция может получить рычаги влияния во внешней политике.

Страны Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ) (Оман, Бахрейн, Кувейт, Катар, Саудовская Аравия и ОАЭ) являются крупнейшими в мире запасами обладателями нефти и природного газа. Помимо нефти, сжиженный природный газ (СПГ) также стал основным экспортным продуктом для стран Персидского залива. Согласно докладу ВР [4, с. 14], страны Персидского залива (страны ССАГПЗ плюс Иран и Йемен) в настоящее время владеют примерно 50% мировых доказанных запасов нефти и 40% доказанных запасов газа, в то время как их добыча составляет всего 28% мировой добычи нефти и 12% добычи природного газа. Имея свою долю около 36%, экспортеры нефти региона оказывают значительное влияние на мировую торговлю нефтью. По сравнению с высоким уровнем экспорта нефти большая часть добываемого в регионе газа продается на внутренний рынок, но поток СПГ, экспортируемого из Катара, Омана и ОАЭ, который в настоящее время составляет 60 млрд куб. м, увеличивается.

В контексте энергетической политики маловероятно, что государства Персидского залива могут исчезнуть с глобальной энергетической сцены. Благодаря своим богатым запасам нефти и природного газа, а также тесным связям с Западом страны Персидского залива не находятся в непосредственной опасности. Однако в нынешней общей геополитической ситуации государства ССАГПЗ заинтересованы в обеспечении устойчивости своих запасов и в устойчивом спросе на свои нефтегазовые ресурсы. По этой причине государства ССАГПЗ делают огромные инвестиции, чтобы обеспечить достаточный уровень поставок нефти и газа для своих клиентов на мировом рынке. В то же время, государства ССАГПЗ находятся в поиске альтернативных источников энергии, включая возобновляемые источники энергии, солнечную и ядерную энергию, а также стремятся к минимизации внутреннего потребления энергии.

Несмотря на существование проектов развития возобновляемых источников энергии в регионе, энергетические эксперты из стран ССАГПЗ приходят к выводу, что возобновляемые источники энергии, такие как ветер или солнце, далеки от удовлетворения растущих потребностей в энергии. Как отметил президент Саудовской Электрической компании Али Салех Аль-Барак, «возобновляемые источники энергии играют лишь очень незначительную роль в снабжении даже тех, кто начал (развивать их) давным-давно». Технично-экономические обоснования показывают, что варианты использования возобнов-

ляемых источников энергии были либо ограничены, либо менее привлекательны по техническим причинам. В этом контексте предполагается, что единственным непосредственным решением для удовлетворения растущих энергетических потребностей государств ССАГПЗ является ядерная энергетика. Следовательно, страны Персидского залива, помимо Ирана, проявляют интерес к развитию эффективного использования ядерной технологии для расширения своих энергетических поставок. В этом контексте в декабре 2006 года страны ССАГПЗ договорились разработать совместную программу ядерных технологий для мирного использования. С тех пор они ведут переговоры с МАГАТЭ.

Помимо разработки энергетических ресурсов, альтернативных нефти и газу, государства ССАГПЗ инициировали проекты по сокращению истощения ресурсов. В целом страны Персидского залива имеют одни из самых высоких выбросов на душу населения, главным образом из-за добычи нефти. Как следствие, такие государства Персидского залива, как Катар и ОАЭ, активно инвестируют в экологически чистые энергетические технологии.

Таким образом, по сравнению с Ираном и Турцией, которые, будучи уверенными в своем стратегическом месте, упорно старались укрепить свои позиции в новом энергетическом порядке, государства Персидского залива сосредоточились на диверсификации своего энергетического баланса с использованием ядерной энергии, угля и возобновляемых источников энергии в качестве дополнения к своему энергетическому балансу, чтобы расширить свои запасы нефти и газа, которые являются их самыми ценными экономическими благами.

Глобализация добавила новые измерения безопасности, а энергетические ресурсы стали инструментами внешней политики. После окончания Холодной войны новый мировой энергетический порядок привел к радикальным изменениям в энергополитике. [1, с. 61–62] Развивающиеся державы, такие как Китай, Индия и Россия, которые ищут свою роль на Ближнем Востоке, ужесточили конкуренцию за доступ к энергетическим ресурсам и контроль над ними. Эта новая ситуация подорвала влияние США и укрепила позиции отдельных региональных акторов. Прежде всего, как уже говорилось, Иран стремится стать энергетической державой, а Турция стала энергетическим хабом. Кроме того, богатые энергоресурсами государства Персидского залива изменили свою энергетическую политику в целях диверсификации своего энергетического баланса. Таким образом, все эти изменения в энергополитике оказали глубокое воздействие на глобальную и региональную динамику ситуации.

Литература:

1. Новый энергетический ландшафт в регионе Ближнего Востока. Л. Х. Латчинова, Е. Ф. Черненко. Вестник РУДН, серия Экономика, 2015, № 3
2. Энергетический аспект ближневосточного конфликта. Режим доступа: <https://www.geopolitica.ru/article/energeticheskiy-aspekt-blizhnevostochnogo-konflikta>

3. Энергетическая политика Исламской Республики Иран. Ивин А. В. — М.: Издатель Воробьев А. В., 2018
4. BP Statistical Review of World Energy 2019 | 68th edition

Сущность глобальной нестабильности: предпосылки, причины и последствия

Свиридов Артем Александрович, студент магистратуры
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Конфликты являются неотъемлемой частью международного взаимодействия. Бытует мнение, согласно которому политическим отношениям свойственны конфликты, обусловленные столкновением национальных интересов. Не случайно некоторые политологи именно в конфликтах и их урегулировании видят суть внешней политики.

Международная политика — одна из сфер политической жизни общества, а ее объективная обусловленность порождена существованием международных отношений — различных хозяйственных, культурных и других отношений между нациями — государствами и надгосударственными образованиями. Эти отношения приобретают политический характер при условии, что они неотделимы от властвования в широком смысле — от диктата одной страны до партнерства и сотрудничества.

Как основание политики, международные отношения образуют определенную систему. Дж. Розенау [7, с. 503] видит в этом макроскопическую неотделимую составляющую конфликтности — явление действия и противодействия национальных общественных структур, в основе которых существенное место принадлежит конфликтам, напору и сомнениям крупных организаций, возможностям и ограниченности институтов. И все это в свою очередь зависит от наличия и характеристики географического положения, материальных ресурсов, технических возможностей, гармоничности системы ценностей, социальной мобильности, политического устройства.

Весомый вклад в разработку проблемы взаимосвязи, сбалансированности, консенсуса и конфликта в современном постиндустриальном обществе сделал Р. Дарендорф. Он считает, что любое здоровое общество признает конфликты. По его классификации существует 15 типов социальных конфликтов — от семейных сор до международных противоречий. Собственно говоря, этот политолог склоняется к позиции Гоббса, который утверждает, что сплоченность общества достигается благодаря принуждения большинства меньшинством тех, кто имеет власть. [1, с. 41]

Как в политической жизни внутри государств, так и в отношениях между ними возможно состояние стабильности и нестабильности. Это атрибут эволюционного движения в системе международных отношений. Он обеспечивает совершенствование системы без значительных потерь, неизбежных при революционных катаклизмах.

Следует различать статическую международную стабильность, в том числе стагнационную (например, отношения между Севером и Югом), а также конфронтационную (Холодная война), и динамическую, которая предполагает не гарантии сохранения того, что есть, а содействие росту общего. При этом содержание межгосударственного общения смещается от желания найти союзников (чтобы навязать согласованную волю другим) к стремлению максимально расширить сферу общих интересов. Такая стабильность избавляет от страха перед изменениями, позволяет выиграть путем оптимизации и одновременно более быстрого и не менее равномерного развития системы международных отношений.

Нестабильность — вероятность скачкообразного развития системы международных отношений. Такой тип развития резко усиливает неопределенность в политической жизни, делает развитие менее предсказуемым. Вместе с тем нестабильность может иметь и положительные последствия — дать качественный скачок, коренным образом улучшает состояние системы межгосударственных отношений, и в конце вызывает стабильность.

В сущностном виде это проблематика, которая затрагивает в некоторой мере все государства и нации. Выход из этой ситуации можно найти общими силами со стороны всего земного социума.

Этот термин подчеркивают две характерные черты мировой проблематики как общественно — финансового проявления: большой размер, распространение (группа «определение в пространстве») и проблема стараний, которые направлены на их решение (группа «привлечение к поиску выхода из проблемы»).

Для осознания глобальных проблем и поиска путей их решения первостепенную роль сыграл Римский клуб, который начал свою деятельность в 1968 г. с встречи в Академии Деи Линчи в Риме, откуда пошло название этой некоммерческой организации. Глобальные проблемы, которые рассматривались Римским клубом, имеют комплексный характер и делятся на два основных блока:

- 1) проблемы, связанные с противоречием между обществом и окружающей средой (система «общество-природа»);
 - 2) социальные проблемы, связанные с противоречиями внутри общества (система «человек-общество»). [2]
- Доклады Римского клуба (33 доклада с момента основания) сосредоточили внимание мирового сооб-

щества на глобальных проблемах человечества и поисках механизмов их преодоления.

В истории исследования глобальных проблем человечества выделяют три этапа. На первом этапе происходило осознание самого факта существования глобальных проблем; на втором этапе осуществлялись первые исследования сущности глобальных проблем, причин их возникновения и тому подобное; на третьем этапе уже возникает специфическая школа исследований — философия глобальных проблем, которая объединяет в себе достижения гносеологии, аксиологии и других сфер философской науки. [3, с. 185]

К глобальным проблемам относят проблемы, требующих неотложных решений и требующих усилий всего мирового сообщества. [4, с. 78]

В наиболее агрегированной форме к ключевым глобальным вызовам современности, следует также отнести:

- быстрое нарастание экологического кризиса;
- дефицит традиционных природных ресурсов (исчерпание природных, сырьевых и традиционных энергетических ресурсов);
- усиление демографического дисбаланса, связанного с ускоренным старением населения;
- нарастания проблем с продовольственным обеспечением;
- распространение различных рисков для здоровья человека;
- существенный рост социального неравенства в мире, которое достигло недопустимо высоких уровней;
- распространение трансграничной преступности;
- кризис эффективности капиталовложений;
- кризис глобального экономического управления;
- кризис мирового геополитического устройства однополярного мира;
- глобальный культурный кризис. [6]

В докладе Global Risks [5] приведен 31 глобальный риск в пяти категориях: экономические, экологические, геополитические, технологические и социальные.

Таким образом, угрозы в группе экономики содержат денежные угрозы и проблему легкой реализации, трудности в экономических структурах, стоимости «черного золота», постоянного отсутствия работы и т. д. К экологическим угрозам можно причислить разрушительные явления природы (землетрясение, наводнения), а также угрозы в области техногенной сферы (разрушительное воздействие на природу, малое количество питьевой воды, аварии на ядерных установках, климатические перемены и пр.).

Международная группа подразумевает угрозы политического плана, внешней экономики, мирового руководства, а также проблемные ситуации и нарушения закона; диапазон этих угроз достаточно широк, начиная от террористических и военных действий, переходя к трудностям в менеджменте, которые связаны с взяточничеством, пре-

ступными группировками и продажами, которые происходят незаконным путем.

Общественная группа показывает угрозы, которые имеют отношение к населению (весомая разница в прибыли, кризисные ситуации в продовольственной сфере) и защите здоровья человека (всплески, которые перерастают в пандемии, резистентные патогены и увеличение числа хронических заболеваний).

Материально-техническая группа содержит главные угрозы, которые имеют отношение к увеличению скопления сведений информационного характера и к этой группе относят кибер-нападения, а также трудности, которые происходят в результате сбоя работы инфраструктуры и утери информации.

По формулировке ВЭС (Всемирного Экологического Собрания), к мировому непостоянству причисляют:

- 1) В области экономики:
 - материальные кризисные ситуации в развитых государствах;
 - нарушение работы основной материальной установки или организации;
 - кризисная ситуация в сфере простого процесса реализации;
 - большое количество населения, которое не имеет работы, или работает с частичной занятостью;
 - увеличение стоимости нефтяных запасов для общемировой экономики;
 - отсутствие или недостаток важной для жизнеобеспечения населения инфраструктуры;
- 2) В области охраны природы:
 - высокий уровень, большая частота экстраординарных погодных катаклизмов (потопы, шквалы, возгорания);
 - высокий уровень экологических стихийных бедствий (большая частота природных катастроф (подземные толчки, огромные волны, цунами, вулканические всплески, магнитные колебания);
 - — высокий уровень природных стихийных бедствий, которые происходят по вине человека (вытекание «черного золота», ядерные взрывы);
 - главные ущербы биологической разновидности и разрушительные воздействия как на материках, так и в океаническом пространстве;
 - кризисные ситуации в положении с водными ресурсами;
 - неисполнение предписаний по действиям, которые направлены на смягчение результатов климатических перемен и способов приспособления к этим переменам;
- 3) В межнациональной области:
 - ошибочные действия в мировом менеджменте;
 - деградация населения в сфере политики, которая играет существенную роль;
 - увеличение взяточничества;

- внушительное увеличение преступных группировок и продаж, которые не являются законными;
- крупные террористические нападения;
- возможность использования средств массового поражения;
- давление в межнациональных конфликтных ситуациях с территориальными последствиями;
- рост материальной и ресурсной государственной приватизации;

4) В области общественной:

- кризисная ситуация с продовольственным обеспечением;
- всплески заболеваний, которые переходят в статус пандемий;
- существенная разница в прибыли граждан;
- рост резистентности к патогенам;
- отсутствие контроля в процессе сосредоточения населения (ошибочное составление планов, недостаточная инфраструктура и пути транспортировок);
- серьезное общественное и политическое непостоянство.

5) В материально-технической области:

- кризис коммуникационной организации;
- рост достаточно больших кибер-нападений;
- большое число преступлений, которые связаны с воровством информационных сведений.

Но самое большое беспокойство среди экспертов вызывают десять мировых угроз:

- материальное кризисное положение в развитых державах;
- очень большой уровень нетрудоустроенного населения;
- проблематичные ситуации в сфере водообеспечения;
- существенная разница в прибыли граждан;

- невозможность повлиять на результаты климатических перемен;
- большое число экстраординарных природных проявлений;
- неточности в мировом менеджменте;
- кризисная ситуация с рынком продовольствия;
- ошибки в глобальном управлении;
- продовольственный кризис;
- непригодность главной экономической организации;
- серьезное общественное и глобальная нестабильность.

Глобальные проблемы нестабильности как социально-экономическое явление характеризуются масштабно-стью распространения, сложностью усилий, направленных на их преодоление.

Таким образом, глобальная нестабильность и проблемы как социально-экономическое явление, характеризуются масштабно-стью распространения, сложностью усилий, направленных на их преодоление.

Каждый социальный конфликт является вызовом, который требует рационального урегулирования общественных противоречий и установления контроля над ними. То есть, конфликты рассматриваются как способ саморегулирования и обеспечения стабильного состояния общества. Сегодня применяется программа оценки принадлежности трудностей в сравнении с общемировыми проблемами: сочетание топографического масштаба, больших динамических перемен, социальной важности, мирового напряжения и небезопасности, это дает возможность распознавать проблемную ситуацию в качестве общемировой. Сочетание мировой проблематики и конфликтов, в общем, можно объединить в группы в соответствии с областью возникновения и воздействия: экономические, гражданские, международные, природоохранные, материально-технические и общекультурные.

Литература:

1. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт: очерк политики свободы. — М.: РОССПЕЭН, 2002. — С. 41.
2. Латов Ю. Римский клуб. — Режим доступа: http://www.journal.esco.co.ua/esco/2013_9/art62.html
3. Стёпин В. С. XXI век — радикальная трансформация типа цивилизационного развития // Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего: XVII Международные Лихачевские научные чтения, 18–20 мая 2017 г. — СПб: СПбГУП, 2017. — С. 185.
4. Хозин Г. Каким быть международным отношениям в XX веке // Международная жизнь. 2001. No2. — С. 78.
5. Global Risks / World Economic Forum. — Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2014.pdf
6. The Road to Dignity by 2030: Ending Poverty, Transforming All Lives and Protecting the Planet. — Режим доступа: http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5527SR_advance%20unedited_final.pdf
7. Rosenau J. N. Les processus de la mondialisation: retombees significatives échanges impalpables et symbolique subtile // Etudes Internationales. Septembre. 1993. VolXXIV. No3. — P. 503.

Перспективы глобального энергетического рынка: поиски альтернативных видов энергии

Свиридов Артем Александрович, студент магистратуры
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Источники энергии, заменяющие нефть в каком-либо приложении, будь то: первичные источники энергии, топливо для транспорта, или ингредиенты в пластиках, пестицидах, вполне могут служить альтернативами нефти. Такими являются нефтеносные сланцы, сжижение и газификация угля, а также битумные пески. Когда истощатся традиционные нефтяные запасы, мир начнет активнее использовать эти альтернативные источники энергии, однако на настоящий момент ни один из не стал достаточно чистым, т. е. не влияющим на загрязнение окружающей среды, дешевым и доступным в тех огромных количествах, в которых ежедневно нуждаются экономики мира, основанные на нефти и природном газе.

Есть несколько альтернативных нефти видов топлив:

1. Синтетическое топливо (представляет собой жидкое горючее, которые получают из биомассы или угля).
2. Биодизельное топливо (это горючее, получаемое из растительных или животных масел)
3. Этанол и метанол (топливо, соответственно получаемое из пшеницы или древесины)
4. Электричество
5. Водород

Для того, чтобы успешно применять энергоустановку на транспорте, нужно, чтобы она обладала необходимыми для этого качествами. Она должна удовлетворять спрос масс, а для этого должна стоить не очень дорого; кроме того, она должна быть достаточно компактной, чтобы её можно было поместить на борту транспортного средства, а также взрывобезопасной и нетоксичной, чтобы, если случится авария, не пострадали люди. Есть ещё очень важное условие: следует достаточно быстро создать инфраструктуру, которая бы обеспечила всеобъемлющее применение технологии. Следует отметить, что это непростая задача, так как на создание современной автомобильной и топливной промышленности ушло целое столетие.

Синтетическое топливо — это такой вид жидкого горючего, который производится из каменного угля или биомассы. Интересный факт: таким топливом пользовались фашистская Германия и милитаристская Япония при заправке своих танков и автомобилей. Для этого они синтезировали бензин из угля. Позже этот метод практиковала ЮАР, которая из-за режима апартеида попала под международные санкции. Следует отметить, что и в первом, и во втором случае дело добром не кончилось. Не углубляясь в химию, следует отметить, что очень большое количество полезных вещей может быть получено из угля. Например, сингаз, т. е. синтетический природный газ, и из него можно получать в дальнейшем и жидкое топливо.

Биодизельное топливо — такое топливо, которое производится из растительных или животных масел. Вполне подходит для альтернативы обычному топливу. В ограниченном объеме его использовали с самого начала двадцатого века. С начала 1990х гг. используется в промышленных объемах.

Такое топливо можно получить из разных растительных масел: для биодизеля подходят европейское рапсовое масло, азиатское пальмовое и американское соевое и т. д.

Производство биодизельного топлива по себестоимости в настоящее время сравнимо сообычным дизтопливом (однако, его не облагают налогами, а иногда государство даже дотирует его производство).

Плюс биотоплива состоит и в том, что современные двигатели, работающие на дизеле, не обязательно существенно модернизировать для того, чтобы использовать биодизель, то есть транспортная инфраструктура не требует полной перестройки.

Еще одно достоинство биодизельного топлива состоит в том, что оно абсолютно безопасно в эксплуатации, потому что у него высокая температура возгорания и при его сгорании выделяется гораздо меньше вредных веществ, чем при сгорании дизельного топлива.

Нетрудно догадаться, что такое топливо может быть хорошей заменой дизельному, которое производится из добываемых углеводородов. Именно поэтому биодизель активно внедряется в мировое производство. Многие страны уже имеют государственные программы по его использованию.

Однако, биодизельное топливо не сможет удовлетворить мировой спрос в случае, если наступит энергетический голод. Дело в том, что указанные выше культуры растут на посевных площадях, количество которых ограничено. К примеру, Евросоюз из-за производства биодизеля из рапса увеличил площадь своих посевов до 12% в 2006 (в 1990 году их было около 3%). В дальнейшем, если увеличивать площади под рапс, другие культуры окажется вытеснены, производство продуктов питания будет снижено и, в последствии, произойдет рост цен на них. Однако, современные размеры производства данного вида топлива относительно невелики. Например, в Германии, в которой рапс занимает примерно 10% пашни, удельный вес биодизтоплива составляет 3% на рынке топлива государства. «Зеленые» в Малайзии уже протестуют против биодизеля, для производства которого увеличивают площади под плантации пальм. Урожайность, можно, например, повысить путем генной инженерии, а развивающиеся страны обладают гораздо большим количеством посевных площадей, чем развитые страны. Но даже учитывая это обстоятельство в настоящее время в мире удельная доля био-

топлива примерно равна 10%. Это говорит о том, что технология может немного отдалить, но вовсе не остановить приближающийся энергетический кризис.

Другая разновидность биодизтоплива — это этанол и метанол. Их достоинства и недостатки в принципе схожи со свойствами биодизеля. Спирт представляет из себя альтернативу бензину. Однако энергоёмкость спирта значительно ниже, и расходы энергии на производство очень часто превосходят энергию, которая извлекается из урожая (в зависимости от погоды). Программы по активному внедрению этанола в энергетический баланс есть и в США, ЕС, Бразилии и остальных странах. Вместе с тем такие программы (как и программы по внедрению биодизеля) представляют собой скорее необъявленные субсидии сельскому хозяйству. На данный момент только Бразилия добилась более-менее значимых результатов: сегодня потребление этанола это 20–25% потребления бензина. Этому способствует жаркий климат Бразилии, благодаря которому можно производить около трех урожаев сахарного тростника в год, а сахарный тростник представляет собой одну из самых продуктивных культур с целью получения спирта. Евро-союз и США используют кукурузу для этой цели, но это совсем не выгодно. Например, США, если они захотят перейти на этанол, придется засеять кукурузой около 97% своей территории.

Следующим видом энергии являются аккумуляторы и электрические батареи. Электромобили, которые работают на энергии батарей и аккумуляторов, были внедрены в жизнь существенно раньше, чем автомобили с двигателем внутреннего сгорания. Примерно до начала прошлого века выпуск электромобилей был больше, чем выпуск бензиновых автомобилей. Первый автомобиль, который превысил скорость в 100 километров в час, был именно автомобиль, работающий на электроэнергии. Однако впоследствии именно бензин выиграл конкурентную борьбу. Это случилось потому, что элементы питания электромобиля имели недостаточную энергоёмкость. И до сих пор электромобили занимают очень узкую область рынка транспорта. У современного электромобиля скорость развивается от 50 до 100 километров в час, запас хода составляет 50–150 километров, а аккумуляторы заряжаются от 4 до 8 часов.

Если рассматривать новейшие разработки в этой отрасли, то мы приходим к выводу, что скорее всего в ближайшие годы сектор рынка электромобилей не изменится. Крупные компании покупают их с целью передвижения собственных предприятий, домохозяйки с помощью электромобилей ездят за покупками, и, кроме того, их используют озабоченные сохранением природы люди. Электромобили мало пригодны для путешествий на большие расстояния, а также для перевозки больших грузов и использования в сельском хозяйстве. Ещё один минус состоит в том, что очень сложно устанавливать на данный вид транспорта электрические приборы типа печки и кондиционера, так как им приходится экономить энергию для езды. Электродвигатели из-за высокого коэффици-

ента полезного действия дают мало тепла в салон, поэтому зимой в нашей стране ими будет неудобно пользоваться.

Можно сделать вывод, что в ближайшем будущем электромобили вряд ли полноценно заменят автомобили с двигателем внутреннего сгорания. Однако пренебрегать такой технологией и сбрасывать её со счетов было бы неверно.

Что касается «водородной экономики», то она является одной из самых актуальных тем во время обсуждения энергетических проблем. Очень желательно было бы обладать такой эффективной энергоустановкой, которая бы использовала воду (которая будет разложена на кислород и водород) в качестве топлива, а выхлопом стал бы водяной пар, выбрасывавшийся в атмосферу. Энергоустановки, которые работают на водороде, уже созданы. Топливным элементом является электрохимический источник тока, осуществляющий превращение энергии окислителя и топлива, которые непрерывно подведены к электродам, в электрическую энергию как таковую. Коэффициент полезного действия такого устройства гораздо выше коэффициента полезного действия традиционных двигателей, и может даже составлять 90%. Автомобили работают на нём. Однако их очень мало, потому что на пути внедрения этой технологии в массы стоят немалое количество проблем.

Например, получить водород очень дорого и инфраструктура для его добычи, которая ещё более дорогая, отсутствует. Предполагается, что его можно будет получать на АЭС либо через высокотемпературные ядерные реакторы, либо через газификацию угля. Для этого необходимо выполнить огромное строительство, и объём этого строительства впечатляет. Так, рассматривая Великобританию, если она захочет полного перевода своего автомобильного парка на водород, то ей понадобится примерно сотня новейших атомных станций.

Вторая проблема связана с тем, что отсутствуют необходимая промышленная и транспортная инфраструктура (т. е. и заводы во выпуску двигателей, и заправочные станции, и т. д.). На данный момент «водородные трассы» мире насчитывают только немного сотен километров.

Кроме того, нет безопасной и дешевой технологии, как хранить водород на средстве транспорта. Так как водород при смеси с кислородом образует гремучий газ, который взрывается от любой искры, какая-нибудь авария на транспорте при утечке водорода будет сопровождаться объемным взрывом.

Когда производится энергия, то применяют каталитические мембраны, при производстве которых используются имеющие небольшой срок действия платина или палладий. Из-за этого топливные элементы оказываются очень недешевыми установками. Причем ещё неизвестно, что нам на нашей планете хватит этих металлов для производства энергоустановок, а доступные и высокопроизводительные катализаторы ещё не появились.

Однако, несмотря на все препятствия, энергетика, связанная с водородом, развивается быстрыми темпами. Глобальный рынок топлива всех видов развивается на 30%

в год последние 5 лет. Если говорить про водородный автотранспорт, то его доля по одному из прогнозов к 2015 году составит от 1 до 4,5% от всех имеющихся автомобилей, и от 40 до 75% к 2050 году.

Вырастет ли существенно роль альтернативных источников энергии в ближайшем будущем? Если значительный рост состоит в том, что возобновляемые источники энергии получают двухзначную долю в энергобалансе, то это вполне достижимая цель. Гидроэнергетика, например, уже сейчас имеет существенную долю в энергобалансе (около 5% в балансе первичной энергии). Однако внедрение других вариантов энергии будет практиковаться и без гидроэнергетики. Я считаю, что агрегированная доля новейших и возобновляемых источников энергии вместе с традиционными, такими как уголь, нефть, газ, атомная энергия, в обозримом будущем станет очень важным элементом структуры энергетического баланса, который выработает человечество. Совокупная доля альтернативных источников энергии вместе с гидроэнергетикой в среднесрочной перспективе, скорее всего, не достигнет уровня более 10–15%, однако в отдельных, в первую очередь развитых странах доля отдельных компонентов уже достигает планку в 10% (это, к примеру, ветроэнергия). Главнейшее преимущество возобновляемых типов энергии состоит в том, что они экологически чистые. А забота о сохранении окружающей среды возникает главным образом тогда, когда государство достигает высокого уровня развития экономики. Кроме того, новейшие и возобновляемые типы энергии требуют высокотехнологического производства и больших затрат. Развитие данных технологий зависит от снижения издержек производства и достаточного объема экономического и административного стимулирования. Однако одни новейшие источники энергии сами по себе никогда не будут играть главную роль в энергопотреблении, так как большинство из них имеют цель производить электроэнергию. Невозможно перевести всю экономику только на электроэнергию, потому что всегда должна доля газообразного и жидкого топлива. Но главный итог их распространения состоит в том, что человечество отойдет от монопольного положения одного ресурса энергии к более диверсифицированной структуре.

Нефть больше не определяющий фактор развития энергетике. Её, конечно же, применяют на транспорте, это очень трудно изменить на сегодняшний день. Много нефти используют в химической промышленности, однако это не является её использованием с энергетической точки зрения. Но в остальных сферах её масштабное потребление уже в прошлом. Например, удельная доля мазута понизилась до 10% и даже меньше, а уголь обрел «второе дыхание». Широко начали использовать газ и возобновляемые источники энергии. Но нефть пока ещё определяющий фактор энергетического развития, и поэтому очень важна в экономическом развитии. К примеру, цены на газ во внешней торговле в странах, у которых ещё отсутствует биржевое ценообра-

зование, очень привязаны к нефтяным ценам. В плане экономики нефть имеет большое влияние, и играет ключевую роль в развитии стран-экспортеров и стран-импортеров. В России, например, цена на нефть до сих пор играет основную роль в выработке государственного бюджета. Более того, так как доходы населения в странах Азии и Латинской Америки растут, там пополняется автомобильный парк. То есть нефть ещё очень долго будет оставаться значимым, но не определяющим элементом в энергетике мира. Роль «черного золота», которая активно вытесняется электроэнергией и газом, продолжит своё относительное сокращение: повышение качества человеческой жизни будет сопровождать рост экономики в неразвитых странах. Но и того, и другого невозможно достичь, если не провести синхронную или опережающую электрификацию. Создание электричества будет проходить на основе интенсивного использования экологически безопасного газа и формирования его мирового рынка. Рынок сжиженного природного газа, который развивается быстрыми темпами, будет связывать региональные рынки газа. Когда рынок газа выйдет на новую фазу развития, механизмы его ценообразования оторвутся от цен на «черное золото» и доля нефти в экономике мира будет относительно уменьшаться. Но это не произойдёт в ближайшей перспективе.

Есть ли альтернатива? Есть. Это старинные виды топлива, которые человечество употребляло ещё до ископаемых видов топлива. Ветер, приливы и отливы как движения воды, древесина, внутренняя энергия Земли — всё это производит энергию и не загрязняет окружающую среду, всё является возобновляемым и неиссякаемым. Но сейчас, используя современные технологии, мы можем использовать их даже более эффективно, чем раньше.

К примеру, не стоит рубить деревья варварскими методами, чтобы получать из них тепло или чтобы из выжженного древесного угля сделать сырьё для сталелитейной промышленности. Можно сделать упор на выращивании специальных культур, которые очень быстро поглощают двуокись углерода, и делать из этого биомассу. Можно прямо сжигать эти культуры, выращенные специально, или лучше выращивать какие-либо разновидности, которые будут давать горючее масло или те, которые дают спирт. Эти особые культуры очень помогут будущим нашим фабрикам и средствам передвижения.

У топлива, которое имеет растительное происхождение, есть огромное преимущество — оно не оставляет двуокись углерода в воздух. Такое топливо содержит двуокись углерода, поглощаемую годами до этого момента и возвращаемую в атмосферу.

Когда-то давно отливы и приливы использовались, чтобы вводить и выводить корабли из бухт. Но сейчас они могут быть использованы для производства энергии. Во время высокого прилива можно наполнить резервуары, а во время низкого отлива при помощи падения воды использовать вращение турбин для получения электричества. Ведутся дискуссии об использовании разницы тем-

ператур в глубине и на поверхности океана в тропическом климате, а также об использовании непрекращающегося движения волн океана.

Следует отметить, что все вышеперечисленные виды энергии вечны и не несут вреда людям и окружающей среде. Они не загрязняют биосферу и будут существовать, пока будут Солнце и Земля.

Но все такие источники энергии не очень мощные. Дело в том, что ни по отдельности, ни вместе взятые они не обладают возможностью полностью удовлетворить все потребности цивилизации в энергии, как нефть в двадцатом и двадцать первом веке. Однако это не значит, что их можно

сбрасывать со счетов. В какой-то степени все эти виды энергии, каждый на своем месте и по какой-то причине может служить хорошим источником энергии. Вместе взятые, они продлят время использования углеводородов. Учитывая все эти источники доступной энергии ископаемое топливо может сжигаться в невысоком темпе, чтобы не навредить климату, и работать в таком режиме длительное время. И, возможно, за это время человечество найдёт вечный, безопасный и обильный источник энергии.

Несмотря на то, что альтернативные источники бурно развиваются, в ближайшие 30 лет нефть будет играть роль основного сырья для топлива.

Литература:

1. Альтернативное топливо. Режим доступа: <https://avtonov.info/alternativnoe-toplivo>
2. Альтернативные виды топлива. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5d88c34104af1f00b0467f65/alternativnye-vidy-topliva-5e1811d542b03d00afa4d505>
3. Водородное топливо. Режим доступа: <https://neftegaz.ru/tech-library/energoresursy-toplivo/142374-vodorodnoe-toplivo/>
4. Синтетический бензин: описание, характеристика, показатели, способы производства. Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo/fb.ru/s/article/402146/sinteticheskiy-benzin-opisanie-harakteristika-pokazateli-sposobyi-proizvodstva>

Позиционирование Саудовской Аравии на глобальном нефтяном рынке

Свиридов Артем Александрович, студент магистратуры

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Огромный углеводородный потенциал нефтедобывающих стран Персидского залива определяет их ключевую роль в мировой экономике. Прямое влияние на разнообразие мировых проблемы, такие как: темпы роста экономики, ситуацию в геополитике, отношения между цивилизациями и т. д., оказывают процессы в экономике и обществе, которые происходят в данном регионе. Нефть становится главным сырьем со второй половины прошлого века, из чего вытекает вывод, что крупнейшие страны, которые экспортируют нефть, имеют огромное влияние на экономику мира.

Самыми крупными производителями и экспортерами черного золота являются государства Персидского залива. Тридцать два процента (32%) в глобальной добыче нефти — это доля региона Персидского залива. Саудовская Аравия, богатейшая в плане углеводородов страна, добывает более тринадцати процентов (13%) от уровня мировой добычи. Именно из-за этого высокого уровня страны Залива, шесть из восьми которых состоят в ОПЕК, обладают огромным влиянием на общемировые цены на нефть, используя сокращение либо увеличение добычи. Не только национальные компании ведут добычу и разведку нефти. Помимо них, ключевыми игроками в регионе являются транснациональные нефтяные концерны, такие как «ЭксонМобил» (ExxonMobil), «Шелл» (Shell), «Бритиш Петролиум» (BP).

У энергетической политики Королевства Саудовская Аравия есть внешний и внутренний компоненты, таким образом она базируется на двух факторах: во-первых, нефтяной сектор имеет важнейшее значение в экономике государства, и, во-вторых, у страны есть реальная возможность оказывать влияние на мировую экономику из-за своих огромных запасов и огромного объема экспорта нефти.

Внутренняя политика оказывает влияние на расходование доходов от нефти в целях модернизации экономики страны и улучшения жизни подданных королевства. Внешняя политика направлена на укрепление позиций «чёрного золота» в мировом балансе энергетики, а также поддержание высокого спроса на нефть при удержании большой доли королевства в поставках на мировом рынке.

Проблемами, которые связаны с энергетикой, занимается Министерство нефти и минеральных ресурсов. Верховный нефтяной совет (ВНС) осуществляет управление энергетической политикой страны, вместе с её международными сторонами. В него входят король, члены королевской семьи и руководители министерств. ВНС стратегически планирует улучшение отрасли и устанавливает условия договоров по добыче и экспорту нефти.

Государственная компания SaudiAramco, одна из самых крупных компаний мира, играет ключевую роль на рынке нефти. Ей подконтрольны 98% нефтяных и газовых ресур-

сов страны, она занимает доминирующее положение в области добычи и переработке сырья.

Частно-государственная компания SABIC доминирует в нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности. Обе вышеперечисленные компании подчиняются ВНС.

Стоит отметить, что за последнее десятилетие добыча нефти в Саудовской Аравии развивалась не поступательно, как неправильно считают некоторые специалисты, а скачкообразно. Это можно объяснить тем, что правительство зорко следит за внешними факторами и не ставит задачу наращивать добычу без их учёта. Саудовские добычные мощности работают с большей или меньшей производительностью в зависимости от текущей конъюнктуры на сырьевых рынках сбыта. Иногда государство использует резервные установки, чтобы сократить разницу между спросом и предложением из-за какого-то отрицательного события.

Огромным преимуществом Саудовской Аравии представляется то, что нефть, которая добывается в ней, имеет различные качества: т. е. является и сверхлёгкой, и тяжёлой. Около 2/3 сырья составляют лёгкие и сверхлёгкие сорта, добываемые в основном на континентальных месторождениях, а тяжёлые сорта добываются на шельфовых месторождениях.

Примерно 100 нефтяных залежей открыто на территории королевства, причём восемь самых крупных из них составляют более половины запасов страны. На востоке государства и на шельфе Персидского залива находится большая часть месторождений.

Крупнейшее в мире нефтяное месторождение, Гавар, находится в районе нефтегазоносного бассейна Персидского залива. Его извлекаемые запасы достигают 12 миллиардов тонн нефти, а геологические — 20 миллиардов тонн. Этот участок обеспечивает объём добычи в 250 миллионов тонн в год. Следом за ним идут «Сафария» (до 64 млн т в год), Хураис (до 60 млн т в год), Шейба (до 37 млн т в год).

В 2009 году стали разрабатывать новый участок «Нуайим» (5 млн т в год), а также расширили мощности на «Шейбе». В 2010 г. увеличилось производство на месторождении «Харасания» (24,9 млн т нефти в год). Также продолжалась подготовка к промышленной эксплуатации участка «Манифа» на шельфе Персидского залива (пятое в мире по запасам нефти; планируемые ежегодные производственные мощности составляют 24,9 млн т и 44,8 млн т к 2013 г. и 2014 г. соответственно). В стадии проработки находится проект комплексной модернизации добычных мощностей на «Сафании».

В резерве, кроме главных перспективных участков, которые уже начали разрабатываться, есть ещё около 70 месторождений. Как прогнозируют специалисты, если их освоить, то это поможет увеличить добычу до 18,2 млн баррелей в сутки. Кроме того, в перспективах провести дополнительное бурение на имеющихся участках для восполнения естественного истощения месторождений.

Стоит сделать предположение, что при недостатке спроса на «тяжелую» нефть SaudiAramco может поменять свою стратегию производства. В связи с этим непонятно, решится ли компания разрабатывать новые месторождения, учитывая неустойчивость рынка, либо станет параллельно с введением в эксплуатацию новых месторождений останавливать добычу на старых с целью проведения технического ремонта и более серьёзной реабилитации.

Фонтанная добыча нефти — традиционный вид извлечения саудовской нефти. Не углубляясь в технические детали, стоит отметить, что на поверхности скважины закрепляется фонтанная арматура — особое оборудование, при помощи которого регулируется добыча — уменьшается или останавливается совсем.

Благодаря значительной помощи основных международных компаний (таких, как ExxonMobil, RoyalDutchShell, Schlumberger), тем не менее, нефтяники в Саудовской Аравии осваивают вместе с традиционными способами и современные методы извлечения «черного золота». Например, технологи Schlumberger и SaudiAramco вместе разработали и протестировали систему StageFRAC, благодаря которой производительность скважины увеличилась в два раза.

Кроме этого, Королевство Саудовская Аравия успешно применила метод горизонтального бурения на своей территории (месторождение «Хураис»). Дебиты, которые дают горизонтальные скважины, в 2–10 раз выше, чем у вертикальных стволов. При этом снижается вероятность прорыва газовых и водяных конусов, а это, в свою очередь, увеличивает нефтеотдачу. Эффективность с экономической точки зрения применения горизонтальной проходки в стране достигается через повышение производительности скважин на 30%, уменьшение расходов на бурение и прокладку оборудования на 20–25%, уменьшение расходов на обработку промышленной воды и газа на 50%, увеличение извлекаемых геологических запасов на 5–10%, отсрочку установки газлифтных систем и компрессорного оборудования.

Применяя современнейшие способы извлечения углеводородов, Эр-Рияд, конечно же, развивает нефтяной сектор экономики, но по-прежнему сохраняются некоторые проблемы, с которыми государство может иметь дело в будущем.

Во-первых, даже такая крупная компания, как SaudiAramco, не может беспрепятственно повышать планку производительности, если нет постоянных вливаний значительных финансовых средств. Из-за этого нужны крупные инвестиции для проведения дополнительных работ по геологоразведке на тех месторождениях, на которых правительство имеет планы использовать новые добывающие мощности.

Во-вторых, в некоторых случаях для разработки участков необходимы передовые методы бурения, которые раньше Саудовская Аравия не использовала, и для этого требуется привлечь зарубежные сервисные компании, у которых есть необходимый опыт в данной сфере.

В-третьих, сегодня мы наблюдаем дефицит доступных мощностей оборудования для бурения, и поэтому арендные ставки на него растут, что тоже будет бить по карману саудовских нефтяников.

Саудовской Аравии, если она хочет оставаться в среде передовых стран по состоянию и отдаче нефтяной отрасли, нужно продолжать придерживаться чёткой и прагматичной энергетической политики, а не делать провокационные заявления по поводу объемов своих углеводородных запасов, вызывая на себя «огонь», т. е. зависть остальных стран. В результате продуманных, обоснованных и гибких шагов правительства и крупного бизнеса нефтяной сектор страны получит, наряду с закономерными доходами, гарантии развития в будущем.

Следует отметить, что топливно-энергетический комплекс является движущей силой всего саудовского хозяйства уже много лет. Около 55% ВВП, 75% поступлений в бюджет и 90% доходов от экспорта приходится на его долю. Нефть практически полностью определяет структуру производства, её доля составляет 87%, в то время как другой объем, 13%, составляет природный газ. В настоящее время правительство хочет качественно улучшить нефтегазовую отрасль, так как имеющаяся на сегодняшний день динамика развития нефтегазового сектора стран-конкурентов заставляет саудовцев заблаговременно находить и использовать свои собственные «козыри».

Специальные суда-перевозчики, которые поставляют нефть, обходятся гораздо дешевле и экономичнее других видов. Кроме того, из-за своего географического положения и особенностей Саудовская Аравия использует их весьма широко. Компания VelaInternationalMarine, которая является транспортным подразделением SaudiAramco, является владельцем одним из самых крупных флотов супертанкеров на планете. К ней относятся, в частности, суда с водоизмещением в 160 тыс. т и выше (типа VLCC) и некоторое количество судов с водоизмещением свыше 400 тыс. т (типа ULCC). Большая доля нефти на продажу перевозится ими.

В 2010 году National Shipping Company of Saudi Arabia, которая является национальной транспортной компанией, внедрила проект постройки некоторого количества танкеров-продуктовозов. В результате суммарное число танкеров, которые составляют рабочий флот государства, выросло до числа свыше 30 судов.

Рас-Танура, Джуэйма (находятся в Персидском заливе) и Ямбу (находится в Красном море) являются главными экспортными нефтеналивными терминалами. Объект в Рас-Тануре — крупнейший в мире, его мощность — 300 млн т в год и около 75% поставок жидких углеводородов осуществляется через него. 225 млн т нефти и около 50 млн т нефтепродуктов — это пропускная способность терминала в Ямбу в год. Мощность объекта в Джуэйме составляет 180 млн т в год.

Около 90% поставок топлива Саудовской Аравии в последние годы обеспечивается супертанкерами через Ормузский пролив. Через него ежедневно проходит 93% всех уг-

леводородных поставок стран Персидского залива и до 40% мировых поставок нефти морским путём.

Если этот транспортный коридор окажется заблокирован, то возможны и альтернативные варианты поставок. Например, международные трубопроводы могут обеспечить экспорт нефти. Но дело в том, что они обладают маленькой пропускной способностью, и они вряд ли смогут обеспечить тот объем сырья, который добывается саудовцами в последнее время.

Из-за этого, не обращая внимание на тот факт, что действующие трубопроводы испытывают недозагрузку, Саудовская Аравия продолжает изучение перспективных проектов в области транспорта нефти, и это продиктовано двумя причинами. Во-первых, королевство стремится избавиться от лишних будущих расходов экспорта сырья до потребителя, а во-вторых, страна ищет более безопасные пути через их диверсификацию.

Когда Саудовская Аравия смело экспериментирует и внедряет различные новшества, то она отходит от косности, которая заложена в арабском менталитете, и, наоборот, показывает гибкость и идёт в ногу со временем.

Стоит отметить, что на данный момент размер экспорта «чёрного золота» королевства через трубопровод хотя и меньше, чем по морю, но не так мал, как говорят многие эксперты. Кроме того, у него есть тенденция расти.

4,2 тыс. км — километраж магистральных нефтепроводов и 1,1 тыс. км — километраж продуктопроводов на территории Саудовской Аравии, и примерно 1,2 тыс. км трубопроводов применяется для перемещения широкой фракции легких углеводородов (ШФЛУ), которая является базовым сырьем для изготовления шин, сжиженного газа и остальных продуктов нефтехимической промышленности. ШФЛУ преобразовывают из нефтяного газа, который отличается от природного газа тем, что имеет так называемый «жир» — углеводородные фракции, которые извлекаются на особых газоперерабатывающих производствах. Компонентный состав ШФЛУ меняется в зависимости от ресурсов производства. Этан (от 2 до 5%), сжиженный газ (60–85%), фракции «пентан+» (остальное) — это типичный состав ресурсной базы производства.

Главные нефтепроводы Саудовской Аравии соединяют районы промысла с терминалами в Персидском заливе и на Красном море.

Трубопровод «Восток-Запад» является самым крупным инфраструктурным объектом нефтяного сектора страны. Он имеет протяженность 1,2 тыс. км, пропускную способность 250 млн т в год и соединяет Джубейль с Ямбуль-Бахр. На данный момент этот трубопровод загружен не более чем на 50%, потому что маршрут через пролив Баб-эль-Мандеб в Азию из Ямбу является нерентабельным, так как время пути увеличивается на пять дней. Есть ещё один трубопровод, который проходит параллельно из Абкайка в Ямбу, на нефтехимические предприятия. Он транспортирует ШФЛУ, и его мощность составляет 14,5 млн т в год.

Около 12,5 млн т нефти транспортирует нефтепровод, который проложен из королевства в Бахрейн по дну Персидского залива.

В Саудовской Аравии построены протяженный трубопроводы, но на данный момент они не транспортируют нефть. Например, «Трансарабский», который соединяет месторождения Персидского залива с Ливанским портом Сидон и имеет пропускную способность 25 млн т ежегодно. Следующий — Иракский нефтепровод сквозь территорию саудовцев, который соединяет нефтяные объекты Ирака и порт Миджиз на Красном море. Его пропускная способность составляет 80 млн т в год.

Еще несколько транспортных артерий планируется построить в перспективе. Во-первых, нефтепровод «Нью-Аравия» между Саудовской Аравией и Бахрейном, который будет обладать протяженностью в 115 км и пропускную способность до 22,5 млн т в год. Во-вторых, в проекте строительства подводные трубопроводы от нефтеперерабатывающего завода в Джубейле до морского терминала. Протяженность составит примерно 300 км. В-третьих, нефтепровод «Рас-Танура — Катиф — Дахран — Эр-Рияд», который будет иметь протяженность 600 км. В-четвертых,

продуктопроводы «Рас-Танура — Дахран» и «Дахран — Эр-Рияд», общая протяженность — 506 км. В-пятых, продуктопровод протяженностью около 250 км «Табук — Туба», по побережью Красного моря.

Скорее всего, улучшение инфраструктуры магистралей очень пригодится Саудовской Аравии, так как этот вид доставки сырья считается самым эффективным, если не брать в расчет метод танкеров.

На данный момент проблема доведения нефти до потребителей является главной для королевства, так как страна имеет очень сильную зависимость от перевозок по морю, не очень хорошо эксплуатирует магистральные артерии, и, кроме того, у государства практически нет подходящей инфраструктуры для перевозок сырья по железной дороге.

Скорее всего, в будущем королевство сделает важные шаги для разрешения проблем в указанных сферах, но не стоит ожидать положительных результатов из-за того, что ситуация в регионе нестабильная и могут возникнуть абсолютно другие политические и экономические проблемы, для разрешения которых потребуются последовательные шаги и большие финансовые затраты от государств Ближнего Востока, в том числе и Саудовской Аравии.

Литература:

1. Об энергетической стратегии Саудовской Аравии и интересах России. Режим доступа: <http://www.iimes.ru/?p=17722>
2. Энергетический аспект ближневосточного конфликта: <https://www.geopolitica.ru/article/energeticheskiy-aspekt-blizhnevostochnogo-konflikta>
3. Румянцева, А. Е. Энергетическая политика Саудовской Аравии / А. Е. Румянцева, Т. Ю. Коломиец, П. С. Полинцев, А. В. Данилова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 52 (186). — С. 108–111. — URL: <https://moluch.ru/archive/186/47601/> (дата обращения: 07.02.2021).
4. Новый энергетический ландшафт в регионе Ближнего Востока. Л. Х. Латчинова, Е. Ф. Черненко. Вестник РУДН, серия Экономика, 2015, № 3

Закупочная деятельность на предприятиях оптовой торговли: проблемы и перспективы

Стаценко Любовь Вячеславовна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

В статье рассмотрено сложившееся состояние закупочной деятельности на современном рынке. Автор приводит ряд проблем, с которыми столкнулись торговые предприятия при организации системы снабжения. Выявленные недостатки позволили разработать перечень рекомендаций, внедрение которых позволит повысить эффективность работы оптовых предприятий торговли.

Ключевые слова: закупочная деятельность, система снабжения, совершенствование системы закупок, проблемы закупочной деятельности, система закупок на предприятиях оптовой торговли.

Purchasing activities at wholesale enterprises: problems and prospects

The article examines the current state of procurement in the modern market. The author cites a number of problems faced by trade enterprises in organizing the supply system. The identified shortcomings made it possible to develop a list of recommendations, the implementation of which will improve the efficiency of wholesale trade enterprises.

Keywords: *procurement, supply system, improvement of the procurement system, procurement problems, procurement system at wholesale enterprises.*

С переходом к рынку все большее значение приобретает закупочная деятельность оптового торгового предприятия. Она является непременным условием его эффективной работы и развития. Закупочную деятельность оптового торгового предприятия следует рассматривать в увязке с внешней средой, охватывающей широкий спектр экономических и социальных вопросов, она должна базироваться на национальной модели формирования рынка, экономических факторах и рыночных отношениях, которые складываются. Иначе говоря, закупочная деятельность определяется реалиями современной экономики. Сейчас планирование связей с рынком закупок имеет для успешного функционирования предприятия оптовой торговли такое же большое значение, как и планирование рынка сбыта. В этих условиях многие руководители предприятий торговли признают необходимость управления закупками. Закупки (поставки) являются одним из наиболее важных бизнес-процессов, протекающих в хозяйствующих субъектах. В последнее время перед отделом закупок предприятия наиболее остро встает вопрос повышения эффективности и оптимизации расходов.

Оптимизация закупочной деятельности предприятия становится важным компонентом стратегии, поскольку от грамотного управления закупками и поставками зависит целый ряд стратегических преимуществ, что способствует экономическому развитию предприятия [5, с. 223].

Актуальность статьи определяется состоянием отрасли, так как большинство отечественных торговых предприятий недополучают прибыль из-за неэффективной системы закупочной деятельности. В связи с этим исследование вопросов оптимизации закупочной деятельности оптовых предприятий и выработки на этой основе необходимых методических рекомендаций несут значимую роль для отрасли в целом.

Цель исследования — разработка мероприятий по повышению эффективности закупочной деятельности предприятий оптовой торговли. Исходя из заявленной цели необходимо подробно рассмотреть современные проблемы снабженческой деятельности, для того чтобы предложить пути для их решения.

1. Логистика снабжения

Современное развитие рынка дает предприятиям много возможностей, поощряя творческую и инновационную деятельность. Изменения происходят во многих областях, прямо или косвенно связанных с логистикой. Они

имеют место в логистике поставок и производства, складах и управлении запасами, а также в логистике распределения, в частности, с точки зрения требований к обслуживанию клиентов. Происходит динамичное развитие цепочек поставок и их адаптация под потребности внутренних и внешних клиентов. Появляется глобальная конкуренция, дерегулирование транспорта, поиск источников транспорта за рубежом, происходит эффективное обслуживание клиентов. Цепочка поставок представляет собой взаимодействие между несколькими перерабатывающими, торговыми, логистическими предприятиями и предприятиями, участвующими в потоке продуктов, информации и финансовых ресурсов [2, с. 45].

Логистика снабжения — это процесс получения товаров и услуг для оптовых предприятий. Это связано с созданием многочисленных цепочек поставок, которые будут относительно постоянными и регулярно повторяющимися с необходимыми интервалами.

Изучение времени заказа, периода поставок и хранения позволит предприятию снизить стоимость капитала, замороженного на складе. Все больше и больше предприятий стремятся минимизировать общие затраты на поток продукции, информацию при сохранении клиентами уровня качества, обработки поставок.

Стремясь обеспечить максимально короткое время выполнения заказа и максимально высокую надежность, частоту и гибкость поставок при предполагаемом уровне затрат на поток, а также оптимизацию уровня запасов в масштабах цепочки поставок. Цепочка поставок представляет собой объединение предприятий, участвующих в доставке продукта на рынок конечному потребителю.

Эффективное управление основано на интеграции и управлении тремя типами основных процессов: продуктов, информации и денег. Одной из основных задач в управлении цепочками поставок является ограничение неопределенности, которая является причиной покупки запасов или создания запасов безопасности. Оптовая компания также должна учитывать недостатки на складе, которые угрожают потерей клиентов. Логистика снабжения, производства и распределения должна быть скоординирована для удовлетворения потребностей клиента и, таким образом, оптимизация закупочной деятельности являются наиболее важной целью [1].

2. Управление заказами

Эффективные продажи — это цель каждой компании, а эффективный и действенный процесс продаж является

основополагающим в любой отрасли. Однако следует помнить, что для нормального функционирования компании также необходима правильная организация закупок. В настоящее время это очень важный аспект деловых операций — менеджеры все чаще обращают внимание на экономию, которую можно получить, в том числе, путем переговоров о ценах в процессе покупки. Представители компании, отвечающие за такую деятельность, должны попытаться ее оптимизировать. Это означает, прежде всего, лучшее управление временем и расходами. Эти два фактора играют очень важную роль в процессе покупки и напрямую связаны друг с другом.

Чтобы лучше понять проблемы, связанные с процессом покупки, важно понимать его сложность. В него входят не только задачи, связанные с выбором лучшего источника поставок, но и деятельность внутри компании. Элементы процесса покупки включают, среди прочего, исследование и сбор спроса в компании, анализ рынка, сбор различных предложений, а затем переговоры и выбор лучшего из них. Другие важные этапы, которые мы можем выделить в процессе покупки, включают, среди прочего, создание заявки, заказ продукта, выставление счетов и оплату. Управление заказами должно осуществляться эффективно, поэтому оптимизировать процесс закупок стоит в каждой компании [4, с. 107].

Предприниматели все чаще понимают, что процесс закупок так же важен, как и производство, следовательно, необходимо его оптимизировать.

Необходимо помнить, что внедрение эффективных методов управления зависит в первую очередь от специфики деятельности компании. Поэтому планированию изменений должен предшествовать тщательный анализ ситуации в компании. Профессиональный проект по оптимизации процесса закупок должен основываться на анализе закупок, индивидуально подготовленном сценарии и стратегии закупок, адаптированной к потребностям компании.

Этап внедрения оптимизации процесса закупок обычно состоит из нескольких этапов. Его важным элементом является работа в команде, то есть роли и задачи ее отдельных членов, а также соответствующее обучение. Внутренние стандарты также должны быть разработаны в соответствии со стратегией закупок. При оптимизации также стоит обратить внимание на определение сберегательных проектов [4, с. 112].

После этих этапов можно приступить к оптимизации закупочных процессов. В дальнейшем следует контролировать эффективность применяемых решений.

Планирование и оптимизация процесса закупок, при эффективном использовании складских площадей, является стратегической закупочной деятельности на предприятиях оптовой торговли.

3. Цифровая трансформация

Прогрессивная оцифровка вызывает полную реструктуризацию отделов закупок. Сами покупатели все больше

вовлекаются в решение стратегических вопросов по совершенствованию закупочных процессов. Они поддерживают стратегические деловые отношения с поставщиками и несут ответственность за оценку поставщиков. Это требует изменения мышления. В высококонкурентном, глобализованном мире со всеми сложными производственно-сбытовыми цепочками правильный выбор поставщиков является одним из ключевых факторов успеха. Каждый не реализованный заказ стоит денег. Поставщик, не соблюдающий нормативные требования, может в итоге оказаться очень дорогостоящим для бизнеса.

Новые ИТ-решения в виде закупочных платформ помогают компаниям значительно сократить операционные расходы и автоматизировать закупочные и финансовые процессы. Отделы закупок и финансов являются бенефициарами внедрения закупочных платформ. Платформы минимизируют ручную работу, автоматизируют процессы закупок, избегают внутренних ошибок и снижают риск мошенничества. Платформы закупок — это не только тренд, но и направление развития отделов закупок. Внедрение платформы закупок, благодаря сокращению операционных расходов, напрямую влияет на финансовый результат организации [2, с. 39].

Последние данные с российского рынка показывают, что 66% компаний рассматривают возможность внедрения инновационных решений в сфере закупок.

Платформы для закупок претерпели серьезные изменения. Вначале на рынке были популярны простые инструменты для размещения предложений в Интернете в формате PDF. В настоящее время это комплексные системы, которые обслуживают не только отдел закупок и финансов, но и всех сотрудников организации. Они поддерживают следующие процессы: поиск поставщиков, Procure 2 Pay, поиск и сотрудничество с поставщиками, выставление счетов и платежи. Все это делается в одной системе. Поэтому внедрение современной платформы закупок следует рассматривать как инвестицию, которая позволит компаниям получить множество преимуществ за короткое время [2, с. 40].

Цифровая трансформация меняет бизнес, и процессы закупок не исключение. Впервые отдел закупок может сыграть важную роль в создании конкурентного преимущества и сокращении операционных расходов. Это невозможно без передовых ИТ-инструментов.

В заключении необходимо подчеркнуть, что высокая результативность работы торговой организации во многом зависит от того насколько грамотно ведется закупочная деятельность.

Организация эффективной логистики снабжения и внедрение ИТ-решений достаточно трудоемкие процессы, но игнорирование этих стороны торговой деятельности зачастую может очень негативно отразиться на организации. Указанные мероприятия требуют определенной подготовки, которая состоит в анализе как внутренней, так и внешней среды торговой организации.

Литература:

1. Гончарова С. О. Особенности управления закупочной логистикой на предприятии: российский и зарубежный опыт / С. О. Гончарова, Л. Н. Шевень [Текст] // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 8. Ч. 2. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/08/36721> (дата обращения: 07.06.2018).
2. Демченко С. Г. Алгоритм подготовки аналитической информации для закупочной деятельности / С. Г. Демченко, Е. И. Несмеянова, Е. В. Старикова [Текст] // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 3. С. 38–44.
3. Кузнецова М. Н. Анализ логистического менеджмента закупок / М. Н. Кузнецова [Текст] // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 43. С. 43–52.
4. Линдерс Р. Майкл. Управление закупками и поставками: учебник / М. Р. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Е. Флинн, Г. Фирон. [Текст] М.: Юнити-Дана, 2017. 752 с.
5. Павлюченко Д. А. Способы совершенствования закупочной деятельности предприятия / Д. А. Павлюченко [Текст] // Научное сообщество студентов: материалы X Междунар. студенч. науч. — практ. конф. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. С. 222–227

Модель проектного управления для решения региональных проблем обеспечения пожарной безопасности

Тихановская Людмила Борисовна, кандидат технических наук, доцент, профессор;

Барышников Александр Игоревич, студент магистратуры

Ивановская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России (г. Иваново)

Статья посвящена особенностям проектного управления в области обеспечения пожарной безопасности. В работе показано, что проектное управление как инструмент госрегулирования активно используется в системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций в РФ, но в настоящее время не существует универсального алгоритма, который бы применялся для внедрения проектного управления в различные хозяйственные структуры. В статье разработана модель внедрения проектного управления в систему предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций в РФ.

Ключевые слова: *пожарная безопасность, проектное управление, тотальная модель управления, алгоритм внедрения проектного управления.*

Система органов государственной власти на современном этапе развития требует более быстрого, точного и эффективного достижения поставленных целей. Для обеспечения существенного прогресса в работе органов государственной власти необходимо внедрение новых инструментов управления. Одним из таких инструментов является проектное управление. Методы проектного управления во всем мире показали свою эффективность и востребованность. Они позволяют не только контролировать конечный результат деятельности, но и прогнозировать ход процесса реализации мероприятий и их соответствие заданным целям.

В настоящее время система проектного управления в органах государственной власти находится на этапе становления. Оно является необходимым условием формирования эффективной системы управления в органах государственной власти. Значимость этой темы исследования определяется направлениями государственной политики в сфере проектного управления.

В России проектное управление развито гораздо меньше, чем за рубежом. Но все же можно привести достаточно большое количество проектов, которые были реализованы

с использованием методологии управления проектами в нашей стране. В основном это такие компании как: РИА «Рос-бизнесконсалтинг» и Integrated Business Systems (IBS), НК «ЮКОС», ЛАНИТ и др.

Проектный подход — подход к управлению, предполагающий образование проектов как способ решения наиболее важных для предприятия задач. Понятие проектного подхода включает в себе систему принципов, которые обеспечивают понимание данного подхода и определяют его особенности [2].

На рисунке 1 представлены принципы проектного подхода [1].

Необходимость внедрения проектного управления объясняется такими его достоинствами, как возможность эффективного управления ресурсами — финансовыми, материальными и трудовыми; уникальность будущих решений и их дальнейшее воздействие (проект — это то, что делается впервые); ограниченность по времени (у проекта всегда указываются сроки исполнения, что позволяет стимулировать исполнителей к более продуктивным и эффективным действиям); целенаправленность (проект всегда направлен на решение конкретно поставленных задач).

Существуют различные модели и методы проектного управления в государственном секторе: сегментальная, тотальная и комплексная модели. Они представлены на рисунке 2 [3].



Рис. 1. Принципы проектного подхода

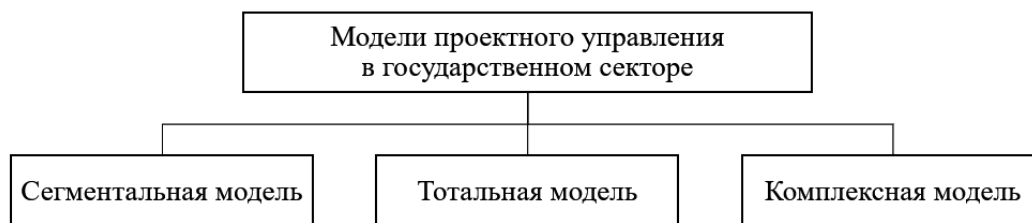


Рис. 2. Модели проектного управления

Сегментальная модель используется в случае, если регион принял решение использовать методологию проектного управления лишь в одной из сфер своей деятельности (например, только в строительной области). Такой подход удобен при поэтапном внедрении или апробации данного метода управления в малых масштабах с целью оценки эффективности и последующего масштабирования [4].

Тотальная модель внедрения подходит для региона в случае, если данная методология внедряется с целью массового формирования проектной культуры в органах исполнительной власти региона не только для повышения результативности выполнения поставленных задач, а также с целью создания необходимых условий для формирования качественно нового типа сотрудников — сотрудников с проектным мышлением [3].

Комплексная модель вводится, когда необходимо выполнить какое-либо масштабное преобразование. При реализации данной модели так же создаются постоянные специализированные проектные группы, которые выполняют свою деятельность постоянно [4].

Сравнивая данные модели можно отметить, что основным отличием является масштабность проводимых нововведений. В соответствии с масштабом и применяются данные модели начиная от менее крупной- сегментальной модели, к более масштабным- тотальной и нововведения, затрагивающие полностью всю структуру организации- комплексная.

В настоящее время не существует универсального алгоритма, который бы применялся для внедрения проектного управления в различные хозяйственные структуры. Наиболее оптимальной, для внедрения в деятельность органов исполнительной власти, является тотальная модель организации проектного управления. Она предполагает наличие на стратегическом уровне решений о реализации проектов, которые прописываются в региональных стратегиях развития.

Внедрение проектного управления в деятельность органов государственной власти на основе тотальной модели представлено на рисунке 3 [5].



Рис. 3. Внедрение проектного управления в деятельность органов государственной власти на основе тотальной модели

Каждый из этапов работ по внедрению системы проектного управления в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера в деятельность органов исполнительной власти может быть представлен как взаимосвязь исполнителей и реализуемых ими функций.

Рассмотрим особенности проектной модели с точки зрения входящей и исходящей информации из системы, а также факторов, которые оказывают на нее непосредственное влияние на примере разработанной нами модели, представленной на рисунке 4 [3].

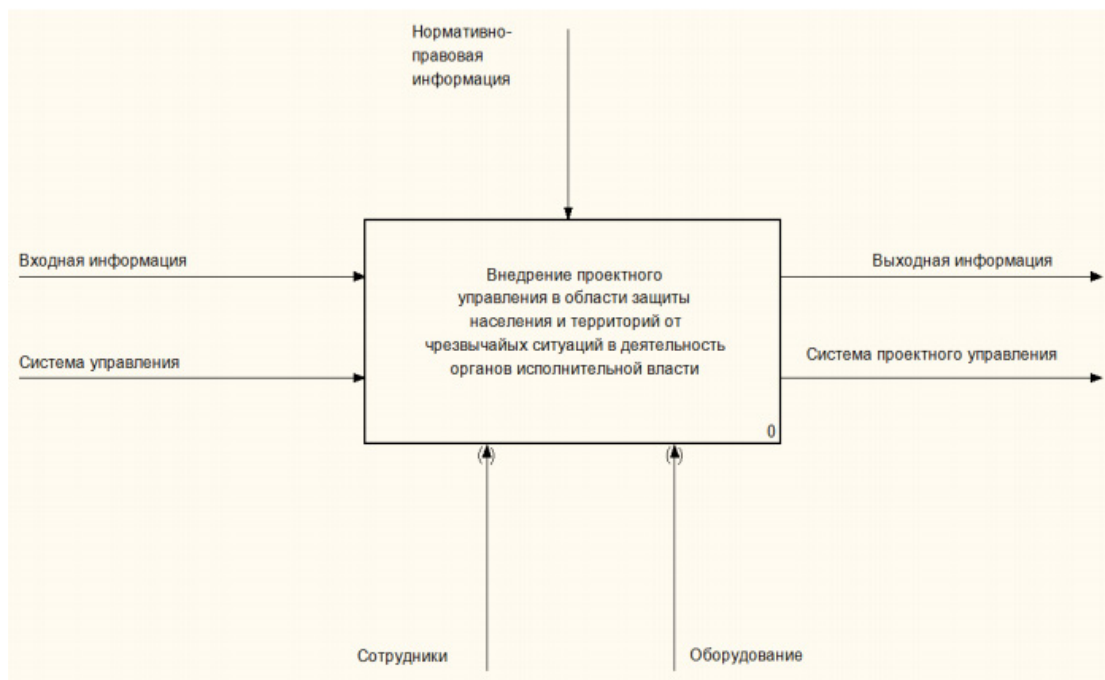


Рис. 4. Модель процесса внедрения проектного управления в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера в деятельность органов исполнительной власти

Проведем процесс декомпозиции сложных элементов на более простые для определения их взаимосвязей и особенностей функционирования в единой целостной си-

стеме, на примере комплекса мероприятий, представленных на рисунке 5 [4].

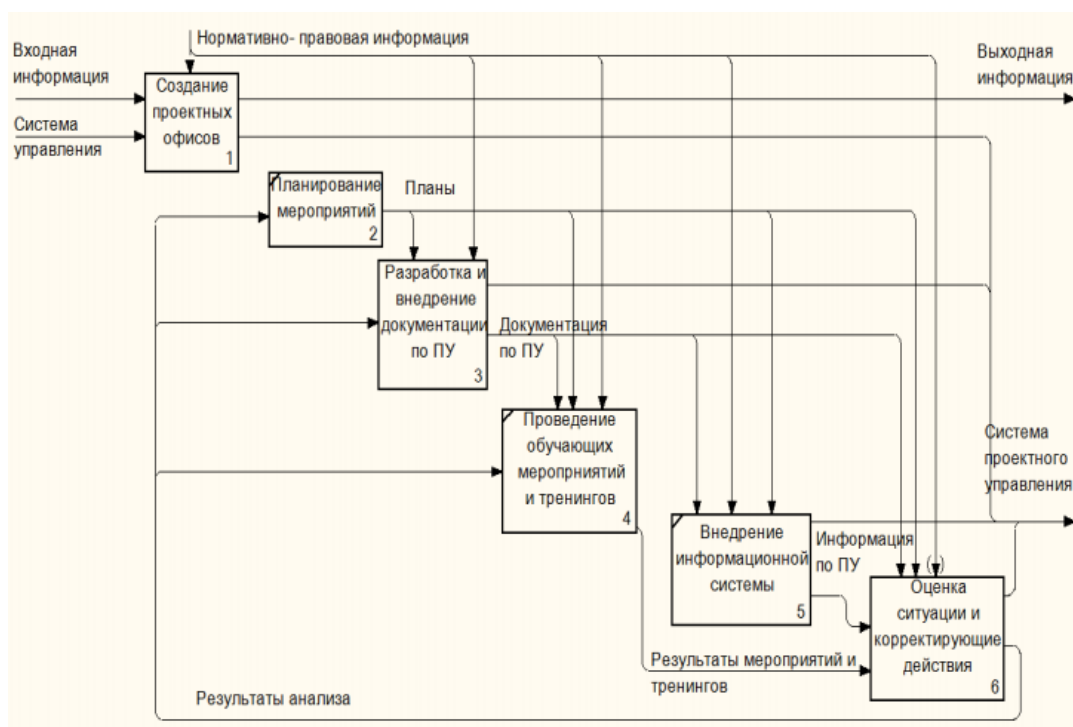


Рис. 5. Декомпозиция процесса внедрения проектного управления в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера в деятельность органов исполнительной власти

Таким образом, внедрение элементов проектного управления в деятельность аварийно-спасательных служб позволит существенно повысить своевременность операций, снизит затраты, а также обеспечит обоснованность

и прозрачность при осуществлении взаимодействия между различными ведомствами в рамках единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

Литература:

1. Авдеев, Л. А. Преимущества процессного подхода к управлению перед функциональным управлением / Л. А. Авдеев, С. А. Шишкин // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. — 2015. — № 11. — С. 121–126.
2. Биколова, Е. Н. Производственный процесс и принципы его формирования/ Е. Н. Биколов // Тенденции развития науки и образования. — 2018. — № 44–2. — С. 15–16.
3. Гирфанова, Е. Ю. Анализ опыта внедрения процессного подхода // Е. Ю. Гирфанова, Е. Ю. Тернер // В сборнике: Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения. Сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции. В 3-х томах. — 2019. — С. 135–139.
4. Дорошенко, М. О. Процессный подход в управлении предприятием / М. О. Дорошенко, О. Г. Соколова // Международная научно-практическая конференция «Уральская горная школа -регионам»: сборник докладов. — Екатеринбург.: Изд-во УГГУ. — 2019. — С. 655–656.
5. Иващенко, Т. И. Процессный подход как метод оптимизации работы логистических систем / Т. И. Иващенко // Ученые заметки ТОГУ. — 2016. — С. 171–179.

Влияние внешних факторов на развитие рынка логистических услуг в России

Тончева Мария Владимировна, студент магистратуры

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье анализируется влияние современного кризиса на развитие рынка логистических услуг. Сделан вывод о росте в течение 2020 года количества мелких логистических компаний и даже улучшении финансового положения некоторых из них.

Ключевые слова: рынок логистических услуг, интеграция, транспорт, грузооборот.

Для повышения конкурентоспособности российского логистического рынка, как отмечают специалисты [1; 5; 7], необходимо устойчивое развитие национальных логистических операторов, обеспечивающих надежность и своевременность поставок и высокий уровень сервисного обслуживания потребителей, а также формирование сети транспортно-логистических центров, которая позволит обеспечить реализацию передовых логистических решений.

Интеграция России в мировое транспортное пространство, развитие международных транспортных коридоров, реализация транзитного потенциала страны, способствуют обеспечению конкурентоспособности российской транспортной отрасли. При этом, как отмечают специалисты [2; 4; 6], одним из основополагающим фактором экономического роста становится развитие рынка логистических услуг и создание сети транспортно-логистических центров, которая позволит обеспечить реализацию передовых логистических решений.

Логистический рынок определяется как экономическая система, включающая в себя процедуры согласования и реализации экономических процессов и интересов между участниками хозяйственной деятельности, связанных с логистической отраслью. Глобальными задачами логистического рынка, как отмечают специалисты [3; 8; 9], являются задачи по реализации мер направленных на достижение эффективности функционирования логистической системы с учетом использования минимальных затрат, а также задачи по формированию логистических систем и формированию условий их надежного осуществления функций.

Общие задачи представляют собой создание единой функционирующей системы управления материальными и информационными потоками, а также формирование механизмов управления движением товаров, определение направлений и технологий передвижения товаров, формирование структуры учета, анализа и прогнозирования логистических издержек, планирование и реализацию логистической стратегии и т. д.

Частными задачами являются более детализированные мероприятия, основанные на реализации глобальных и общих задач. Такие задачи включают в себя: сокращение уровня страховых запасов, сокращение периода вре-

мени хранения товара в запасах, уменьшение времени перевозки, выявление эффективного количества складов на имеющейся территории, поиски и выбор поставщика, организация процессов приема, разгрузки и складирования товаров и сырья, и т. д..

Рынок транспортной логистики Российской Федерации сложно прогнозируем, ввиду его прямой зависимости от изменений нормативного правового регулирования, с одной стороны, а также от развития международных отношений. По данным Минтранса России, за январь-июнь 2020 года грузооборот всех видов транспорта, без учета трубопроводного транспорта составил 1 408,2 миллиарда тонно-километров, в том числе наибольшую долю грузоперевозок, занимает железнодорожный транспорт — 1 238,5 миллиардов тонно-километров, автомобильные перевозки составили 122,8 миллиардов тонно-километров.

Вместе с тем, для доставки грузов все чаще используется автомобильный транспорт, особенно если речь идет о малом и среднем бизнесе, так как компании этой сферы обычно находятся в нише регионального рынка, для доставки их товаров неактуальны большие расстояния. Поезда, корабли и самолёты требуются для дальних отправок, которые необходимы крупным федеральным сетям и производителям, чьи площадки могут быть расположены сразу в нескольких регионах.

Индустрия логистики меняется в лучшую сторону, с учетом ограничений, введенных в 2020 году. Идет постепенное укрупнение компаний, которые присутствуют на рынке, поглощая более мелких игроков. В первую очередь, это связано с резким скачком развития интернет-торговли. В условиях ограничения финансовых ресурсов покупатели зачастую выбирают «удаленную» покупку товаров и доставку ее логистическими операторами. Благодаря этому, в течение 2020 года заметен рост количества мелких логистических компаний и даже улучшение финансового положения некоторых из них. Крупные компании строят свои собственные логистические центры, что снижает издержки по эксплуатации. Логистический рынок — высокодоходный и привлекательный, именно поэтому в него приходят все новые игроки из других индустрий, которые раньше не занимались логистикой.

Литература:

1. Байгельдин, Р. Р., Калина, М. В., Охотников, И. В. Анализ структуры и перспектив развития рынка транспортно-логистических услуг в национальной экономике России // Экономика и предпринимательство — 2015. — № 12 (ч. 3).

2. Латышева Н. А. Концептуальные основы оптимизации международной транспортно-логистической деятельности // Экономика, бизнес и практика логистики. Сборник статей по материалам межвузовской научно-практической конференции. Под редакцией Т. М. Степанян. Саратов, АМИРИТ, 2020. С. 70.
3. Охотников И. В., Сибирко И. В. Логистический менеджмент: учебное пособие. — Саратов: Амирит, 2020.
4. Охотников И. В., Сибирко И. В. Планирование логистических систем и процессов: учебное пособие. — Саратов: Амирит, 2020.
5. Реализация транзитного потенциала Российской Федерации на основе развития международных коридоров: колл. монография / Под общей ред. Т. М. Степанян. — Саратов: ИИРПК, 2019.
6. Развитие международных транспортных коридоров на основе транспортно-логистических технологий: монография / [коллектив авторов]; Под общ. ред. Т. М. Степанян. — Саратов: Амирит, 2020.
7. Степанян, Т. М. Современные тенденции рынка транспортно-логистических услуг. — Нижний Новгород: «ООО Стимул-СТ», 2019.
8. Okhotnikov, I. V., Panko, I. V., Sibirko, I. V. (2019). Logistics Outsourcing as Institutional Innovation and a Tool to Optimize Transaction Costs Within Supply Chains // Proceedings of the 34th International Business Information Management Association Conference — Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage, 13–14 November 2019, Madrid, Spain. pp. 10417–10423
9. Stepanyan, T. M., Spector, A. A., Okhotnikov, I. V. (2018). Logistics Cluster as Integrated Procurement Management Solution for Managing Production Chains for Construction Investment Projects // Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference — Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth, 15–16 November 2018, Seville, Spain. pp. 7236–7243.

Проектная деятельность учреждений социально-культурной сферы

Трапезникова Елена Сергеевна, студент магистратуры

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

В статье рассмотрена проектная деятельность социокультурных учреждений. Представлены положительные эффекты создания и реализации проектов для различных групп населения. Обоснована значимость проектной деятельности учреждений как способа формирования социокультурного пространства в регионах России в условиях реализации единой государственной культурной политики.

Ключевые слова: проектная деятельность, учреждения социально-культурной сферы, социокультурный проект, социокультурное пространство, развитие регионов, культурные ценности.

Project development of the institutions of the social and cultural sphere

Trapeznikova Elena Sergeevna, student master's degree program

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Moscow)

The article deals with the project development of sociocultural institutions. The article discusses the positive effects of the creation and implementation of projects for various groups of the population. It shows the importance of the project development as a way of forming a sociocultural field in the regions of Russia as a part of a unified state cultural policy.

Keywords: project development, institutions of social and cultural sphere, sociocultural project, sociocultural environment, regional development, cultural values.

В настоящее время, в условиях перехода к постиндустриальному обществу, где определяющим фактором научно-технологического и социально-экономического развития страны является человеческий потенциал, повышается значимость культурной политики государства, социально-культурных институтов как центров общественных культурных

инициатив, оказывающих влияние на развитие личности и общества в целом.

Проектная деятельность учреждений социально-культурной сферы, посредством реализации различных программ и проектов, направлена на решение важных социальных проблем (потеря ценностных ориентиров

в обществе, низкий уровень культуры и социальной активности граждан в регионах России), личностное развитие человека, воздействует на формирование социокультурного пространства. В настоящее время проектная деятельность является одним из перспективных направлений деятельности учреждений социально-культурной сферы, что обуславливает актуальность изучения выделенной темы.

Вопросы проектного управления и проектной деятельности рассматриваются в исследованиях В. М. Аньшина, В. И. Воропаева, О. Н. Ильиной, И. И. Мазура, Н. Г. Ольдерогге, О. Г. Прикота, В. Д. Шапиро и др. Изучению социокультурного пространства посвящены труды Н. И. Лапина, Ю. М. Лотмана, П. А. Сорокина и др. Проектная деятельность организаций социокультурной направленности освещается в работах Т. В. Абанкиной, О. Н. Астафьевой, С. Н. Горушкиной, С. А. Тихониной, В. Л. Тульчинского, А. Я. Рубинштейна, Е. Л. Шековой и др. Исследованию социокультурного проектирования посвящены работы Л. И. Берестовой, Г. И. Грибковой, Т. В. Козловой, В. И. Курбатова, В. Н. Лексина, Э. А. Орловой и др.

Проектная деятельность в процессе становления человеческого общества развивалась в контексте развития науки и техники, в основном — для продвижения технических достижений. В последние десятилетия прошлого века в научно-технической политике наметилось смещение акцентов в сторону ее социализации, гуманитарного развития: решение важнейших социальных задач, безопасность личности и общества становятся приоритетными в сфере научного и технического проектирования.

В настоящее время создание и реализация проектов осуществляются в различных сферах человеческой деятельности, в том числе в сфере культуры. Проектная деятельность отличается многоуровневостью, осуществляется как органами власти — государственными и муниципальными, так и социокультурными институтами.

Осуществление проектной деятельности на уровне органов государственной власти Российской Федерации закреплено Постановлениями Правительства РФ, в которых утверждены регламент осуществления проектного управления на уровне Правительства [2], правила разработки стратегических документов (с применением проектного подхода) [1]. Разработаны методические рекомендации по организации проектной деятельности в федеральных органах исполнительной власти [3].

На уровне государственных (муниципальных) органов власти определяются направления и стратегии развития социально-культурной сферы с помощью управления проектами (программами) федерального, регионального и муниципального уровней соответственно; происходит распределение бюджетных средств соответствующего уровня для реализации проектов (программ).

На уровне социокультурных институтов, осуществляющих проектную деятельность, создаются проекты в форме «локальной идеи, направленной на реализацию творческого

замысла» [4, с. 106] культурно-просветительской, образовательной, социальной направленности.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 31.10.2018 № 1288 под «проектом» подразумевается «комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на получение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений» [2]. «Проектная деятельность» определяется как «деятельность, связанная с инициированием, подготовкой, реализацией и завершением проектов» [2].

Под социокультурным пространством будем понимать проектируемую человеком в соответствии с его жизненными ценностями пространственную среду; пространство, обладающее протяженностью, структурностью, неоднородностью, состоящее из индивидуумов, взаимосвязанных и взаимодействующих между собой [7, с. 170].

Таким образом, проектная деятельность социокультурных учреждений в окружающем пространстве — создание и реализация проектов, направленных на решение актуальных проблем в социально-культурной сфере.

Проект всегда уникален, ограничен во времени, нацелен на получение определенных результатов, на достижение конкретных целей. Социокультурный проект — «созданная инициаторами социокультурная новация, целью которой является создание, изменение, совершенствование материальных или духовных благ, имеющих важное социокультурное значение» [5, с. 58].

Объектами социокультурного проектирования являются как сама социокультурная сфера, так и ее составляющие — отношения, процессы, организации социокультурной направленности.

К институтам, осуществляющим социокультурную деятельность, можно отнести следующие: образовательные организации; научные учреждения; учреждения культуры и искусства; институты СМИ.

Социокультурные проекты классифицируют по различным признакам, например:

- по содержанию деятельности (включает конкретную область социально-культурной сферы или несколько областей);
- по срокам реализации (долгосрочные, среднесрочные краткосрочные проекты);
- по масштабности преобразований (мегапроекты, макропроекты, микропроекты);
- по характеру изменений (инновационные или поддерживающие проекты);
- по условиям финансирования (бюджетное финансирование, привлечение инвестиций, личных средств) и др.

Проектная деятельность социокультурных учреждений направлена на изменение и совершенствование уровня жизни граждан страны, улучшение социальных отношений. Реализация социокультурных проектов приобретает важное значение для определенных социальных и возрастных групп населения:

1. для детей и подростков; в том числе, для детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, детей из малоимущих, многодетных и неполных семей, несовершеннолетних, находящихся в социально опасном положении и (или) иной трудной жизненной ситуации. Участие в проектах детей и подростков способствует развитию их познавательных, интеллектуальных, творческих способностей, формированию необходимых личностных качеств, коммуникативных навыков, мотивации к обучению, саморазвитию, реализации творческого потенциала, возможности общения между собой. Организация и проведение культурных, образовательных, познавательных и развлекательных проектов для детей направлены на социализацию, воспитание эстетического вкуса, развитие духовно-нравственного, творческого, интеллектуального потенциала каждого ребенка.
2. для молодежи и студентов. Проекты для молодежи направлены на духовно-нравственное воспитание подрастающего поколения, становление гражданственности, активное участие в общественной жизни, формирование собственной жизненной позиции, способствуют личностному и профессиональному развитию, предоставляют возможность поделиться своим творчеством, мыслями и идеями, обменяться опытом, приобщиться к современному искусству и мировому культурному наследию.
3. для ветеранов труда, инвалидов и пенсионеров. Социокультурные проекты направлены на социализацию и вовлечение в активную творческую деятельность ветеранов Великой Отечественной войны, одиноких пожилых людей и инвалидов. Организация и проведение различных мероприятий в рамках проектов способствуют позитивному настроению участников мероприятий, социальной адаптации, веры в себя и свои возможности, развитию творческих способностей, памяти и мышления, коммуникативных навыков, расширению представлений о культуре и искусстве, создают непринужденную атмосферу сотрудничества, доверия и взаимодействия.
4. для различных категорий населения. Создание и реализация проектов для всех возрастных и социальных групп населения — фестивальные и конкурсные движения, телевизионные шоу, массовые городские праздничные и спортивные мероприятия, выставки, экскурсии, театрализованные представления — способствуют вовлечению граждан в творческую и культурную жизнь города. Культурно-просветительская, культурно-образовательная и культурно-досуговая деятельность социокультурных учреждений предоставляет возможность каждому приобщиться к традиционной народной культуре, мировой художественной культуре, организовать свой досуг и отдых, погрузиться в атмосферу праздника, способствует духовному единению и творческому общению граждан.

Разработка и реализация проектов социокультурными учреждениями способствует интеграции субъектов культурной деятельности. В нынешнее время — в условиях диверсификации источников финансирования в сфере культуры, внедрения рыночных отношений, маркетинга образовательных услуг — привлечение социальных партнеров, применение бизнес-технологий в деятельности организации становится все более актуальным.

Совместная реализация творческих проектов — взаимодействие с органами власти, общественными объединениями, частными организациями — способствует расширению ресурсной базы, целевой аудитории проекта, продвижению в информационном пространстве, привлечению дополнительных источников финансирования, достижению общих целей консолидированными усилиями; в перспективе — эффективному функционированию учреждений, повышению конкурентоспособности и престижа организаций, расширению сферы влияния на развитие человека и общества в целом.

Важное значение проектная деятельность учреждений социокультурной направленности приобретает в контексте реализации единой государственной культурной политики. Географические, климатические, культурные особенности Российской Федерации, выражающиеся в территориальной протяженности, культурном разнообразии, различной плотности населения оказывают влияние на формирование социокультурного пространства на территории страны.

Неоднородность социокультурного пространства в регионах России особенно явно проявляется в малонаселенных пунктах, труднодоступных районах, что негативно сказывается на духовно-нравственном воспитании и творческом развитии подрастающего поколения, человеческом потенциале России. Проектная деятельность учреждений социально-культурной сферы направлена на выравнивание региональных отличий (уровня и качества жизни граждан, обеспечение равного доступа к культурным ценностям, сохранение и популяризацию нематериального культурного наследия народов России), социокультурное развитие регионов.

Таким образом, проектная деятельность учреждений социально-культурной сферы, ориентированная на быстро изменяющиеся условия внешней среды, социальные запросы общества, достижение уникальных результатов в условиях ограниченных ресурсов, наиболее точно отвечает вызовам современности. Деятельность учреждений — с одной стороны — обеспечивает возможности для инновационного развития организаций, с другой стороны — направлена на качественные преобразования окружающего пространства: совершенствование социальных отношений, просвещение общества, возрождение культурных ценностей, формирование творческого потенциала страны, обеспечивающего интенсивное социальное развитие и научно-технический прогресс во всех отраслях науки, культуры и производства [6, с. 3].

Литература:

1. Постановление Правительства от 12.10.2017 года № 1242 «О разработке, реализации и оценке эффективности отдельных государственных программ Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации.
2. Постановление Правительства РФ от 31.10.2018 № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации.
3. Методические рекомендации по организации проектной деятельности в федеральных органах исполнительной власти (утв. Правительством РФ 12 марта 2018 г. № 1937п-П6).
4. Астафьева О. Н., Горушкина С. Н. Инфраструктура культуры локальных территорий и место проектной деятельности в ее развитии [Текст] // Местные сообщества: проблемы социокультурного развития: сборник научных статей / под ред. Ю. М. Резника, Н. И. Мироновой. — М.: Независимый институт гражданского общества, 2010. — С. 102–118.
5. Берестова Л. И. Основы технологии социального прогнозирования и проектирования: учебное пособие / Л. И. Берестова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юриспруденция, 2015. — 104 с.
6. Седых Е. П. Особенности проектного управления образовательными системами // Вестник Мининского университета. 2018. Том 6, № 4. С. 3–15. URL: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/issue/view/29> (дата обращения 02.12.2020).
7. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин; [общ. ред., сост. и предисл., с. 2–16, А. Ю. Соколова]. — М.: Политиздат, 1992. — 542 с.

Анализ проблем развития транспортных компаний в современных условиях

Усманова Екатерина Алексеевна, студент магистратуры

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В данной статье анализируется развитие транспортного рынка в связи со сложившейся ситуацией в стране и в мире; рассмотрение негативных и позитивных тенденций в транспортных компаниях и возможное развитие ИТ-индустрии, один из путей решения устранения экономического кризиса на предприятиях.

Ключевые слова: пандемия, транспорт, грузоперевозки, конкурентоспособность

2020 год стал самым непредсказуемым годом. Пандемия и закрытие границ изменила не только жизни людей в нашей стране, но и весь мир. При этом, как отмечают специалисты [1; 3; 5], изменения произошли как в худшую, так и в лучшую сторону. COVID-19 нарушил привычные связи между производителями и потребителями, и внес серьезные изменения в бизнес логистических компаний.

Весной 2020 года, когда распространение коронавируса стала проблемой всего мира — Международной федерацией работников транспорта было опубликовано письмо к правительствам всех стран, связанное с поддержкой в сфере транспорта. Кризис вызвал дисбаланс грузопотоков, связанный с изменениями спроса, приостановкой производств и введенных ограничений. В связи с этим фактором, как отмечают специалисты [2; 4; 6], правительства государств и международные организации должны присвоить наивысший приоритет поддержке непрерывности и прочности цепочек поставок.

Падение грузопотока в мире произошло по ряду причин: рост курса доллара; закрытие границ стран; изоляция населения; снижение спроса и покупательной способности, что привело к массовому закрытию торговых точек. Многие фабрики и заводы по всему миру закрыты на каран-

тин — перевозить становится нечего и некому. По оценкам InfraOne, потери инфраструктурных отраслей РФ от эпидемии — это потери транспортной отрасли (Более 50% от общих потерь). Если рассматривать конкретизировано (ж/д потоки), то в России железнодорожные перевозки переживает кризис. Однако есть позитивные тенденции. Восстанавливается грузовой поток из стран Азии. На фоне экономического спада ОАО РЖД приняло беспрецедентные меры для стимулирования перевозок скидками (на транспортировку угля, антрацита и др.). Со скидкой до 42,5% отправляются и социально значимые грузы в крытых вагонах (кстати, ОАО РЖД отмечает рост погрузки продуктов питания на фоне эпидемии: в марте на 16,9% с опережающим ростом отдельных позиций, в том числе сахара — на 85,6%, овощей — на 42,3%).

В связи с высокой волатильностью ставок на авиационный и морской транспорт произойдет перераспределение объемов в сторону сухопутных перевозок, особенно на маршрутах Азия — Европа. Несмотря на то, что границы открыты для международных грузовых отправок, строгие проверки, карантин, замена водителей и другие меры могут замедлять скорость доставки автомобильным транспортом. Это открывает новые перспективы для железнодорожных перевозок. Отмена пассажирских поездов позволила освободить

расписание для курсирования грузовых составов. Все зависит от потребительского спроса.

Стоит отметить, что, несмотря на падение грузоперевозок — во многих регионах перевозки автотранспортом стали более востребованными, чем раньше. Если рассматривать компании по курьерской доставке в городах, из-за вводимых ранее по всей стране режимов самоизоляции спрос на услуги доставки вырос не просто в разы, а на порядки. И за счет этого сегмент смог показать рост.

Многие компании малого и среднего бизнеса увидели в этом выход из экономического кризиса и на основании вышеизложенного, предприятия стали уделять большое внимание на «доставку на дом», при этом делая акцент на развитие бизнеса через интернет, улучшая качество разработки сайтов, продвижение через телевидение и сети Интернет.

Однако, если рассматривать региональные перевозки, то экономическая ситуация относительно стабильна, чего нельзя сказать о международных перевозках. Несмотря на то, что экспорт и импорт из Европейских стран осуществляются в штатном режиме, приоритет для въезда во все страны отдаётся для грузового транспорта с продуктами питания и медицинскими товарами. Из-за дополнительных санитарных проверок на границах могут возникать задержки, что негативно сказывается на сроках доставки грузов. Водители массово вынуждены соблюдать карантинные ограничения. Из-за возникшего спроса на автомобильные перевозки увеличивается износ транспорта, что влечет за собой дополнительное обслуживание и ремонт транспортного средства. Однако компании экономят на своем временном ТО, так как это увеличивает расход компании.

В ближайшее время, как отмечают специалисты [7; 8; 9], рынок логистических услуг будут вынуждены покинуть

малые и даже средние предприятия. В настоящий момент некоторые малые компании и автопарки находят из этого выход и производят слияние организаций, чтобы не обанкротиться. Крупные корпорации в свою очередь расширяют свой спектр услуг, выкупая малые компании, таким образом «поглощая» конкурента на рынке, таким образом, увеличивая конкурентоспособность.

На основании вышеизложенного и проанализировав позитивные стороны 2020 года, можно сделать выводы о предстоящих перспективах грядущего 2021 года. Т. к. в сфере информатизации произошел скачок из-за перевода работников на удаленную работу — произошла оптимизация и автоматизация всех бизнес-процессов в логистической компании. Вовлечение сотрудников в развитие компании путем создания платформ для обмена идеями поможет создать в организации прозрачные и отлаженные бизнес-процессы. Так же многим работодателям малого и среднего бизнеса понравилась система «удаленки», так как происходит экономия внутри компаний (экономия электроэнергии, сокращение арендной платы, сокращение потребления канцелярии и оргтехники и т. п.), то есть вероятность того, что в последующем удаленная работа и поддержание логистических процессов на дистанционном уровне будет развиваться в 2021 г.

Стоит отметить, что некоторые компании стали использовать IT-платформы с целью обмена тарифами и ставками, появились отдельные отрасли, такие как «мобильные перевозчики». Благодаря цифровизированной логистической платформе клиент может не только отслеживать свой товар, но и заранее оплатить. Ранее это использовалось почти только в интернет-магазинах. Сейчас такие функции используют 90% компаний, связанных с доставкой и перевозками грузов

Литература:

1. Латышева, Н. А. Концептуальные основы оптимизации международной транспортно-логистической деятельности // Экономика, бизнес и практика логистики. Сборник статей по материалам межвузовской научно-практической конференции. Под редакцией Т. М. Степанян. Саратов, АМИРИТ, 2020. С. 70.
2. Латышева, Н. А. Проблемы функционирования логистических информационных систем предприятий в условиях цифровизации // Современные проблемы железнодорожного транспорта. Сборник трудов по результатам международной интернет-конференции. В 2-х томах. Под общей редакцией К. А. Сергеева. 2019. С. 397–400.
3. Логистические тренды 2020–2021 года: влияние пандемии COVID-19 на перевозки //www.retail.ru;
4. Охотников И. В., Сибирко И. В. Логистический менеджмент: учебное пособие. — Саратов: Амирит, 2020.
5. Охотников И. В., Сибирко И. В. Планирование логистических систем и процессов: учебное пособие. — Саратов: Амирит, 2020.
6. Полбин, А. В. Синельников-Мурылев, С. Г. Трунин, И. В. Экономический кризис 2020 года: причины и меры по его преодолению и дальнейшему развитию России. //institutiones.com
7. Реализация транзитного потенциала Российской Федерации на основе развития международных коридоров: колл. монография / Под общей ред. Т. М. Степанян. — Саратов: ИИРПК, 2019.
8. Развитие международных транспортных коридоров на основе транспортно-логистических технологий: монография / [коллектив авторов]; Под общ. ред. Т. М. Степанян. — Саратов: Амирит, 2020.
9. Степанян, Т. М. Современные тенденции рынка транспортно-логистических услуг. — Нижний Новгород: «ООО Стимул-СТ», 2019

Влияние COVID-19 на финансовую устойчивость международных банков

Читчан Лусине Хачиковна, студент магистратуры

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В данной статье рассматривается влияние пандемии на состояние международного банковского сектора, в частности на рейтинги, отражающие финансовую устойчивость крупнейших банков. В рамках изучения поставленных вопросов проводится комплексный анализ влияния COVID-19 на показатели устойчивости банков, рассматриваются причины закрытия кредитных организаций. В результате проведенного анализа автор приходит к выводу, что чем дольше и шире экономический спад, тем больше банки будут сталкиваться с проблемами качества активов и прибыльности.

Ключевые слова: банковская система, рейтинговые агентства, коммерческие банки, финансовая устойчивость.

Обеспечение стабильного развития банковской системы является важнейшей экономической задачей для государства, поскольку именно банковская система контролирует денежный капитал экономики, а также занимается обеспечением текущих нужд реального сектора.

Пандемия COVID-19 стала одной из самых серьезных проблем для финансовых учреждений. Распространение

вируса привело к серьезным экономическим последствиям. Сегодня, когда коронавирус и реакция правительств на его пугающие последствия — заражают мировую экономику, ежедневные прогнозы снижения ВВП во втором квартале ухудшаются с каждым днем. Эксперты прогнозируют, что мировое производство может сократиться как минимум на 25% [1].

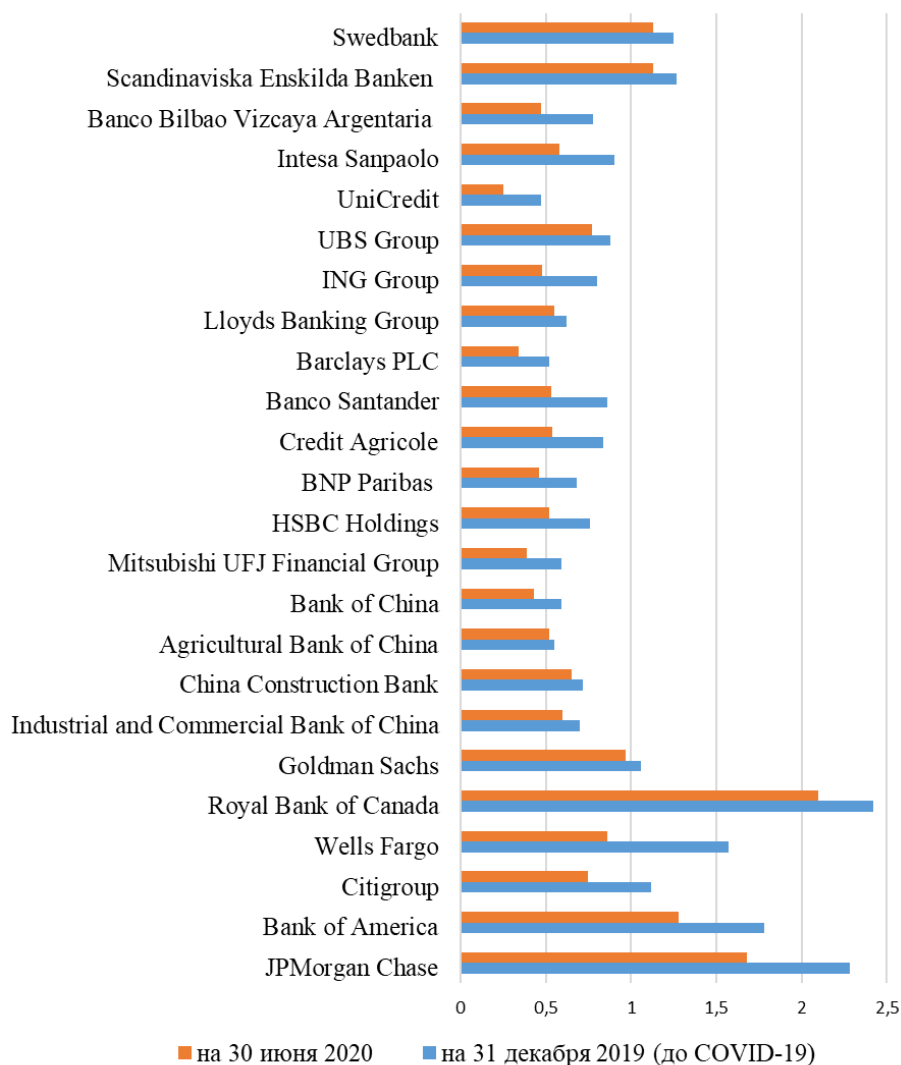


Рис. 1. Динамика мультипликатора P/NAV (цена/чистая стоимость активов)

Одним из непосредственных последствий чрезвычайной ситуации в области здравоохранения для реальной мировой экономики является возросший кредитный риск корпоративных и розничных клиентов банков.

На фоне всего происходящего глобальное рейтинговое агентство Moody's понизило рейтинги долгосрочного депозита в национальной и иностранной валюте Государственного банка Индии и HDFC Bank с «Ваа2» до «Ваа3». Это

связано с тем, что пандемия глобально повлияла на экономику Индии, Moody’s понизило суверенный рейтинг Индии с «Ваа2» до «Ваа3» с негативным прогнозом [3].

Рейтинговое агентство также пересмотрело долгосрочный рейтинг эмитента Экспортно-импортного банка Индии (EXIM India) с «Ваа2» до «Ваа3». При этом сохранился негативный прогноз. Банковский сектор Индии пострадал из-за сбоев в экономической активности Индии в результате вспышки коронавируса, что ослабляет кредитные характеристики заемщиков [3].

Срывы от вспышки коронавируса усугубили экономический спад в Индии, который происходил в 2019 году. Это ускорило ухудшение качества активов и прибыльности банков. Агентство Moody’s пересмотрело рейтинги Банка Барода, Банка Индии, Банка Канары и Юнион Банка Индии и понизило их рейтинг до «Ваа3». При этом также пересматривается базовая оценка кредитоспособности.

Данные банки являются крупными государственными банками [3].

COVID-19 вызвал значительную нестабильность и высокую волатильность на мировых рынках капитала. Финансовый сектор оказался одним из наиболее пострадавших: рейтинги банков упали во всех странах мира. Банковские акции пострадали во время COVID-19. В период с 1 декабря 2019 г. по 30 апреля 2020 г. у большинства банков произошло падение рыночных цен на собственные акции [3].

Европейские банки испытали негативное влияние, поскольку индекс банков Euro STOXX упал на 40,18 процента, индекс STOXX North America 600 — на 31,23% и индекс STOXX Asia/ Pacific 600 — на 26,09% за указанный период (Рисунок 1).

По оценкам S&P первым фактором, лежащим в основе устойчивости банковских рейтингов, является сценарий относительно экономического спада (Таблица 1).

Таблица 1. Прогноз роста ВВП, %

	2019	2020	2021	2022	2023
США	2.2	(4.0)	3.9	2.4	2.6
Страны Евросоюза	1.3	(7.4)	6.1	3.0	2.0
Китай	6.1	2.1	6.9	4.8	5.2
Япония	0.7	(5.4)	3.2	1.0	0.9
Индия	4.2	(9.0)	10.0	6.0	6.2
Бразилия	1.1	(5.8)	3.5	3.0	2.9
Мировой показатель	2.8	(4.1)	5.3	3.8	4.0

Показатели за 2019 и 2020 гг., представленные в таблице, являются фактическими значениями роста или снижения объемов ВВП. Хотя угроза COVID-19 сохраняется, во многих ключевых экономиках дела в третьем и четвертом кварталах 2020 года оказались лучше, чем ожидалось, поскольку домохозяйства увеличили расходы в США и Европе, а правительство Китая увеличило инвестиции в инфраструктуру. Большинство стран с развитой экономикой были удивлены ростом, в то время как события на развивающихся рынках были неоднозначными [3].

Большинство банковских секторов постепенно вышли из финансового кризиса с большей капитализацией, большим финансированием и большей ликвидностью. По оценкам рейтингового агентства S&P капитальная база крупнейших банков за последние 10 лет увеличилась примерно вдвое. Сравнительный прогресс был достигнут в отношении банковской ликвидности. COVID-19 притормозит десятилетие укрепления капитала [2].

Такие факторы как быстрое и расширяющееся распространение вспышки коронавируса, ухудшение перспектив мировой экономики и снижение цен на активы, создают серьезный и обширный кредитный шок по секторам, регионам и рынкам. Но чем дольше и шире экономический спад, тем больше эти банки будут сталкиваться с проблемами качества активов и прибыльности.

Банки, которые вступили в этот кризис со структурно слабой прибыльностью, как, например, многие в Западной Европе, могут столкнуться с проблемой убыточности. Это может произойти, даже если ухудшение качества активов остается сдержанным или недолговечным на фоне мер поддержки. После того, как власти ослабят меры по сдерживанию COVID-19, более структурные меры для повышения маржи и эффективности могут стать ключевыми для поддержки кредитных профилей многих банков во всем мире. Более того, потенциально резкий рост резервов на потери по кредитам может нанести удар по позициям капитала банков со слабой прибыльностью [1].

По мнению Fitch Ratings, экономическое давление, вызванное распространением коронавируса, негативно сказывается на кредитоспособности банков в России и странах СНГ и может привести к тому, что многие банки не смогут продолжить свою деятельность. Агентство Fitch пересмотрело прогноз устойчивости банковского сектора и изменило его на «негативный» для семи из восьми рынков: России, Украины, Казахстана, Армении, Азербайджана, Беларуси и Грузии. При этом перспективы банковского сектора Узбекистана остаются стабильными [4].

Превратится ли это давление в массовое изменение прогнозов рейтинговых агентств на «негативные», будет также зависеть от доступности поддержки со стороны государ-

ства или акционеров, устойчивости рейтингов отдельных банков на их текущих уровнях и конкретной рейтинговой категории. Например, банки с рейтингом «В» обычно более терпимы к обесценению финансовых показателей, чем банки с рейтингами «ВВ» и «ВВВ» [4].

Fitch поддерживает опубликованные рейтинги 84 банков на восьми рынках. Из них 21 подкрепляется государственной поддержкой, а 29 — поддержкой акционеров, и они чувствительны в первую очередь к изменениям в рейтингах поставщиков услуг поддержки. Тридцать четыре банка имеют рейтинг на основе отдельных профилей, что отражено в их рейтингах устойчивости, и они более непосредственно чувствительны к изменениям их финансовых профилей и перспектив. 17 из них находятся в России и имеют рейтинг в основной категории «ВВ». Большинство из остальных относятся к категории «В». В ближайшее время Fitch рассмотрит влияние изменений условий работы на эти банки и возможные последствия для их рейтингов [4].

Качество корпоративных активов снижается во всех регионах из-за спада экономической активности и высокой долларизации кредитов (в меньшей степени в России). Это все усугубляется тем, что существуют серьезные унаследованные проблемы на некоторых рынках (Украина, Казахстан, Беларусь и Азербайджан) [4].

Прибыльность заметно снижается из-за более высоких затрат на риск и некоторого давления на маржу, но низкий или отрицательный рост кредита поможет компенсировать давление на платежеспособность. Воздержание от регулирования на большинстве рынков помогает банкам управлять качеством активов и показателями капитала.

Маловероятно, что ликвидность окажется под давлением из-за умеренных сроков погашения кредитов и имеющихся механизмов поддержки экстренного финансирования. Депозиты в России и СНГ в целом были стабильными.

Стабильный прогноз банковского сектора Узбекистана связан с тем, что в стране преобладают государственные компании, а также ожидания Fitch продолжения государственной поддержки этих компаний [4].

Многие банки не предполагали, к каким последствиям может привести COVID-19 в долгосрочной перспективе, однако, в дальнейшем банки будут готовы, сталкиваясь с проблемами похожего характера, и смогут разработать новые рабочие модели.

Эксперты ожидают, что 2021 год для банков не будет легче. Ожидается, что поддержка со стороны государственных органов для экономики и непосредственно для банков, а также снисходительность со стороны банковских регуляторов будут временными и призваны преодолеть разрыв между непосредственными негативными последствиями пандемии и ожидаемым устойчивым восстановлением экономики. Если побочные эффекты от пандемии для банков будут более серьезными или более продолжительными, необходимо будет пересмотреть основной сценарий, который в настоящее время поддерживает рейтинги банков, что может привести к понижению рейтингов. Если произойдет устойчивое восстановление, банки могли бы пересмотреть многие прогнозы по рейтингам обратно на стабильный. Однако для восстановления показателей банков до уровней, существовавших до COVID-19, потребуется некоторое время.

Литература:

1. Financial stability and the COVID-19 pandemic // Официальный Web-сайт Банка международных расчетов URL: <https://www.bis.org/review/r201210k.htm> (дата обращения: 03.02.2021);
2. How COVID-19 Is Affecting Bank Ratings: October 2020 Update // Официальный Web-сайт S&P URL: <https://www.spglobal.com/ratings/en/research/articles/201022-how-covid-19-is-affecting-bank-ratings-october-2020-update-11706057> (дата обращения: 03.02.2021);
3. COVID-19: Impact on the banking sector // Официальный Web-сайт KPMG URL: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/07/covid-19-impact-on-banking-m-and-a-2020.html> (дата обращения: 04.02.2021);
4. Fitch — Financial Stability // Официальный Web-сайт Fitch URL: <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-affirms-european-financial-stability-facility-debt-at-aa-22-01-2021> (дата обращения: 04.02.2021).

Внедрение CRM-систем в управленческие процессы салона красоты

Яковлева Татьяна Романовна, студент магистратуры

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

В данной статье рассмотрено внедрение CRM-систем в управленческие процессы салона красоты. Актуальность исследования связана с тем, что сегодня технологии играют ведущую роль в управленческих процессах. Выявлены процессы, которые можно автоматизировать с помощью CRM, а также рассмотрены основные задачи, функциональные особенности системы и возможности интеграции с другими программами.

Ключевые слова: управление персоналом, автоматизация, программное обеспечение, технологии, CRM-система, интеграция.

На сегодняшний день рынок индустрии красоты предлагает нам широкие возможности для выбора товара и услуг, но рынок предлагает нам достаточно одинаковые предложения. Поэтому конкуренция в таких условиях особенно возрастает. Выстроить хорошие отношения с клиентом, наладить управленческие процессы в предприятии малого бизнеса помогут CRM-инструменты.

Customer Relationship Management, с англ. как «система управления взаимоотношениями с клиентами», — это программное обеспечение (ПО) для хранения данных о клиентах, автоматизации, контроля и анализа всех процессов взаимодействия с ними. Такая система — это целая бизнес-стратегия, направленная на укрепление взаимоотношений с клиентами для оптимизации их обслуживания, что в конечном итоге приводит к повышению ценности каждого клиента, которая приведет к росту повышению конкурентоспособности компании. Производителей много, качество товаров и услуг — варьируется на одном уровне, как и цены на эти товары и услуги [3, с. 178].

Простыми словами CRM-система позволяет управлять предприятием с сокращением затрат на автоматизацию салона, т. к. включает в себя большие возможности функционала.

Определяя бюджет и возможность доработки программы с точки зрения функционала, предприниматель выбирает между двумя типами установки таких систем: облаком и покупкой лицензии с сервером.

Для проведения анализа нами были рассмотрены основные задачи и функциональные особенности CRM-системы:

1. Возможность сохранения истории операции с огромным количеством клиентов. Отсутствию менеджера не отразится на качестве обслуживания клиентов;
2. Защищать клиентскую базу от взлома. Для этого предусмотрены специальные права, недоступные обычным пользователям;
3. Настроить системные события по коммуникации с клиентом: реактивацию, реанимацию, постпродажную работу и т. д.;

4. Улучшение качества работы с заказчиком и его сервисное обслуживание. Это сделает клиентов более лояльными, повлияет на авторитет и прибыль;

5. Сбор контактов на всех моментах взаимодействия с клиентом. Необходимо проведение работы со старыми клиентами и постоянно привлекать новых [5, с. 178].

6. Разграничение прав. У управляющего появится возможность лично разрешать доступ к деловым операциям определенным работникам, наблюдать за реализацией проектов и контролировать выполнение задач [4].

Возможна также интеграция CRM — системы с другими инструментами:

1. Интеграция с сайтом, позволит автоматически создавать карточку клиента, в случае, если клиент оставит заявку на сайте.

2. Интеграция с телефонией, позволит во время входящего звонка автоматически находить клиента в базе и открывать его личную карточку. Если же клиент новый — предложит создать новую карточку.

3. Интеграция с почтой, позволит оперативно отвечать клиенту, письма будут храниться в ленте активности.

4. Интеграция с мессенджерами, позволит отвечать клиенту прямо из CRM — системы, тем самым позволит администратору не открывать тот или иной мессенджер.

Чтобы CRM-система приносила максимальную пользу, при ее внедрении руководитель обязан изменить корпоративную культуру компании, открыто обсуждать впечатления от работы с CRM с персоналом, чтобы снизить вероятность проявления сопротивления использования платформы в пассивной (непрямой) форме, в противном случае сотрудники могут начать саботирование ее использование [2, с. 37].

В целом можно отметить, что с внедрением подобных программ многие действия будут автоматизированы. Записи к мастеру будут отображаться в графиках, что упростит выбор наиболее подходящего времени для приема. Движение расходных материалов будет проще в учете и отслеживании. Также генерация отчетов поможет руководителю салона вести анализ деятельности предприятия и в принятии соответствующих управленческих решений.

Литература:

1. 1С: Предприятие 8. Салон красоты. — Текст: электронный // Отраслевые и специализированные решения «1С: Предприятие 8»: [сайт]. — URL: <https://solutions.1c.ru/catalog/beauty-salon/features> (дата обращения: 30.01.2021).
2. Деулина, С. А. Анализ программного обеспечения CRM-систем для управления клиентами и персоналом / С. А. Деулина, И. А. Ромашова, Н. Л. Синева, Е. В. Яшкова. — Текст: непосредственный // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2018. — № 5 (31). — С. 36–42.
3. Калянов, Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе. Учебное пособие для вузов / Г. Н. Калянов. — 2-изд. — Москва: Издательство: Горячая Линия — Телеком, 2016. — 208 с. — Текст: непосредственный.

4. Цели и задачи внедрения CRM-системы в компании. — Текст: электронный // Мегаплан: [сайт]. — URL: <https://megaplan.ru/news/articles/vnedrenie-crm/> (дата обращения: 01.02.2021).
5. Рязанцев, А. Как внедрить CRM-систему за 50 дней / А. Рязанцев. — Москва: Омега-Л, 2017. — 248 с. — Текст: непосредственный.

Применение «1С: Предприятие 8. Салон красоты» в управлении персоналом в салонах красоты

Яковлева Татьяна Романовна, студент магистратуры

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

В статье рассмотрены особенности использования программного продукта «1С» в управлении персоналом в салонах красоты. Технология упрощает процесса записи клиентов и порядок учета используемых в процессе их обслуживания косметических средств. Автоматизация салона красоты также помогает упорядочить процесс использования товарно-материальных запасов. Раскрыты детали конфигурации. Отмечены преимущества и недостатки использования данной технологии.

Ключевые слова: цифровые технологии, предприятие, кадры, услуга, индустрия сервиса, управление, CRM.

Справедливо утверждение о том, что в настоящее время малые предприятия являются важным элементом рыночной экономики, которые способствуют гармоничному развитию государства [2, с. 146]. Определенную рыночную нишу в сфере услуг заняли салоны красоты, так как спрос на предоставляемые ими услуги всегда есть.

В условиях высокой конкуренции главными показателями качества обслуживания являются как уровень удовлетворенности клиентов, так и высокий уровень подготовки сотрудников. Всех вышеуказанных показателей невозможно достичь без налаженных информационных и коммуникационных технологий.

Автоматизация бизнеса — это переход с ручного выполнения задач на автоматическое, с использованием специальных IT-инструментов.

CRM-система используется для координации и интеграции оперативных механизмов управления, что позволит исправить отрицательную динамику основных показателей деятельности и придать ей положительный вектор.

Использование программы 1С: Предприятие 8. Салон красоты» позволяет управлять предприятием с сокращением затрат на автоматизацию салона, т. к. включает в себя большие возможности функционала: работа с клиентами, онлайн-запись, взаимодействие с системой 1С-Бухгалтерия и др., автоматическая рассылка в смс и на электронную почту, планирование графика работы сотрудников, отчеты по персоналу [1].

CRM-система позволяет любой организации «выделиться» среди своих конкурентов на данном сегменте рынка за счет скорости анализа информации о клиентах, осуществления их обслуживания на высоком уровне, персонально предлагая каждому заказчику товар или услугу, заостряя внимание на его особенностях, потребностях и запросах [6, с. 996].

Система управления персоналом организации — это система, в которой реализуются функции управления персоналом. Она включает подсистему линейного руководства, а также ряд функциональных подсистем, специализирующихся на выполнении однородных функций [4, с. 17]. Планирование графика работы сотрудников и учет фактически отработанного времени работы персонала является одной из самых важных функциональных подсистем. Разработка конфигураций в данной программе позволяет вести любые формы учета в организациях.

Далее обратим внимание на то, что работа «вручную» с большим количеством данных является трудоемкой и делает практически невозможным оперативное составление достоверной отчетности. А функционал выработки отчетов по персоналу (возвратность клиентов, взаиморасчеты с персоналом, расшифровка начислений и удержаний и другие отчеты) позволит уйти от рутинных ручных операций.

Также программа позволяет вести управленческий расчет зарплаты сотрудников салона красоты (различные виды начислений — оклад, фиксированная часть, тариф за выход, процент от стоимости оказанных услуг, процент от продажи товаров и многие другие).

При создании и изменении конфигураций на платформе «1С» можно использовать различные встроенные инструменты. К ним относятся:

1. Встроенный язык 1С.
2. Язык запросов 1С.
3. Управляемое приложение.
4. Встроенные механизмы конфигурирования [7].

Но в любых процессах есть свои недостатки. Исследователи отмечают, что типовая конфигурация 1С нуждается в тщательной настройке под конкретную организацию, а иногда и в доработке силами программистов [3, с. 594].

Другие исследователи считают, что конфигурация «1С: Салон красоты», обладает излишними возможностями,

которые на практике часто бывают не востребованы небольшими компаниями. Данная система довольно дорогостоящая и не многие небольшие салоны могут позволить себе ее приобретение. Поэтому возникает необходимость нового решения, которое потребует меньших затрат ресурсов для освоения и использования программы персоналом по сравнению с аналогами. Для автоматизации оперативного учета в небольших компаниях салонного бизнеса возможно использование упрощенного прикладного решения «Салонный бизнес» на платформе «1С: Предприятие 8.3», с использованием основных объектов конфигурации.

В конфигурации «Салонный бизнес» рекомендуется использование следующих разработанных документов:

1. Документ «Оказание Услуги» предназначен для фиксирования факта оказания услуги клиенту салона
2. Документ «Ввод начальных остатков номенклатуры» — предназначен для ввода начальных остатков материалов, чтобы пользователи могли начать работу с ин-

формационной базой не с чистого листа, а с некоторого исходного состояния.

3. Документ «Предварительная запись» предназначен для записи на прием к мастеру.

4. Документ «Начисление сотрудникам» предназначен для выполнения различных видов начислений сотрудникам салона, таких как оклад, премия или невыход на работу [5, с. 48].

В целом можно отметить, что с внедрением подобных программ многие действия будут автоматизированы. Внедрение CRM-системы позволит улучшить ключевые показатели развития бизнеса, такие как снижение производственных и операционных затрат. Записи к мастеру будут отображаться в графиках, что упростит выбор наиболее подходящего времени для приема. Движение расходных материалов будет проще в учете и отслеживании. Также генерация отчетов поможет руководителю салона вести анализ деятельности предприятия и в принятии соответствующих управленческих решений.

Литература:

1. 1С: Предприятие 8. Салон красоты. — Текст: электронный // Отраслевые и специализированные решения «1С: Предприятие 8»: [сайт]. — URL: <https://solutions.1c.ru/catalog/beauty-salon/features> (дата обращения: 30.01.2021).
2. Герчиков, В. И. Управление персоналом: работник — самый эффективный ресурс компании: Учебное пособие / В. И. Герчиков. — Москва: ИНФРА-М, 2012. — 282 с. — Текст: непосредственный.
3. Егиазарян, М. С. Разработка конфигураций на платформе «1С: Предприятие» / М. С. Егиазарян, С. В. Пивнева. — Текст: непосредственный // Новые информационные технологии в образовании. — Москва: ООО «1С-Пабблишинг», 2020. — С. 592–594.
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: учебное пособие / А. Я. Кибанов. — 6-изд. — Москва: КНОРУС, 2018. — 202 с. — Текст: непосредственный.
5. Львова, Г. Н. Автоматизация учета в компаниях салонного бизнеса на платформе «1С: Предприятие» / Г. Н. Львова. — Текст: непосредственный // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1: экономика и управление. — 2019. — № 2 (29). — С. 45–51.
6. Маркова, О. Н. Перспективы использования CRM-систем в предпринимательстве / О. Н. Маркова, Сафар, Гасан Пурхани. — Текст: непосредственный // V международный Балтийский морской форум. — Калининград: Обособленное структурное подразделение «Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота» ФГБОУ ВПО «Калининградский государственный технический университет», 2017. — С. 995–1001.
7. Мелехин, В. Ф. Вычислительные машины, системы и сети. / В. Ф. Мелехин. — Москва: Academia, 2017. — 304 с. — Текст: непосредственный.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Основные методы продвижения компании на платформе маркетплейса

Крячкова Марина Евгеньевна, студент

Волгоградский государственный технический университет

В статье определена сущность, содержание и ключевые особенности продвижения компании на платформе маркетплейса. Исследование видов и функций продвижения позволяет сделать вывод о существовании взаимосвязи стратегии продвижения и эффективности деятельности современного предприятия на платформе маркетплейса.

Ключевые слова: стратегия продвижения компании, основные методы продвижения, маркетплейс, рынок маркетплейса в Российской Федерации.

При создании компании, ее бренда, следующей задачей является ее продвижение на рынок. Для того, чтобы начать работу в этом направлении, важно тщательно подготовиться, определить цели и стратегии продвижения. Положение компании на соответствующем сегменте рынка определяется не только отношением потребителей, но и позицией среди конкурентов. Основной целью продвижения является создание монополии в данном сегменте рынка. Платформы маркетплейса в данное время занимают одну из главных ниш на рынке онлайн-покупок. Давайте рассмотрим понятие маркетплейса более подробно. Маркетплейс (англ. online marketplace, online e-commerce marketplace) — платформа электронной коммерции, онлайн-магазин электронной торговли, предоставляющий информацию о продукте или услуге третьих лиц, чьи операции обрабатываются его оператором. [13]

В целом маркетплейс представляет собой оптимизированную онлайн-платформу по предоставлению продуктов и услуг. Один и тот же товар зачастую можно купить у нескольких продавцов, при этом цена на товар может отличаться. Так, как рынок маркетплейса ежегодно пополняется новыми участниками, компании должны постоянно обновлять стратегию продвижения. Рассмотрим популярную отрасль рынка маркетплейса — доставка еды. Существующие компании предлагают потребителям заказать готовую еду из места общественного питания и доставить его клиенту. Почему же компании выбирают именно эту платформу, когда на рынке столько предложений? Основными преимуществами размещения компании на маркетплейсах являются: — наличие большого трафика, нет необходимости в создании собственного сайта, — широкие технические возможности, — широкая география.

Люди, проживающие в крупных городах, где постоянно присутствует ускоренный ритм жизни, в большей степени склонны искать стабильность, даже в сфере доставки еды. Это стремление подсознательно выражено тем, что люди

хотят следовать определенному стилю и образу жизни. У каждого потребителя есть свои предпочтения, но они не сразу занимают прочную позицию в его сознании. Всегда существует проблема выбора. Многие люди выбирают только те компании, у кого всегда есть купоны на еду, различные акции на бесплатную доставку, покупка товара с подарком, и так далее. Следовательно, для успешного развития компании, требуется то, что позволяет легко идентифицировать данную фирму и выбирать именно ее.

Современные торговые марки смещают свои акценты в сторону социальных ценностей и потребностей потенциальных покупателей, рекламируя кроме собственно товара, социальные и эмоциональные выгоды, получаемые от его приобретения, например принадлежность к какой-либо группе и т. п. Можно даже сказать, что под воздействием торговых марок происходит постепенное изменение нравственных и моральных норм людей. Если брать во внимание сферу доставки еды, то в этом случае большинство компаний указывают на то, чтобы человек уделял должное внимание своему физическому состоянию (в том числе и отдыху от приготовления домашней еды, походов в магазин). В данное время это особенно актуально, так как в период пандемии коронавирусной инфекции существует множество ограничений от проведения банкетов до походов в магазин.

Основной задачей работ по продвижению компании является разработка такого образа, который потребитель предпочел бы аналогичным образам, предлагаемым конкурентами. Для достижения этой цели необходимо активное и последовательное внедрение разработанного образа в сознание целевой аудитории посредством всех доступных методов: рекламных акций, маркетинговых кампаний

В данном случае логично будет предложить варианты продвижения, для того чтобы компания вышла на другой уровень продаж, следовательно основной, первостепенной задачей является создание торговой марки и бренда в целом.

Создание торговой марки представляет собой направление деятельности фирмы, включающее разработку и реализацию четко выверенной идеологии, которая будет направлена конкретно на формирование в общественном сознании идеального представления о фирме. Самый распространенный и эффективный прием в рекламной кампании — создание позитивной идеологии.

При правильной организации, разработанной стратегии продвижение будет результативным и поспособствует стабильной реализации товаров и услуг. Существует несколько основных методов перед тем как определять тот или иной вид продвижения:

- провести маркетинговые исследования и анализ рынка;
 - изучить ценности потребителей и выявить целевую аудиторию;
 - исправить противоречия между брендом, его услугами и товарами;
 - правильно выбрать каналы коммуникаций;
 - провести анализ конкурентов;
 - определить бюджет;
- В маркетинге выделяют три вида маркетинговых коммуникаций.

Таблица 1. Основные виды маркетинговых коммуникаций

Основные	Поддерживающие	Дополнительные
Реклама Стимулирование сбыта Личные продажи Директ — маркетинг	Паблик рилейшнз Выставки и ярмарки Спонсорство лицензирование	Мерчендайзинг Упаковка POS-материалы Продакт-плейсмент
Ориентированы на целевую аудиторию	Ориентированы на целевую ответственность	Ориентированы на покупателей в местах продажи

Все рекламодатели отслеживают эффективность своей рекламы по причине ее огромной стоимости и целенаправленной политики фирмы на дальнейшее развитие. В области анализа рынка такая информация позволяет дополнительно оценить динамику происходящих процессов по фирмам и товарам. Делают это косвенными или прямыми путями с применением опросов и без них. На практике часто узнают сначала о самой тенденции в изменении количества и состава покупателей после подачи рекламного объявления, а потом проводят более точные исследования

Таким образом, мы можем сделать вывод, что для оценки эффективности стратегии продвижения компании требуется использование традиционных статистических, бухгалтерских, а также аналитических данных и показателей, основанных на результатах опросов, наблюдения и фиксации внимания аудитории к предложенной информации. Рекомендуется использовать многочисленные экспертные оценки, расчеты показателей в виде предложенных формул, необходимо учитывать параметры, которые могут стимулировать спрос вне зависимости от рекламных усилий.

Литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. 9-е изд. М.: Вильямс, — 2009–1072 — с. 64. Котляров, И. Д. Лояльность и повторяющиеся покупки // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2010. — 6. — С. — 480–486. —65. Котляров, И. Д
2. Антипов, К. В. Основы рекламы Текст: учебник / К. В. Антипов. М.: Дашков и К, — 2015. — 328 с. 2. Васильев, Г. А. Основы рекламы Текст: учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. М.: Вузовский учебник, ИНФРАМ, — 2012. —407 с. — 3. Васяйчева, В. А.
3. Голубкова, Е. Н. Маркетинговые коммуникации Текст / Е. Н. Голубкова. М.: ДиС, — 2011. — 336 с. — 10. Голубкова, Е. Н. Маркетинговые коммуникации Текст: учебник / Е. Н. Голубкова. М.: ДиС, — 2011. — 336 с. 11. Захарова, И. В.
4. Губарец М. А., Мазилкина Е. И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или как продвинуть любой товар. Стратегия успешного бизнеса М.: Дашков и Ко, — 2011. — 224 с. 6. — Козырева К. С., Новиков А. Н.
5. Айзенштейн К. Как рекламировать с успехом. Настольное руководство для деловых людей. — М.: Изд. В. Секачев, — 2019. — 126 с.
6. Альварес С. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development. — М.: Альпина Паблишер, — 2019. — 248 с.
7. Ачкасова В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова и др.; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, — 2019. — 351 с.
8. Бере О. Я — бренд в Instagram и не только. Время, потраченное с пользой. М.: АСТ, — 2019. — 240 с.

9. Бэнфилд Р., Эриксон М., Уокингшо Н. Лидеры продукта. Как лучшие в мире продакт-менеджеры создают команды и запускают крутые продукты. — М.: Манн, Иванов и Фербер, — 2019. — 240 с.
10. Головлева Е. Л. Информационно-аналитическое обеспечение массовых коммуникаций: монография / Е. Л. Головлева, Л. В. Мрочко. — М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, — 2019. — 212 с
11. Домнин В. Н. Бренддинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — М.: Издательство Юрайт, — 2019. — 411 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс
12. Иншакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект — Пресс, — 2019. — 256 с.
13. Википедия [Электронный ресурс] / Официальный сайт, — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (Дата обращения 15.09.2020)

Тенденции развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий: международный опыт

Махольд Кристина Андреевна, студент

Волгоградский государственный технический университет

В статье систематизированы условия, особенности формирования и ключевые тенденции развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий. Анализ кейсов зарубежных компаний позволяет сделать вывод об усилении конкуренции в сегменте и влиянии потребительского спроса на структуру предложения, что формирует новые, более гибкие требования к организации коммуникативной политики современного предприятия, ориентированного на долгосрочный успех в данной отрасли.

Ключевые слова: коммуникативная политика, тенденции развития коммуникативной политики, анализ международного опыта, рынок хлебобулочных изделий.

Анализ статистических данных и обзор экспертных оценок свидетельствует о положительных перспективах развития хлебопекарной отрасли в мировых масштабах: ожидается, что объем мировых продаж будет расти в среднем на 6% и достигнет 521 млрд долларов в 2020 году [3]. С географической точки зрения рост отрасли возможен и обусловлен, прежде всего, увеличением потребления в странах с формирующимся рынком и в развивающихся странах.

Вместе с тем, в числе основных особенностей развития рынка хлеба и хлебобулочных изделий принято выделять быстро меняющийся характер потребительских предпочтений, что формирует более высокие требования к организации системы коммуникаций как внутри компании, так и с ее внешними агентами — поставщиками, партнерами и потребителями продукции. Таким образом, актуальность исследования тенденций развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий определена усилением конкурентных отношений в отрасли и созданием системы требований к его развитию со стороны потребителей.

Анализ особенностей развития коммуникативной политики на рынке хлебобулочных изделий позволяет сделать вывод о зависимости выбираемых инструментов и методов маркетинговых коммуникаций от предпосылок и условий развития общественных отношений.

Сегодня на развитие коммуникативной политики влияют и глобальные процессы. Очевидно, что рынок потребления формируется под влиянием тренда на регионализацию. В то же время, системный анализ рынков хлебо-

булочных изделий позволяет выделить четыре основных критерия, которые являются решающими для потребителей хлеба и кондитерских изделий: свежесть, вкус/аромат, цена, польза для здоровья.

Важно понимать, что требование о здоровой пище не способствует стагнации отрасли, а напротив, является наиболее приоритетным фактором, который имеет более существенное значение при выборе потребителя, нежели происхождение продукта, торговая марка, размер упаковки, традиции, используемый метод производства (то есть кустарное или массовое производство) и наличие или отсутствие определенных ингредиентов.

С точки зрения трансформации коммуникаций на рынке хлебобулочных изделий значимым является также тренд на изменение модели потребления. Рост доходов населения и ускорение темпов жизни стали причиной расширения ассортиментной политики и быстрой смены предпочтений, что сформировало новый сегмент продукции — хлебобулочные изделия в миниатюре: приоритетным становится создание небольших порций — шедевров кулинарного искусства. В связи с указанными обстоятельствами акцент в рекламе и иных формах маркетинговых коммуникации отводится вопросам здорового потребления уникальных продуктов, при этом широко используются возможности фуд-съемки, которые демонстрируют преимущества того или иного товара.

В международных [5, 7] и отечественных [1, 2] исследованиях отмечается, что для компаний, которые стремятся

захватить больший сегмент рынка, важно понимать необходимость гибкого управления маркетинговыми коммуникациями. На сегодняшний день хлебопекарные компании не смогли в полной мере повлиять на процесс принятия решений потребителями, что связано с отсутствием или недостаточным уровнем инвестиций в исследования потребителей и инновационные продукты [3].

Предполагается, что в мировых масштабах стремление к разнообразию на рынке хлебобулочных изделий велико и, вероятно, будет расти и в будущем, в связи с чем компании должны обладать гибкостью, чтобы постоянно удивлять потребителей индивидуальными новинками продуктов, сохраняя при этом основной ассортимент продукции, который отвечает текущим потребностям. Без такого разнообразия в ассортименте компании основной ассортимент страдает и становится легко заменяемым.

В числе важных тенденций — изменение ритма жизни населения, и особенно это актуально для жителей мегаполисов. Люди стремятся адаптироваться к повседневной суете, используя технологии для более быстрого заказа и доставки еды, в связи с чем для современной пекарни важно способствовать упрощению жизни клиентов, предлагая товары как в магазине, так и в формате на вынос, либо доставку. Изменение предпочтений на зрелых рынках обычно обусловлено изменением образа жизни и увеличением спроса на так называемую «комфортную еду» (comfort food) [3].

Проявление выше обозначенных тенденций находит отражение в деятельности конкретных компаний. Рассмотрим ряд прогрессивных практик разработки коммуникативной политики в зарубежных организациях.

Гибкие инструменты коммуникации как в обычное время, так и в период пандемии использует английская пекарня Roberts Bakery [6]. Компанией широко используются возможности фуд-съемки — все изображения отличаются выразительностью, композиционной целостностью и при-

влекательностью. Опираясь на ключевые тренды развития отрасли, руководством компании также принято решение о формировании специального блока наиболее актуальных предложений, сегментированных для разных целевых аудиторий — семейные варианты потребления, в основе которых классические рецепты, современные продукты с ориентацией на принципы здорового питания, создание новой линейки полезных закусок, призванных многократно удовлетворять потребности в питании и при этом обеспечивавших более медленное высвобождение энергии для поддержания жизнедеятельности. Особое внимание уделяется упаковке продукции как ключевому смысловому элементу продукции, способному привлечь потребителя. При этом в контексте реализации политики устойчивого развития компанией используется исключительно компостируемая упаковка, что дает потребителю возможность сделать более экологичный выбор.

Информативным с точки зрения систематизации основных элементов коммуникативной политики является исследование, посвященное разработке интегрированных маркетинговых коммуникаций для пекарни Cinnabon в Финляндии [8], использующей такие инструменты маркетинга, как:

- 1) листовки, купоны, реклама в метро;
- 2) участие в мероприятиях, таких как «День ресторана».
- 3) предоставление клиентам дегустационных образцов и купонов на скидку в торговом центре Arabia и в районе Arabia [8].

Особое внимание в практике работы компании занимают вопросы продвижения собственного бренда, для чего используются возможности социальных сетей. Интересным также является опыт обращения компании к событийному маркетингу. В частности, пекарней была организована вечеринка в честь Хэллоуина 31 октября. Для этого типа мероприятий в Facebook была организована рекламная кампания под названием «Хэллоуин с Cinnabon».

Драйверы развития
<ul style="list-style-type: none"> • Демографические факторы • Повышение уровня доходов • Урбанизация • Рост розничных каналов
Тренды
<ul style="list-style-type: none"> • Здоровое питание • Удобство и отдых вне дома • Снисходительность • Персонафикация • Разнообразие в предполтнениях и диетах • Глобализация предполтнений и диет
Перспективы
<ul style="list-style-type: none"> • Рост нишевых продуктов • Увеличение инвестиций в отрасль • Повышение качества и развитие инноваций

Рис. 1. Драйверы, тренды и перспективы развития мирового рынка хлебобулочных изделий

В ряде крупнейших пекарен США активно практикуется концепция поставки смесей для самостоятельного изготовления кондитерских изделий, подобный тренд проявляется и на европейских рынках, частично на отечественном. Так, Dawn Food Products предлагает своим клиентам полную линейку смесей, основ, глазури, начинок, замороженного теста, полностью выпеченные продукты и даже оборудование.

Анализ тенденций и практических аспектов коммуникативной политики отдельных компаний позволяет выделить

следующие драйверы, тренды и перспективы развития мирового рынка хлебобулочных изделий (рис. 1).

Таким образом, сложившийся уровень конкуренции на рынке хлебобулочных изделий, наряду с потребностями общества в здоровой и разнообразной пище, повышает важность понимания поведения потребителей и процесса принятия ими решений о покупке в пекарнях, в связи с чем вопросы управления коммуникативной политикой современных компаний становятся ключевыми при формировании стратегии ее долгосрочного развития.

Литература:

1. Джинджолия, А. Ф. Международный маркетинг: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Мировая экономика» / А. Ф. Джинджолия, А. В. Евстратов; Волгоградский государственный технический университет. Волгоград, 2011.
2. Дубова, Ю. И. Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России: монография / Ю. И. Дубова, А. В. Евстратов, А. Ю. Заруднева; ВолГТУ. — Волгоград, 2015. — 96 с.
3. Bakery industry: a paradox // Farrelly & Mitchell Executive Report. –February 2017. — P. 14.
4. Dawn Foods: The Leading Bakery Ingredient Manufacturer. Available at: <https://www.dawnfoods.com/eu> (дата обращения: 20.01.2021).
5. Kiumarsi, S., Krishnaswamy, J. Isa, S., Varastegani, A. (2014). Marketing strategies to improve the sales of bakery products of small-medium enterprise (SMEs) in Malaysia. *International Food Research Journal*. 2014. № 21. PP. 2101–2107.
6. Roberts Bakery. Available at: <https://www.robertsbakery.co.uk/> (дата обращения: 20.01.2021).
7. Souki, G. Q., Reis, V. C., Moura, L. R. The behavior of bakery consumers // *Organizações Rurais & Agroindustriais*. 2016. Vol. 18, № 1. PP. 1–12.
8. Zhegalina, E. Developing integrated marketing communications for Cinnabon bakery in Finland. 2015. Available at: <https://core.ac.uk/display/38131024> (дата обращения: 20.01.2021).

Модель потребительского поведения

Нечаева Ангелина Витальевна, студент;

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент

Московский государственный институт культуры

Потребитель — это человек, пользующийся благами товара/услуги для личных, семейных, домашних нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью [4]. Это конечное звено в цепочке «деньги-товар-деньги» и центральный объект маркетинга.

Главной задачей маркетинга является изучение потребителей, так как они решающее звено любой отрасли экономики.

В основе сегментирования потребительских рынков лежат характеристики потребителей и их реакция на предлагаемые товары. Сегментируют потребителей по следующим признакам [5]:

- 1) географическим (страна, штат, регион, округ, город);
- 2) демографическим (возраст, размер семьи, жизненный цикл семьи, пол, уровень дохода, род занятий, образование, религиозные убеждения, раса, поколение, национальность, социальный класс);

3) психографическим (образ жизни, особенности личности);

4) поведенческим (поводы для совершения покупки, искомые блага, статус пользователя, интенсивность потребления, степень лояльности, степень готовности потребителя к покупке, его отношение к товару).

Они могут быть использованы как по отдельности, так и в сочетании друг с другом.

При своей работе маркетологи должны четко представлять себе процесс покупательского принятия решения. Они должны знать, как именно реагируют потребители на различные побудительные приемы маркетинга. Исходя из этого, огромные усилия и денежные средства затрачиваются на исследование зависимости между побудительными факторами маркетинга и ответной реакцией потребителей.

Маркетинговая стратегия бизнеса предполагает соблюдение таких принципов как ориентация на целевую ауди-

торию, на цель и задачи бизнеса, на системный подход в маркетинге (постоянный анализ, мониторинг, непрерывное изучение и т. д.). Это значит, что в маркетинговую систему входит [3]:

- 1) изучение конъюнктуры рынка, ее экономической ситуации (динамики спроса и предложения, рыночной активностью, ценами, объёмами продаж, движением валютного курса);
- 2) постоянный анализ цен не только на данную продукцию, но и на товары-заменители;
- 3) прогноз динамики доходов целевой аудитории и изменение их потребностей;
- 4) использование рекламы и PR для конкуренции;
- 5) стимулирование сбыта продукции, в том числе использование креативных методик;
- 6) планирование ассортимента товаров и многое другое.

Бизнес должен опираться на принципы маркетинга, чтобы успешно функционировать и держаться на рынке. Для этого стоит производить только ту продукцию, которая будет куплена; иметь широкий ассортимент для каждой потребности ЦА; организовывать мобильное производство — такое, которое можно переналадить за короткое время; проводить научные исследования и анализ рынка; выделять бюджет на рекламу и дизайн. Все данные принципы должны быть в комплексе, а также точно распланированы по времени и содержанию.

Сущность потребительского поведения заключается в том, что, попадая в среду рынка, потребители ищут способы удовлетворения своих потребностей и анализируют предложения товаров и услуг для принятия решения об их покупке или отказа от нее.

Факторы, которые предопределяют конечный выбор потребителя делятся на различные виды. Важными из них считаются уровень цен на продукцию и доходов потребителей, их предпочтения и ожидания. Большую роль играют действия самих производителей (как они стимулируют сбыт, какие каналы коммуникации используют и т. п.).

Самое сильное влияние на потребности и поведение покупателя оказывают культурные факторы такие как культура, субкультура, социальный класс/положение. Маркетинг учитывает предпочтения и возможности разных классов, чтобы избежать ошибок, а также отслеживает изменения в структуре культурной жизни общества, чтобы предложить новые товары для удовлетворения изменившихся потребностей [1].

На поведение покупателей оказывает внимание и социальный фактор, в частности референтные группы, которые оказывают влияние на отношение человека к продукции и его действие по отношению к нему. Зачастую, самая влиятельная референтная группа — семья. Маркетинг интересуется распределением ролей в семье: кто из членов семьи оказывает решающее влияние при выборе товаров и услуг. Например, мнение мужа превалирует при выборе автомобиля, а жены при покупке продуктов питания, а совместно

принимается решение о проведении досуга. Влияние референтных групп используют и в рекламе (шоумены, блогеры, певцы, известные личности).

Следующей группой факторов, оказывающих влияние на поведение покупателей, являются личностные. Это возраст и этап жизненного цикла семьи, род занятий, образ жизни, тип характера.

Маркетинг также занимается изучением психологических факторов поведения покупателя: мотивации, убеждения и отношения.

Процесс покупки начинается с того, что у человека появляется нужда, которая перерастает в потребность. И задача маркетинга — понять обстоятельства, которые подтолкнули человека осознать проблему. Отсюда можно получить информацию о положительных и отрицательных раздражителях, а далее разработать план маркетинга.

Приступая к изучению потребительского поведения на рынке, аналитики должны получить ответы на вопросы: «Кто, как, где, когда и для кого покупает. Каковы потребности и критерии выбора. Какие неудовлетворенные потребности существуют у клиентов. Кто играет важную роль при принятии решения о покупке?» и т. д.

Специалисты выделяют четыре типа потребительского поведения [2]: сложное, неуверенное, привычное и поисковое, в зависимости от которых выбирается соответствующая стратегия маркетинга.

Сложное. Встречается при покупке дорогостоящих товаров, имеющих значительную разницу в характеристиках бренда. Это может быть телевизор. Задача маркетолога — выделить бенефит своего бренда, рассказывая потребителю, почему стоит приобрести именно данный товар.

Поисковое. Такое поведение встречается обычно у потребителей с низкой степенью вовлеченности и одновременно сильной разницей между конкурирующими товарами. Отличительная черта такого поведения — частая смена торговых марок из-за большого ассортимента ряда и желания потребителей разнообразить выбор. Например, сладости.

Неуверенное. Такой тип поведения проявляется, когда между аналогичными товарами есть незначительная разница, но при этом степень вовлечения потребителя в процесс покупки на этапе выбора довольно высокая. Например, покупка постельного белья. В данном случае есть необходимость в предоставлении всей информации о товаре/услуге, которая бы заверила потребителя в том, что он сделал верный выбор.

Привычное. Покупатель принимает решение о покупке быстро, сравнив характеристики конкурентных товаров. Собственное мнение покупателя является ключевым.

Что касается совершения покупки, существуют различные его виды. Запланированная покупка имеет место, если потребитель поставил себе цель приобрести конкретный товар/услугу. Он продумал выполнение последовательных шагов — осознал потребность, собрал информацию, проанализировал альтернативы и после всего этого совершил

осознанную покупку. В частично запланированной покупке есть общая цель, но точно не определено время покупки, до конца не определена конкретная марка товара и место покупки. А решение о незапланированной покупке покупатель принимает непосредственно в магазине и оно, как правило, совершается стихийно, без размышлений. Такую покупку еще называют импульсивной или спонтанной.

Если подробнее рассмотреть совершение покупки потребителя, то можно выделить конкретные этапы:

Осознание необходимости покупки. Человек постоянно внимательно изучает ситуацию и обнаруживает, что ему чего-либо не хватает. Его потребности могут даже расти.

Поиск информации о товаре. Когда человек определил свою потребность, он начинает искать информацию о товаре, который он хочет приобрести. Если потребность оказывается сильной, а товар, способный эту потребность удовлетворить, легкодоступен, потребитель скорее всего совершит покупку без тщательного анализа. Если нет, то он займётся поисками и сбором информации о товаре, например, из рекламы, от друзей или продавцов, на сайтах брендов и по отзывам.

Оценка информации. Потребители получают информацию о товаре из различных источников и, как правило, она не всегда полная или достоверная. Важно понимать,

как потребитель оценивает информацию, «фильтрует» и как в дальнейшем его выбирает. Каждый потребитель рассматривает товар как определённый набор свойств. Например, для кухонной посуды это форма, цвет, надёжность упаковки, долговечность. Но нужно учитывать, что разные потребители считают важными для себя разные свойства, которые имеют отношение именно к его нужде.

Решение о покупке. Далее потребитель заканчивает поиск и делает выбор оценивая все «за» и «против»: самого товара, упаковки, магазина и способа приобретения.

Покупка. Решение о покупке отличается от самой покупки. Задержка во времени между принятием решения о покупке и покупкой может зависеть от разных обстоятельств (недостаток денежных средств, отсутствие товара в магазине и т. д.).

Поведение покупателя после совершения покупки. Купив товар, потребитель будет либо удовлетворён, либо не удовлетворён им. И от этого зависит будет ли он приобретать его еще или нет.

Предприятие с помощью маркетинга должно выявлять всех целевых потребителей и определять, как протекает в них процесс принятия решения о покупке. Задача бизнеса — понять покупательское поведение потребителя.

Литература:

1. Багоцци Р.П. Социальная психология потребителя: учеб. пособие / Р.П. Багоцци, Ц. Гёрхан-Канли, Й.Р. Пристер. — Москва: Академия, 2008. — 270 с
2. Измайлова М.А. Психология и этика торговли: учеб. пособие / М.А. Измайлова. — Москва: Академия, 2009. — 176 с.
3. Йенс Нордфальт. Ритейл-маркетинг: Практики и исследования = In-Store Marketing. On sector knowledge and research in retailing. — М.: Альпина Паблицер, 2015. — 490 с.
4. Ильин И.В. Поведение потребителей. Краткий курс. СПб, 2000. 200 с.
5. Ильин И.В. Потребление как дискурс. СПб: Интерсоцис, 2008. 445 с.

Отдел рекламы как одна из структур компании

Смирнова Дарья Андреевна, студент;

Макушева Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент

Московский государственный институт культуры

Отдел рекламы (рекламная служба) — подразделение в структуре компании, занимающееся проведением определенных мероприятий в сфере маркетинговых коммуникаций и реализацией выбранной маркетинговой стратегии. Роль деятельности рекламного отдела — явление, имеющее большое количество категорий: информативную, социальную, коммуникативную, нормативную (идеологическую), креативную, интеграционную.

Работа отдела рекламы направлена на повышение количества продаж, что является главной целью деятельности любого предприятия. Рекламисты заботятся о привлечении внимания аудитории к предлагаемому товару

или услуге, о сохранении и повышении репутации и имиджа организации в глазах общественности. Ещё одной функцией отдела рекламы является непосредственно проведение работ по рекламной кампании, включающих в себя изучение продуктов конкурентов, на основе полученной информации о которых происходит формирование эффективного предложения, новых методов продвижения, акций и т. д. Сюда входит также постановка четкой цели кампании, определение каналов распространения информации, фирменного стиля, установка временных сроков. Для того, чтобы создавать рекламу, способную показать высокий результат, специалисты рекламной

службы компании изучают статистические данные и особенности работы на разных площадках. Однако квалифицированный рекламист должен обладать не только аналитическими способностями, чтобы в условиях постоянно растущей конкуренции и разнообразия товаров на рынке, уметь найти способ обойти конкурентов (при этом не нарушая нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную деятельность, главным из которых является Федеральный закон «О рекламе»), но и задействовать креатив в оформлении рекламного сообщения, подбирая подхо-

дящую музыку, цветовые гаммы, которые будут понятны целевым аудиториям.

Часто отдел рекламы сосредоточивает в себе функции определения типа товаров, которые можно представить на ярмарках, оформления выставочных стендов, плакатов, приглашений, брошюр и т. п. Системы организации отделов рекламы весьма разнообразны, но несмотря на это почти во всех компаниях прослеживается схема разделения обязанностей, доказавшая свою эффективность и проверенная временем (табл. 1).

Таблица 1. Разделение обязанностей в отделе рекламы

Сотрудник отдела рекламы	Обязанности сотрудника
Контактор	Руководит рекламным процессом, отвечает за весь рекламный цикл от заявки до полного завершения рекламной кампании
Копирайтер	Написание текстов для различных рекламных носителей (разработка слоганов, заголовков, создание сценариев, статей), способных повлиять на ЦА
Арт-директор	Занимается визуальным оформлением рекламы. Может иметь в подчинении дизайнеров, фотографов, художников-оформителей и т. д.
Маркетологи и плановики	Определение задач компании, анализ рынка сбыта, сбор данных об актуальных тенденциях в маркетинге и рекламе, внесение предложений, повышающих эффективность работы отдела и т. п.

В структуре организации отделов рекламы большинства компаний начальником приведенных сотрудников (табл. 1) является непосредственно *директор по рекламе* (руководитель отдела рекламы и т. п.). Он занимается решением ряда значимых для успешной жизнедеятельности предприятия вопросов, а также может осуществлять HR-деятельность (набор штата) и решать вопросы, касающиеся выгодного сотрудничества с партнерами.

Основной деятельностью *директора по интернет-рекламе* является создание и размещение информации о компании, продуктах или услугах, которые она предлагает, в социальных сетях. В его обязанности входит создание и оформление собственного сайта компании, сотрудничество с разработчиками сайтов, расчет бюджета для сетевых

затрат, подготовка отчетов о проведенной работе и оценка ее эффективности.

В штат отдела рекламы компании могут входить *PR-менеджеры*, работа которых заключается в озвучивании новинок компании для ЦА, организации ярмарок и PR-мероприятий, связанных с продажами услуг или продукции, создании приглашений и рассылке пресс-релизов, сборе сотрудников, проведении корпоративных тренингов и т. д.

В практике хозяйствования не существует универсальной организационной структуры, отражающей схему работы отдела рекламы в полной мере. Это вызвано разнообразием таковых структур и организацией их деятельности с учетом индивидуальных особенностей компании.



Рис. 1. Отдел рекламной деятельности компании как отдел сбыта

Наиболее распространенными вариантами форм организации отдела рекламной деятельности на предприятии являются: простой отдел сбыта (рис. 1), отдел сбыта с функ-

циями рекламы (рис. 2), самостоятельный отдел рекламы (рис. 3), отдел рекламы с функциями, координирующими как форма организации рекламной деятельности (рис. 4).



Рис. 2. Отдел сбыта, выполняющий функции рекламы

Следует отметить, что на организацию отдела рекламы влияет масштаб деятельности компании. Чаще всего в средних и малых фирмах отделы рекламы немногочисленны и отличаются тем, что в них происходит соединение раз-

личного «функционала» специалистов рекламы в одной должности, которая выполняет самый широкий спектр должностных обязанностей.

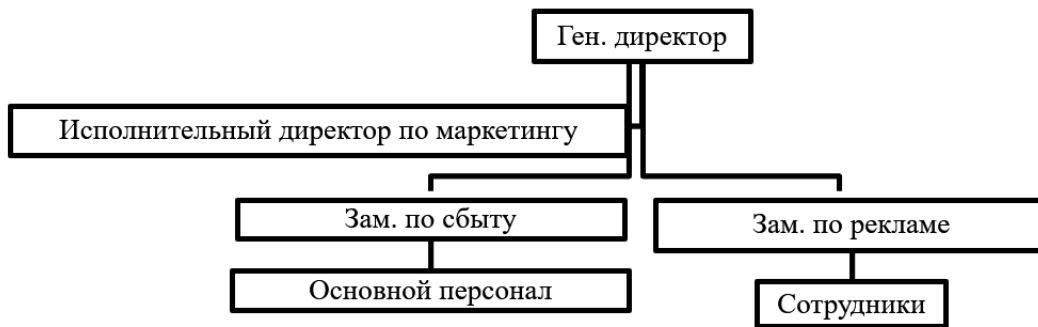


Рис. 3. Функциональная структура отдела рекламы



Рис. 4. Отдел рекламы с функциями, координирующими организацию рекламной деятельности

Таким образом, отдел рекламы обеспечивает среду, в которой специалисты разного профиля получают возможность взаимодействовать друг с другом и соединять свои таланты в деле создания эффективной рекламы, но при этом четко разграничивая сферы индивидуальной ответственности. Стабильная успешная деятельность

любого предприятия возможна при грамотной организации работы такого специализированного подразделения, как отдел рекламы, необходимого для реализации целей и задач бизнеса, выполнения функций в сфере рекламы, главной из которых можно считать расширение потребительского рынка.

Литература:

1. Коммерческая деятельность / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Земляк С. В., Синяев В. В., — М.: Юрайт, 2018. — 404 с.
2. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. — М.: Юрайт, 2017. — 383 с.
3. Нечаева, А. В. Особенности организации рекламного агентства полного цикла / А. В. Нечаева, О. Н. Макушева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 34 (324). — С. 80–83. — URL: <https://moluch.ru/archive/324/73270/> (дата обращения: 01.02.2021).
4. Рудыка Н. А. Реклама и связи с общественностью в транспортной отрасли: организационная структура и технологии. — М.: РУТ (МИИТ), 2019. — 108 с.

Молодой ученый
Международный научный журнал
№ 6 (348) / 2021

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»
Номер подписан в печать 17.02.2021. Дата выхода в свет: 24.02.2021.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.