

# МАВЛЮТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ

## Том 7

---

Материалы  
XVII Всероссийской молодёжной научной конференции  
(г. Уфа, 21 – 23 ноября 2023 г.)

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ**

# **МАВЛЮТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ**

**Том 7**

*Материалы  
XVII Всероссийской молодёжной научной конференции*

*(г. Уфа, 21 – 23 ноября 2023 г.)*

Научное электронное издание сетевого доступа

**Уфа  
РИЦ УУНиТ  
2024**

УДК 330.1  
ББК 65.01  
М12

*Печатается по решению кафедры экономической теории  
и регионального развития УУНиТ.  
Протокол № 3 от 12.11.2024 г.*

**Редакционная коллегия:**

д-р экон. наук, доцент **К.Е. Гришин** (*отв. редактор*);  
канд. экон. наук, доцент **Н.А. Кузьминых** (*отв. редактор*);  
канд. экон. наук, доцент **О.К. Зуева** (*секция 7.1*);  
старший преподаватель **М.Р. Нафиков** (*секция 7.2*);  
канд. экон. наук **Л.И. Спирина** (*секция 7.3*);  
канд. экон. наук **А.И. Селезнева** (*секция 7.4*);  
д-р техн. наук, профессор **В.В. Мартынов** (*секция 7.5*);  
канд. экон. наук **И.Р. Губанова** (*секция 7.6*);  
старший преподаватель **О.К. Кудряшова** (*секция 7.7*);  
д-р социол. наук, профессор **Е.Ю. Бикметов** (*секция 7.8*);  
канд. экон. наук, доцент **Ю.Т. Мансурова** (*секция 7.9*);  
д-р экон. наук, профессор **Л.Н. Родионова** (*секция 7.10*);  
канд. филол. наук, доцент **Э.Г. Никитина** (*секция 7.11*);  
канд. социол. наук, доцент **Н.А. Абузарова** (*секция 7.12*);  
канд. экон. наук, доцент **Н.С. Ишмухаметов** (*секция 7.13*);  
старший преподаватель **А.Д. Мухаметова** (*секция 7.14*);  
ассистент **Д. Д. Ложкина** (*секция 7.15*)

**Мавлютовские чтения:** материалы XVII Всероссийской молодёжной научной конференции (г. Уфа, 21–23 ноября 2023 г.) / отв. ред. К.Е. Гришин, Н.А. Кузьминых / в 9 т. Т.7. [Электронный ресурс] / Уфимск. ун-т науки и технологий. – Уфа: РИЦ УУНиТ, 2024. – 1106 с. – URL: <https://uust.ru/digital-publications/2024/228.pdf> – Загл. с титула экрана.

ISBN 978-5-7477-5945-9

Том 7: ISBN 978-5-7477-5996-1

Конференция проходила в рамках реализации проекта «Студенческая наука в сердце Евразии» по Соглашению о предоставлении из федерального бюджета гранта и форме субсидий в соответствии с п. 4 ст. 78. БК РФ от 15.06.2023 № 075-15-2023-545 (ЦФО 1.9). В 7-й том сборника материалов конференции вошли статьи секций 7.1–7.15.

Сборник предназначен для студентов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей.

Все материалы представлены в авторской редакции.

УДК 330.1  
ББК 65.01

ISBN 978-5-7477-5996-1 (том 7)  
ISBN 978-5-7477-5945-9

© УУНиТ, 2024

## **СЕКЦИЯ 7.1. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

УДК 336.221.4

А.И. АБАКАЧЕВА

ahabibutdinova@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.С. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### **НАЛОГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ**

*Аннотация:* проблема в налоговых отношениях состоит в низкой собираемости налогов, ее причины и варианты решения представлены в статье. Цель исследования – определить причины низкой собираемости налогов и предложить варианты решения данной проблемы. При построении грамотной системы взимания налогов государству удастся достичь достойного уровня развития экономики и благосостояния своего народа.

*Ключевые слова:* налогоплательщик, государство, налоговые отношения, собираемость налогов, уплата, проблемы.

Под налоговыми отношениями понимаются взаимоотношения, складывающиеся между государством и налогоплательщиков на основании налогообложения. Такие отношения относятся к особой категории правовых отношений, принципы которых регламентированы налоговым законодательством и отличаются своими особенностями по сравнению с другими видами юридических отношений.

Рассмотрим принципы налоговых правоотношений.

1. Принцип легитимности заключается в том, что государство владеет законным правом на налогообложение граждан и компаний. Налогоплательщики же должны уплачивать налоги на основании налогового законодательства.

2. Принцип справедливости состоит в том, что налоги должны справедливо распределяться между гражданами и компаниями, при этом каждая сторона должны уплачивать налоги соразмерно своему доходу или величине имущества.

3. Принцип равенства – все налогоплательщики равны перед законом и не должны быть дискриминированы по признаку пола, расы, национальности.

4. Принцип обязательности состоит в том, что налогообложение обязательно для всех налогоплательщиков, которые должны платить налоги в установленные сроки и размеры.

5. Принцип прогрессивности, когда налоговая ставка может зависеть от величины дохода или имущества налогоплательщика, а это дает возможности учитывать разные социально-экономические факторы [10].

Следовательно, налоговые правоотношения – незаменимая часть жизни государства и налогоплательщиков. Они основываются именно на этих принципах, что позволяет обеспечить справедливое и качественное функционирование налоговой системы.

Основная цель налоговых правовых отношений состоит в достижении финансовой устойчивости государства посредством сбора налогов и других обязательных платежей. Налоги и сборы считаются основным источником доходов государства.

В основе налоговых правовых отношений находятся следующие стороны: налогоплательщик, налоговый орган, налоговый агент. Налогоплательщиком выступает физическое или юридическое лицо, которое должно платить налоги и сборы на основании действующего законодательства. Налоговый агент – это лицо или компания, которые исполняют обязанность по удержанию налогов у плательщиков и перечисления его налоговому органу. Под налоговым органом понимается государственный орган, который ответственен за формирование, расчет и сбор налогов и пошлин. Также налоговые органы могут проверять декларацию налогоплательщика, осуществлять налоговую проверку, истребовать предоставления документов [9].

В качестве основных объектов налоговых отношений выступает достаток физических, юридических лиц, имущество, операции и сделки, которые облагаются налогом. Формирование налоговых отношений осуществляется в конкретной области деятельности и на определенном месте. Такие отношения всегда односторонние, то есть – одна сторона всегда плательщик налогов, а другая – государство.

Налоговые правоотношения означают, что государство получает средства на финансирование социальных программ, образования, медицины, безопасности страны, инфраструктурные улучшения и другие важные области для нашей страны. За счет этих средств государство решает социальные и экономические вопросы, развивается и улучшается жизнь граждан [3].

Налоговые отношения приводят к поддержке и защите прав граждан и предпринимателей. Государство должно обеспечить прозрачность и понятность налоговой системы, позволить плательщикам осознать и исполнять обязанности. Налоговые отношения регулируют взаимодействие между государством и налогоплательщиками, формируя основу для разрешения между государством и налогоплательщиками, а также защиты прав и интересов участников отношений. Все это делает налоговые отношения очень значимыми для общества [9].

В качестве основного аспекта налоговых отношений стоит отметить сбор налогов. Обязанность платить налоги вводится государством для выполнения своих функций и достижения благосостояния общества. Также правовые отношения включают в себя распределение государственных доходов. Система

налогов и расходов влияет на то, как средства, полученные от налогоплательщиков, будут применяться и распределяться внутри страны. Важно контролировать соблюдение сторонами налоговых отношений законодательства. Эффективная борьба с налоговыми преступлениями, уклонениями от уплаты налогов, не декларированием доходов – это то, что формирует налоговые отношения.

Грамотная выстроенная система налогообложения способствует равномерному распределению налоговых платежей на граждан и предпринимателей. Но стоит отметить, что налоговые отношения далеки от идеала, что подтверждается существующими проблемами в налоговой системе России.

Мы рассмотрим лишь одну проблему – низкую собираемость налогов, и предложим варианты ее решения.

Для оценки состояния системы налоговых отношений необходимо определить, провести анализ проверок и выявляемых в результате их проведения нарушений действующего законодательства в сфере налогового контроля.

Для начала необходимо проанализировать динамику проведения камеральных проверок и процент выявленных нарушений в ходе их проведения в части юридических лиц и ИП рис. 1.

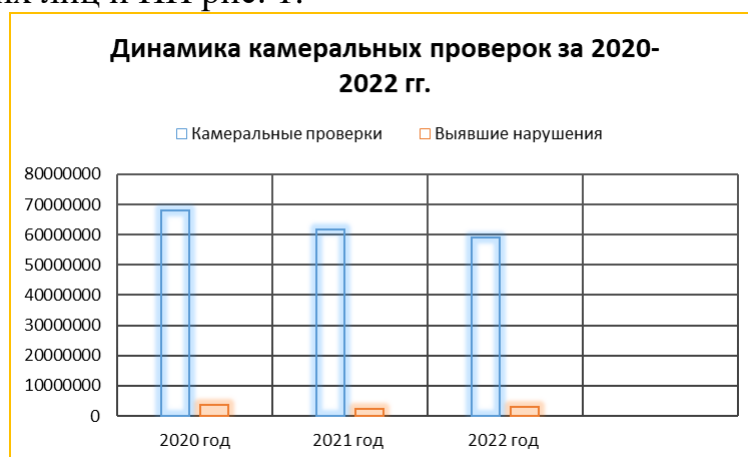


Рис. 1. Количество камеральных проверок организаций и ИП за 2020–2022 гг.

Как видно из представленной диаграммы, количество камеральных проверок ежегодно имеет тенденцию к спаду, при этом в 2022 году при падении количества проверок на 4,3% количество выявленных нарушений выросло на 24,8%, что является негативной характеристикой и свидетельствует, например, о частом нарушении налоговой дисциплины налогоплательщиками, причем намеренном либо в силу незнания налогового законодательства [7].

Ситуация с выездными проверками выглядит следующим образом рис. 2.

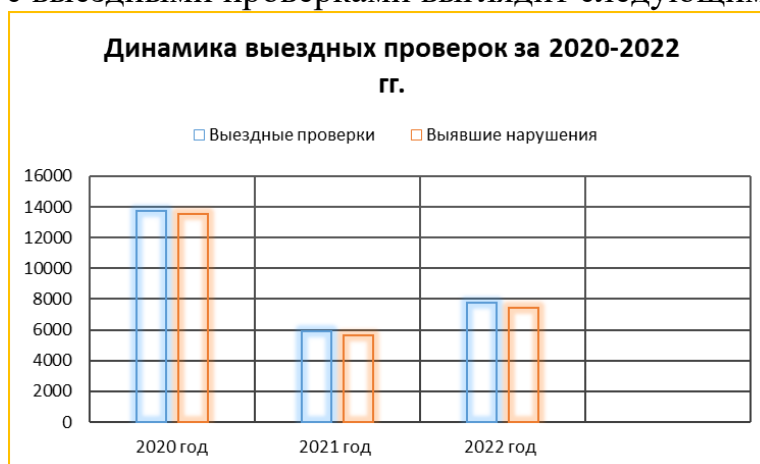


Рис. 2. Количество выездных проверок организаций и ИП за 2020–2022 гг.

Значительное снижение выездных проверок наблюдается в 2021 году, где уменьшение проверок произошло на 57%, что является положительным показателем.

При этом по состоянию на 01.01.2022 количество выездных проверок увеличилось на 30,9% (или на 1835 проверок), а количество выявленных нарушений в ходе проведения указанных проверок – на 31,3%.

Указанное может свидетельствовать о низкой эффективности внедрения различных цифровых сервисов, например, внедрения онлайн-касс, основной целью которого было сокращение выездных проверок.

Однако, поскольку данные для анализа рассмотрены на дату 01.01.2021 (то есть за предыдущий 2020 год), резкое снижение, а затем увеличение проверок может быть связано с возникновением и распространением коронавирусной инфекции COVID-19.

Так, рассматривая динамику камеральных проверок, установлено, что за рассматриваемый период в 2022 году по сравнению с 2020 годом произошло снижение камеральных проверок на 13,3%, а количество нарушений снизилось на 15,7% (в части выездных проверок наблюдается снижение количества проверок на 43,6%, нарушений – 45,2%).

За первое полугодие 2023 года совершено 2800 выездных налоговых проверок, что в 2 раза меньше за аналогичный период 2022 года (5500).

Стоит отметить, что выездные проверки осуществляются в отношении одного плательщика на тысячу зарегистрированных, а по специальным налоговым режимам проверка производится в расчета 1 на 10 тысяч [2].

По результатам первого полугодия 2023 г. в бюджет перечислено 100 млрд рублей в результате добровольного уточнения налоговых обязательств. Эта сумма формирует 54% от суммарной суммы по итогам проведения контрольно-аналитической работы.

Также необходимо отметить, что в среднем в 96,5% случаев проведение выездной проверки заканчивается выявлением нарушений без тенденции на последнюю дату проведения исследования к снижению. Указанное также

может косвенно указывать на эффективность внедрения цифровых платформ за счет расширения возможностей и функционала налоговых служб.

Одна из основных проблем, с которым сталкивается налоговая служба в России, это недостаточная собираемость налогов. Причинами этого могут выступать:

1. Недостаточная культура граждан и предпринимателей в сфере налогов. Многие люди не отдают отчета, насколько важно своевременно выплачивать налоги.

2. Высокая степень коррупции в государственных структурах, что приводит к неуплате налогов предпринимателями, поскольку они получают свою выгоду и привилегии.

3. Сложности налоговой системы и недостаточная собираемость налогов. Налоговая система зачастую сложна и непонятна, а это, как следствие, усложняет перечисление налогов, причем как со стороны компаний, так и простых физических лиц [4].

Чтобы решить перечисленные проблемы, необходимо вводить эффективные меры. Во-первых, требуется проводить работу с предпринимателями и налоговыми агентами с целью повышения знаний в области налогов, роста осведомленности о важности уплаты налогов. Борьба с коррупцией предполагает привлечение к ответственности лиц, уклоняющихся от уплаты налогов, а также наказание тех, кто преступает закон [6].

Повышению собираемости налогов будет способствовать оптимизация налоговой системы и упрощение процесса сбора налогов. Также требуется разработать простые и доступные правила уплаты налогов, которые поймут все участники рынка.

Наглядно схема проблем и их решений представлена на рис. 3.

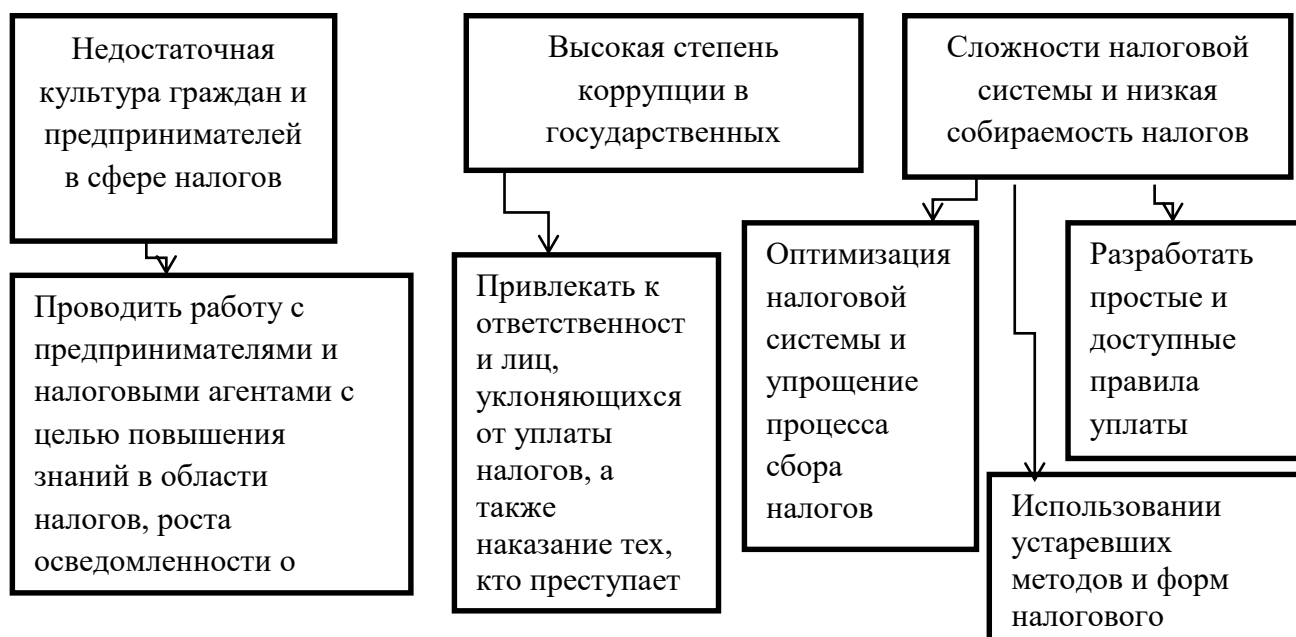


Рис. 3. Содержание и применение предложенной разработки решения проблем



В современных реалиях налоговые органы должны заниматься вопросами усиления налогового контроля над грамотностью, своевременностью и полнотой уплаты налогов и иных обязательных платежей. Использование правильных методов и способов контроля позволит не только увеличить собираемость налогов, но и соблюдать права и свободы плательщиков налогов. В настоящее время выбору методов и вариантов налогового контроля придается огромное значение, поскольку налоговые поступления, формирующие основную часть доходов страны, влияют не только на экономическую безопасность, но и на общую национальную безопасность государства.

Недостаточная эффективность налогового контроля выражается в использовании устаревших методов и форм налогового контроля, низкой квалификации сотрудников налоговых органов, несовершенстве налогового законодательства.

Итак, в целом применение данных мер позволит государственным структурам увеличить эффективность сбора налогов и способствовать устойчивому развитию экономики.

Итак, налоговые отношения всегда связаны с развитием государства. Качественная, справедливая, законная система взимания налогов, грамотная политика распределения государственных доходов приводит к развитию экономики, социальной области. Проблема низкой собираемости налогов решается посредством комплексного подхода и использования действенных методов и мер. Среди них – работа над повышением налоговой культуры граждан и предпринимателей, борьба с коррупцией, оптимизация налоговой системы. Только с использованием действенных мер можно достичь роста собираемости налогов.

### **Библиографический список**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/) (дата обращения: 03.10.2023).
2. Адамс, Ч. Влияние налогов на становление цивилизации / пер. с англ. Столярова А. та др. Москва; Социум, Мысль, 2018. – 639 с.
3. Аналитический портал ФНС России. Режим доступа: <https://analytic.nalog.gov.ru/> (дата обращения: 27.10.2023).
4. Бурмистрова, С.А. Правоотношение как форма выражения и реализации правового интереса / С.А. Бурмистрова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. – 2018. – Т. 18. – № 3. – С. 56–62. – <https://doi.org/10.14529/law180310>.
5. Лютова, О.И. Права налогоплательщиков: трансформация в условиях цифровизации / О.И. Лютова // Налоги. – 2020. – № 5. – С. 10–12.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (дата обращения: 05.10.2023).

7. Суслов, Н.Р. Налоговый контроль в условиях цифровизации / Вестник современных исследований. – 2019. – № 1.10 (28). – С. 280–286.

8. Финансовое право в условиях развития цифровой экономики: монография / К.Т. Анисина, Б.Г. Бадмаев, И. В. Бит-Шабо [и др.]; под редакцией И.А. Цинделиани. – М.: Проспект, 2019. – 320 с.

9. Цинделиани, И.А. Налоговая система Российской Федерации в условиях развития цифровой экономики: правовые и экономические аспекты: материалы Международной научно-практической конференции (г. Москва, 30 ноября – 1 декабря 2018 г.): сборник научных статей / под редакцией И.А. Цинделиани. – Москва: РГУП, 2019. – С. 83–102.

10. Klein, D. Internal Digitalization and Tax-efficient Decision Making: Discussion Paper № 20-051 / D. Klein, Ch. Ludwig, K. Nicolay. – ZEW – Centre for European Economic Research, 2020. – 41 p.

© Абакачева А.И., 2023

К.И. ВАСИЛЬЕВА

*Ksyu.piryazeva@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.С. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАЛОГОВ И СБОРОВ ЯПОНИИ**

*Аннотация:* настоящая научная статья исследует сравнительную характеристику системы налогов и сборов в Японии с целью понимания особенностей этой системы в контексте мировых экономических трендов. В статье рассматриваются основные виды налогов и сборов, динамика изменений в системе налогообложения, сравнение с другими системами налогообложения

*Ключевые слова:* налоговая система Японии, прогрессивные налоговые ставки, налог на доходы физических лиц, налог на прибыль корпораций, экологические налоги, устойчивое развитие и налогообложение.

Системы налогов и сборов играют важную роль в экономическом развитии страны. В Японии, одной из крупнейших мировых экономик, система налогообложения имеет свои уникальные особенности. Цель настоящего исследования – провести сравнительный анализ японской системы налогов и сборов с аналогичными системами других развитых стран и определить ее ключевые характеристики.

В Японии существует несколько основных видов налогов и сборов:

Налог на доходы физических лиц: облагаются доходы физических лиц, и имеет прогрессивную структуру, варьирующуюся от 5% до 45%.

Налог на прибыль корпораций: облагает прибыль юридических лиц стандартной ставкой 23,2%, с дополнительными региональными и местными налогами.

Налог на прибыль от капиталовложений: облагает капитальные доходы с аналогичными ставками, что налог на доходы физических лиц.

Потребительский налог: стандартная ставка потребительского налога составляет 10% и взимается на большинство товаров и услуг.

Налог на недвижимость: облагает владельцев недвижимости на основе ее оценочной стоимости.

Социальные налоги и сборы: включают взносы на социальное страхование, которые финансируют пенсии, медицинское обслуживание и другие социальные программы.

Это основные виды налогов и сборов в Японии, обеспечивающие финансирование государственных нужд и социальных программ.

Таблица 1

## Сравнительная характеристика налоговых ставок в России и в Японии

Наименование	Россия	Япония
НДС (налог на добавленную стоимость)	Стандартная ставка составляет 20%	Стандартная ставка составляет 10%
Прибыльные налоги	Различные ставки для разных типов организаций. Обычно для компаний ставка составляет 20%	Ставка налога на прибыль для компаний составляет 23,2%
Налог на доходы физических лиц	Прогрессивная шкала с максимальной ставкой 13%	Прогрессивная шкала с максимальной ставкой около 55%

Итак, можно сделать вывод, что и Россия, и Япония имеют схожие налоговые системы, включая налог на добавленную стоимость (НДС) и налог на прибыль компаний. Однако ставки и подходы к налогообложению физических лиц различаются в обеих странах. В Японии налог на доходы физических лиц имеет более высокие ставки и прогрессивную шкалу, чем в России.

Кроме того, важно отметить, что налоговые ставки и политика могут изменяться в зависимости от экономической ситуации и решений правительств. Поэтому всегда рекомендуется обращаться к актуальным источникам информации или к налоговым консультантам, чтобы получить точные и свежие данные о налогообложении в конкретный момент времени.

В Японии наблюдались значительные изменения в системе налогообложения за последние десятилетия [1–5]:

- снижение налоговых ставок: прошли реформы, включая снижение налоговых ставок на корпоративные и личные доходы, чтобы стимулировать экономический рост;
- расширение потребительского налога: ставка потребительского налога была увеличена с целью финансирования социальных программ и сокращения государственного долга;
- изменения в налоге на недвижимость: внесены изменения в систему налогообложения недвижимости, включая пересмотр оценочных стоимостей и налоговых ставок;
- стимулирование инвестиций: введены налоговые льготы и снижены налоговые барьеры для стимулирования корпоративных инвестиций и инноваций;
- разработка экологических налогов: введены новые экологические налоги для поощрения устойчивого потребления и снижения углеродных выбросов [1–5].

Эти изменения были внесены с целью адаптации налоговой системы к социально-экономическим потребностям страны и стимулирования экономического роста и инноваций.

Система налогообложения в Японии отличается уникальным сочетанием особенностей, делаая ее уникальной в сравнении с другими странами:

**Прогрессивные налоги:** Япония применяет прогрессивные налоговые ставки для физических лиц и корпораций, что означает, что налоги возрастают с увеличением дохода.

**Высокие ставки налога на прибыль:** стандартные ставки налога на прибыль корпораций в Японии относительно высоки по сравнению с некоторыми другими развитыми странами.

**Устойчивость кризисам:** Японская налоговая система оказалась устойчивой в периоды экономических кризисов, что позволяет гибко реагировать на изменяющиеся условия.

**Поддержка инноваций:** введение налоговых льгот и стимулов помогает поощрять корпоративные инвестиции и исследования, способствуя инновациям и технологическому развитию.

**Экологическая ориентированность:** Япония активно разрабатывает экологические налоги и сборы, направленные на снижение углеродных выбросов и поощрение устойчивого потребления.

Эти особенности делают японскую систему налогообложения уникальной и адаптированной к особенностям экономической и социальной среды Японии.

В заключении можно отметить, что японская система налогообложения представляет собой уникальное сочетание прогрессивных налоговых ставок, стимулов для инноваций и экологической ориентированности. Эта система демонстрирует устойчивость в периоды экономических колебаний и способствует социально-экономическому развитию Японии.

Одновременно с этим, система налогов и сборов Японии подвергается постоянному изменению и адаптации под влиянием внутренних и мировых факторов. Эти изменения направлены на стимулирование экономического роста, поддержку инноваций и содействие устойчивому развитию.

Несмотря на свою уникальность, японская система налогообложения также предоставляет уроки для других стран. Эффективное сочетание прогрессивных налоговых политик, стимулов для бизнеса и экологических мер позволяет Японии успешно справляться с вызовами современного мира.

Таким образом, система налогообложения Японии является примером гибкости и адаптивности, которые могут послужить вдохновением для других стран в стремлении к устойчивому и сбалансированному экономическому развитию.

### **Библиографический список**

1. Ито, Хироши. Налоговые реформы и экономический рост в Японии // Журнал экономических исследований. – 2021. – Т. 30. – № 2. – С. 123–145.

2. Кимура, Такаши. Сравнительный анализ налоговых систем: Япония, США и Германия // Журнал мировой экономики. – 2020. – Т. 25. – № 4. – С. 567–589.

3. Ямамото, Кейко. Экологические налоги и устойчивое развитие в Японии // Экологические исследования. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 456–478.

4. Осака, Такуми. Инновации и налогообложение в Японии: стимулы и вызовы // Журнал инноваций и развития. – 2019. – Т. 10. – № 1. – С. 89–105.

5. Всемирный банк. Отчет о налоговых системах мира. Всемирный банк. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/home>.

© Васильева К.И., 2023

Е.Д. ВАСИН

*egor.vassin.00@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.С. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА ИЗРАИЛЯ

*Аннотация:* в данной статье рассматривается налоговая система Израиля, ее особенности, специальные налоговые режимы и основные виды налогов.

*Ключевые слова:* налоговая система; Израиль; специальные налоговые режимы; налог; налогообложение; подоходный налог; налог на прибыль.

В нашем мире большое количество стран. Каждая из них уникальна, интересна и представляет интерес для изучения. Изучение налоговых систем разных стран помогает расширить знания в области налогообложения, перенять положительный опыт и на его основе сформировать новые предложения и механизмы улучшения российской налоговой системы.

Налоговая система Израиля двухуровневая. Налоговые поступления распределяются в государственные и местные бюджеты.

Налоговая система строится на принципе резиденства. Статус резидента определяется следующими критериями:

– человек проводит в стране более 183 дней в налоговом году, который заканчивается 31 декабря;

– принцип «центра жизненных интересов». Принцип предполагает, что если человек прожил достаточное количество дней в Израиле (184 и больше) но основной центр его жизни находится в другой стране (открыт счет в банке другой страны, дети учатся в местной школе, недвижимость в другой стране), то такой человек может не становиться налоговым резидентом Израиля. При этом с 2016 года израильское правительство ввело поправку, которая определяет, что каждый человек проживший необходимое количество дней в стране, но не считающий себя резидентом и не желающий декларировать доходы и платить налоги должен самостоятельно доказывать свою позицию в налоговых органах.

В Израиле существует три основных ведомства, которые отвечают за отдельные виды налогов.

– «Маам» ведомство налога на добавленную стоимость. Данное ведомство отвечает за полноту и своевременность уплаты НДС. НДС в Израиле составляет 17%;

– «Мас ахнаса» ведомство подоходного налога. В Израиле используется прогрессивная система подоходного налога, чем больше зарабатывает гражданин, тем больше будут налоговые отчисления. Налоговые ступени [1]

меняются из года в год, на 2023 год ступени подоходного налога представлены в табл. 1.

Таблица 1

Ставки налога на доходы физических лиц

Годовой доход	Ежемесячный доход (годовой доход разделенный на 12, только для иллюстрации)	Налоговая ставка
До 81 480 шек.	До 6 790 шек.	10%
81 481–116 760 шек.	6 791–9 730 шек.	14%
116 761–187 440 шек.	9 731–15 620 шек.	20%
187 441–260 520 шек.	15 621–21 710 шек.	31%
260 521–542 160 шек.	21 711–45 180 шек.	35%
542 161–698 280 шек.	45 181–58 190 шек.	47%
698 281 шек. и выше	58 191 шек. и выше	50%

Одна из интересных особенностей налоговой системы Израиля являются льготные налоговые единицы «Никудот зикуй». Это налоговые баллы, которые позволяют уменьшать сумму налога к уплате. Каждому гражданину Израиля дается 2,25 балла, всем женщинам добавляется еще 0,5 балла. Один балл в 2023 году равен 235 шекелей. Значит, каждый мужчина освобожден как минимум от 528,75 шекелей налога, а каждая женщина освобождена от 646,25 шекелей налога.

Дополнительные льготные единицы даются различным категориям людей, например [2]:

- до 3,5 лет после репатризации в страну (1–3 балла);
- до 3 лет после армии (1–2 балла);
- за детей до 18 лет (0,5–3 балла за каждого ребенка);
- платящие алименты (до 1 балла).

Такая система позволяет ослабить налоговое бремя для определенных слоев населения, которые могут испытывать финансовые трудности, что положительно сказывается на их экономической активности и социальной справедливости.

Перевод налога с зарплаты в Израиле в госслужбу производится работодателем. Заполнение декларации необходимо только тем гражданам, чей доход превышает 590 тысяч шекелей за год. Также заполнение и передача документа нужна для тех, кто имеет несколько рабочих мест на разных предприятиях.

– «Битуах леуми» ведомство национального страхования. Все граждане начиная с 18 лет платят взнос, который делится на две части: налог на здравоохранение и налог на социальное обеспечение. Взносы собираются по прогрессивной ставке:

- для части дохода в размере 60% от средней заработной платы: 3,5% платит работник, 3,55% – работодатель;



– для части дохода, превышающей 60% от средней заработной платы: 12% платит работник, 7,6% – работодатель.

Индивидуальные предприниматели платят взносы по следующей схеме: 3,1% – от доходов, не превышающих 60% средней зарплаты, и 5% – на оставшуюся часть.

Средняя заработная плата в Израиле в 2023 году составляет 11 870 шекелей, а 60% от неё – 7 122 шекеля. Максимальный размер месячной зарплаты, который может быть обложен страховым взносом – 47 465 шекелей.

Существует два типа предпринимательства в Израиле.

– «Осек патур» буквально означает освобожденный бизнес. Главная отличительная черта такого вида бизнеса это – отсутствие необходимости оплаты НДС со всех торговых операций. Это дает возможность не добавлять НДС к ценам товаров и услуг для клиентов. В России аналогом является упрощенная система налогообложения, которая тоже позволяет не добавлять НДС.

Существуют требования к тем, кто может зарегистрировать такой бизнес. Так, годовой оборот не должен превышать 107 692 шекеля в год (2 480 254,97 рублей). Сумма оборота очень маленькая, следовательно не всем бизнесам подойдет такой режим. Так же есть перечень профессий, которые не могут регистрироваться как «Осек патур»: врач, ветеринар, посредник по продаже недвижимости и т. д.

– «Осек мурше» означает разрешенный бизнес. Регистрационная форма предназначена для малого бизнеса, оборот которого превышает сумму в 107 692 шекеля по состоянию на 2023 год. Основной минус и в то же время плюс состоит в том, что «Осек мурше» обязан включать в свои цены НДС, но одновременно это является и плюсом, так как этот же налог учитывается при закупках.

Отчетность которую сдает «Осек мурше»:

– каждые два месяца или каждый месяц отчет в ведомство НДС (зависит от оборота), при превышении годового оборота в 1,502,000 шек требуют переход на ежемесячную отчетность;

– каждые два месяца или каждый месяц (в зависимости от оборота) авансовые платежи в ведомство подоходного налога;

– ежемесячные отчеты работодателя (если есть работники) в ведомство национального страхования;

– ежегодный годовой отчет в ведомство подоходного налога.

Большинство компаний в Израиле зарегистрированы в формате общества с ограниченной ответственностью.

Самая крупная форма ведения бизнеса в Израиле – Общество с Ограниченной Ответственностью. Она подходит для крупных предприятий с несколькими основателями, большим уставным капиталом.

Компании платят корпоративный налог 23%. Если фирма зарегистрирована в Израиле, налогом облагается весь ее доход, в том числе и

зарубежный. Иностранные компании, открывшие филиал в Израиле, платят налог только с доходов, полученных в Израиле.

Как известно, Израиль страна стартапов. Государство разными способами стимулирует развитие сферы высоких технологий, в том числе создавая специальные налоговые режимы:

– предпочтительное технологическое предприятие. Такой статус получают организации, если компания тратит более 7% от доходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). Ставка корпоративного налога составляет от 7,5 до 12% в зависимости от региона. Налог на дивиденды 20%, пониженная ставка 4% может применяться к дивидендам, выплачиваемым иностранной материнской компании, которая владеет не менее 90% акций.

Если технологическая компания обладает доходом более 10 млрд шекелей и соответствышеуказанному критерию, к ней применяется пониженная ставка налога на прибыль в размере 6% на первые 10 лет [3].

Так Израиль активно поддерживает технологичные компании, как маленьких стартапов, так и большого бизнеса за счет пониженных ставок и налоговых вычетов.

Таким образом, можно сказать, что Израиль нацелен на поддержку уязвимых слоев населения, путем уменьшения налогового бремени и льготных баллов. Страна привлекательная для развития бизнеса в сфере информационных технологий, так как в стране действуют специальные налоговые режимы, которые значительно снижают ставку налога на прибыль.

### **Библиографический список**

1. Налоги в Израиле. Подоходный налог [Электронный ресурс]. – URL <https://olehadash.com/taxes-in-israel-newbie-guide/> (дата обращения: 17.10.2023).
2. Налоговые реформы в Израиле [Электронный ресурс]. – URL [https://www.gov.il/ru/Departments/General/introducing\\_innovative\\_reforms](https://www.gov.il/ru/Departments/General/introducing_innovative_reforms) (дата обращения: 17.10.2023).
3. Налоги в Израиле. Налоги для физических лиц [Электронный ресурс]. – URL: <https://russia-israel.com/blog/finansy/nalogi-v-izraile.html> (дата обращения: 18.10.2023).

© Васин Е.Д., 2023

УДК 336.22

Э.Р. ГАТАУЛЛИНА

*ilvina-gataulluna@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСОБЕННОСТИ ОБЛОЖЕНИЯ ПОДАКЦИЗНЫХ ТОВАРОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ РФ**

*Аннотация:* статья посвящена анализу отличительных черт обложения подакцизных товаров. В ходе исследования были изучены и рассмотрены теоретические аспекты понятия подакцизных товаров. Был проведен анализ особенностей обложения подакцизных товаров Российской Федерации.

*Ключевые слова:* акциз, подакцизные товары, федеральная таможенная служба, налоговый кодекс, таможенный кодекс, налоговая ставка.

В современном налоговом режиме акцизы занимают важное место среди косвенных налогов, взимаемых с налогоплательщиков, занимающихся производством и реализацией подакцизной продукции. Уплата акцизов осуществляется субъектами налогообложения и включается в стоимость подакцизной продукции, что в свою очередь приводит к трансферу налоговой нагрузки на конечных потребителей. Таким образом, уровень цен на облагаемые товары нередко определяется в значительной степени суммой акцизов, что в свою очередь оказывает влияние на спрос. Особенностью акцизной системы является её специфичность, поскольку данный налог применяется только к определенным товарам, называемым подакцизными товарами.

Фискальная функция акцизов в современный период является одним из их важнейших аспектов. Они играют существенную роль в пополнении бюджета государства и обеспечении его финансовой стабильности.

Однако акцизы также выполняют и другие функции, которые необходимо учесть. Одна из них – сдерживание потребления вредных для здоровья населения продуктов, прежде всего алкоголя и табака. Механизм акцизов позволяет установить дополнительные налоги на эти товары, что способствует снижению их потребления и, соответственно, снижению негативного влияния на здоровье.

Кроме того, акцизы выполняют роль инструмента перераспределения доходов. Введение акцизов на отдельные особо дорогие товары позволяет частично перекладывать финансовую нагрузку с наиболее богатой части населения на другие группы. Это способствует сокращению разрыва в доходах и обеспечивает определенную социальную справедливость.

Перечень подакцизных товаров указан в статье 181 Налогового кодекса РФ.

Ряд операций с подакцизной продукцией подлежит освобождению от налогообложения. К таким операциям в соответствии со ст. 183 Налогового Кодекса (далее НК) относятся:

- «реализация подакцизных товаров на экспорт;
- передача подакцизных товаров для производства других подакцизных товаров между подразделениями одной организации (при условии, что эти подразделения не являются самостоятельными налогоплательщиками);
- первичная реализация конфискованных и (или) бесхозяйных подакцизных товаров, подакцизных товаров, от которых произошел отказ в пользу государства и которые подлежат обращению в государственную и (или) муниципальную собственность, на промышленную переработку под контролем таможенных и (или) налоговых органов либо уничтожение;
- ввоз на таможенную территорию Российской Федерации подакцизных товаров, от которых произошел отказ в пользу государства и которые подлежат обращению в государственную и (или) муниципальную собственность, либо которые размещены в портовой особой экономической зоне» [1].

Согласно п. 2 ст. 184 НК, налогоплательщику предоставляется освобождение от уплаты акциза при совершении экспортных операций:

- «вывоз подакцизных товаров за пределы территории Российской Федерации в таможенном режиме экспорта;
- ввоз подакцизных товаров в портовую особую экономическую зону» [1].

В обоих случаях для получения освобождения от уплаты акцизов требуется предоставить в налоговый орган поручительство банка в соответствии со ст. 74 НК или банковскую гарантию. Кроме того, в установленный срок – документы, подтверждающие факт экспорта.

Для подтверждения факта экспорта в налоговый орган по месту регистрации налогоплательщика в обязательном порядке в течение 180 дней со дня реализации подакцизных товаров, представляются следующие документы (п. 7 ст. 198 НК РФ):

- «контракт налогоплательщика с контрагентом на поставку подакцизных товаров;
- платежные документы и выписка банка, подтверждающие фактическое поступление выручки от реализации на счет налогоплательщика в российском банке;
- грузовая таможенная декларация с отметками таможенного органа;
- копии транспортных (товаросопроводительных) документов или иных документов с отметками российских пограничных таможенных органов, подтверждающие вывоз товаров за пределы территории России» [1].

В настоящее время Федеральная таможенная служба Российской Федерации (ФТС) является одним из основных государственных органов,

осуществляющих контроль за ввозом облагаемой продукции, облагаемой акцизами

При регулировании ввоза на таможенную территорию РФ товаров, облагаемых акцизами, ФТС руководствуется Таможенным кодексом и национальными нормативными актами.

В отношении маркированных товаров предусмотрены специальные формы таможенного досмотра. К тому же, для маркированных товаров существует дополнительный перечень документов, необходимых для таможенного декларирования (документы, подтверждающие обязательства импортера, приобретение марок).

Важным этапом является проверка подлинности представленных документов должностным лицом. При отсутствии каких-либо замечаний и сомнений, принимается решение о выпуске товаров на таможенную территорию. Срок выпуска товара составляет не более одного рабочего дня, следующего за днем регистрации декларации.

Для маркировки товаров таможенный орган обязан уведомить импортера о возможности получения марок в установленный срок. В течение 30 дней после получения уведомления и в течение трех месяцев со дня регистрации заявления о приобретении марок импортер должен представить в таможенный орган зарегистрированное заявление о приобретении марок, обязательство импортера о ввозе и использовании марок и обеспечение исполнения обязательств. Обеспечением исполнения обязательств может быть залог в виде банковских гарантий, денежных средств, внесенных на депозит таможенного органа), товаров и транспортных средств

Заявление на приобретение марок должно содержать информацию о количестве и виде необходимых акцизных марок. Если марки должен получить агент импортера, то он должен представить доверенность.

Налоговая база определяется отдельно по каждой ввозимой на таможенную территорию РФ партии подакцизных товаров, в отношении которых налогоплательщик подает отдельную таможенную декларацию.

Система налогообложения акцизов не эффективна и идеальна. Можно сделать следующие предложения по решению данной проблемы:

Во-первых, необходимо сократить оборот нелегальных товаров в акцизном секторе.

Снизить оборот нелегальных товаров в акцизном секторе можно путем равномерной индексации налоговых ставок и обратить внимание правоохранительных органов на надобности усиления борьбы с рынками нелегальных подакцизных товаров;

Во-вторых, наладить торгово-экономические отношения со странами-партнерами для обеспечения справедливого налогообложения. Это налаживание торгово-экономических отношений со странами-партнерами в целях обеспечения справедливого взаимного экономического соответствия путем повышения ставок акциза государств – членов Евразийского экономического союза [6].

В результате будет снижен объем некачественной продукции, как правило, нелегальной алкогольной продукции, поступающей в Российскую Федерацию из приграничных регионов

Тем самым, акцизы являются одновременно и важными источниками пополнения бюджета, и средством регулирования отдельных аспектов социальной сферы. Изменение налоговых ставок способно повысить конкурентоспособность товаров на мировом рынке и увеличить поступления в государственный бюджет. Однако резкое повышение налоговых ставок может привести к снижению качества и увеличению доли теневого сектора, а снижение налоговых ставок не обязательно приведет к снижению цен.

### **Библиографический список**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/) (дата обращения: 03.10.2023).

2. Качур, О.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2014. – 427 с.

3. Непарко, М.В. Таможенное-тарифное регулирование в России: современные тенденции и перспективы // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского материалы докладов гуманитарных секций региональной университетской научно-практической конференции. Сер. «Гуманитарные науки» 2017. – С. 283–287.

4. Эриашвили, Н.Д., Поляк, Г.Б., Бобошко, Н.М. и др.; под ред. А.Е. Суглобова, Н.М. Бобошко. Налоги и налогообложение: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 543 с.

5. Логинова, А.С. Таможенные платежи: учебное пособие. – СПб.: Троицкий мост, 2016.

6. Учетная политика предприятия для целей бухгалтерского учета на 2014 год (под редакцией А.В. Брызгалина). – «Налоги и финансовое право», 2014.

© Гатауллина Э.Р., 2023

З.Р. КАЙГУЛОВА

zarina.kaigulova.19@bk.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## КЛЮЧЕВАЯ СТАВКА БАНКА РОССИИ

*Аннотация:* в данной статье исследуется динамика ключевой ставки, а также ее влияние на экономическую ситуацию. Кроме того, в статье рассматривается взаимосвязь ключевой ставки Банка России с инфляцией и с рынком облигаций.

*Ключевые слова:* центральный банк, инфляция, ключевая ставка, денежно-кредитная политика, национальная валюта.

Ключевая ставка является основным инструментом денежно-кредитной политики ЦБ, с помощью которого он воздействует на динамику процентных ставок в экономике, которая в свою очередь влияет на внутренний спрос и инфляцию. «Ключевая процентная ставка – это минимальный процент, под который Банк России выдает кредиты коммерческим банкам. Получив такой кредит, коммерческие банки сами выдают кредиты компаниям и розничным потребителям уже под собственный процент, который выше процента ЦБ» [10].

Самый низкий показатель ключевой ставки в РФ – 4,25%. Он держался с 28 июля 2020 г. по 11 марта 2021 г. [10] (рис. 1).

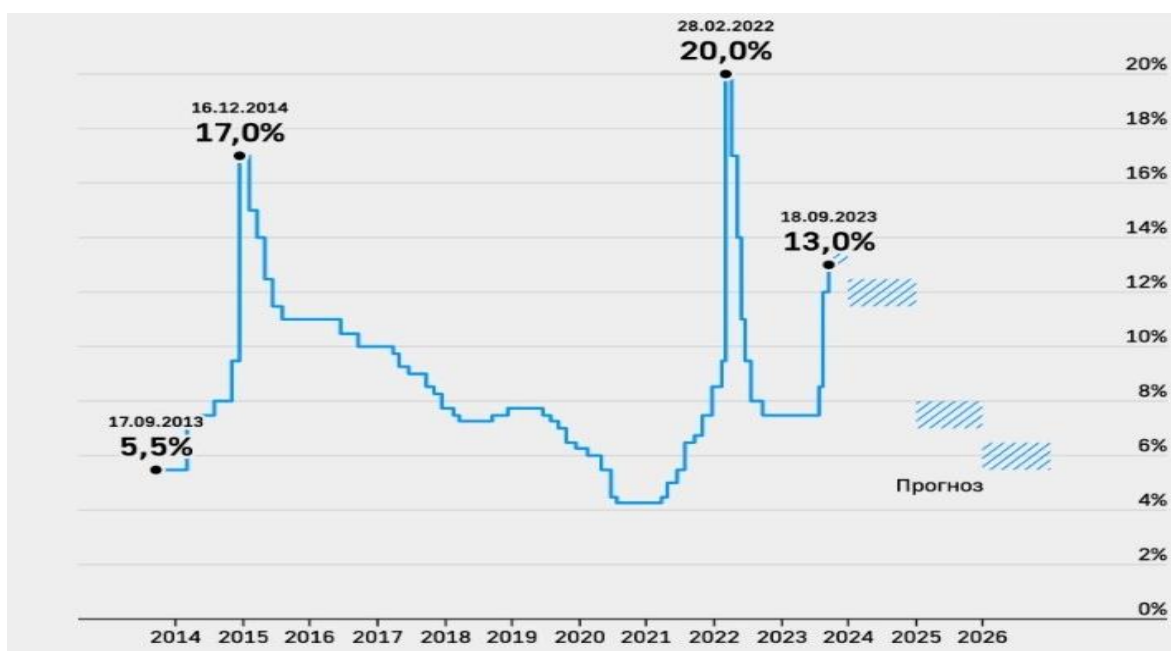


Рис. 1. Динамика ключевой ставки

Цикл повышения мы можем заметить 17 марта 2021 года, а 28 февраля 2022 года ставка составляла рекордные 20% [10] и держалась на данном уровне до 11 апреля 2022 года.

Можно предположить, что «низкая ключевая ставка позволяет устанавливать невысокие проценты по кредитам (так как самим банкам деньги достаются с низкой ставкой), негативным же эффектом может стать рост инфляции – деньги стоят дешево, поэтому их становится больше» [10].

«Последствия низкой ключевой ставки:

- 1) низкие ставки по кредитам;
- 2) низкие ставки по банковским депозитам;
- 3) рост экономики и производства;
- 4) рост покупательной способности;
- 5) рост инфляции» [10].

«Высокая ключевая ставка приводит, соответственно, к высоким процентам, «подорожанию» денег, делая более выгодным финансовым инструментом вклады, депозиты. Повышение ключевой ставки ЦБ, как правило, обусловлено желанием взять под контроль и снизить инфляцию. Не стоит забывать, что вместе с тем высокая ставка несет и негативные последствия: покупательная способность населения и темпы развития экономики проседают» [10].

«Последствия высокой ключевой ставки:

- 1) высокие ставки по кредитам;
- 2) высокие ставки по банковским депозитам;
- 3) замедление экономики и производства;
- 4) снижение покупательной способности;
- 5) снижение инфляции» [10].

Решения по ключевой ставке принимает Совет директоров Банка России. Всего в совет директоров Центрального Банка входят 15 человек, включая Набиуллину Эльвиру Сахипзадовну, председателя Центрального банка Российской Федерации. Они назначаются непосредственно председателем правления по согласованию с Президентом и Государственной думой.

Плановые заседания, которых он обсуждает уровень ключевой ставки, проводятся восемь раз в год. По итогам каждого заседания на сайте публикуется пресс-релиз о ключевой ставке, а затем Председатель Банка России выступает на пресс-конференции и отвечает на интересующие вопросы журналистов. Например, 28 февраля 2022 года Совет директоров Банка России принял решение повысить ключевую ставку до 20% годовых. Необходимость такого повышения в ЦБ объяснили «кардинальным изменением» внешних условий для российской экономики.

Резкое повышение ключевой ставки, пояснили в ЦБ, приведет к столь же серьезному увеличению процентных ставок по вкладам в российских банках, что должно компенсировать вкладчикам «возросшие девальвационные и инфляционные риски». Основной целью Банка России было стремление повысить привлекательность рублёвых депозитов и остановить отток вкладов



из банковской системы. Ключевая ставка влияет на кредитную активность, и следовательно – на инфляцию. «В зависимости от ситуации в экономике Банк России может проводить мягкую (стимулирующую) или жесткую (сдерживающую) денежно-кредитную политику (ДКП):

- стимулирующая – направлена на обеспечение оживления экономики, наращивание объемов производства. Государство для её проведения снижает налоги, и увеличиваются государственные расходы;

- сдерживающая – направлена на снижение темпов экономического развития, снятие (перегрева) экономики. Для этого увеличиваются налоги и снижаются государственные расходы» [6].

«При мягкой ДКП банки выдают кредиты под относительно низкие проценты, производители берут ссуды и открывают новые производства. Население может покупать больше товаров, стимулируя развитие других производств. За счет этого экономика начинает расти, но такая политика может привести к перегреву экономики и разгону инфляции, а также необоснованному росту кредитования» [1].

«При жесткой ДКП банки выдают кредиты под относительно высокие проценты, производители начинают меньше брать кредитов, так как платежи по ним становятся обременительными, поэтому бизнес старается оптимизировать свою деятельность. Население также снижает свою кредитную активность. В этих условиях более привлекательными становятся вклады и накопительные счета» [1].

«Такая политика снижает риск перегрева финансовой сферы и замедляет инфляцию, при этом ограничивает и развитие экономики» [1].

«Снижение процентных ставок ведет к снижению цены национальной валюты, так как она становится более доступнее. Инвесторы на валютном рынке предпочитают избавиться от «дешевых» денег и переключаются в более доходные иностранные валюты. Валютные спекуляции еще сильнее снижают курс национальной валюты, которой на рынке становится много» [10]. Повышение процентных ставок ведет к удорожанию национальной валюты, она становится менее доступной для экономических участников. Соответственно, «высокая ключевая ставка ЦБ РФ обычно повышает курс рубля и охлаждает интерес инвесторов к рынку акций, вместо этого они начинают уделять больше внимания защитным инструментам: банковским вкладам и облигациям» [10].

«Когда ставка повышается, и особенно если она выше, чем в экономиках других валют, то на рынок приходят инвесторы, у которых целью является вложиться в более крепкую единицу и заработать на ее росте. Таким образом, спекулянты выкупают национальную валюту с рынка и курс стабилизируется» [10].

Можно сделать вывод, что «низкая ключевая ставка положительно влияет на рынок акций, на долгом рынке растут цены на сами бумаги, но снижается их доходность, курс национальной валюты снижается. А высокая ключевая ставка повышает курс национальной валюты, охлаждает интерес инвесторов к

рынку акций, вместо этого они начинают уделять большее внимание защитным инструментам-банковским вкладам и облигациям» [10].

«При нулевой или отрицательной инфляции у населения нет стимулов покупать товары и держать деньги на депозитах. Поэтому ЦБ стремится держать инфляцию вблизи целевого уровня – он составляет 4%. Это комфортное значение инфляции для развития экономики. Чтобы достичь его, ЦБ меняет ключевую ставку» [9]. Таким образом, у нас появляется теория о том, что если ключевая ставка низкая, цены растут.

Например, Центробанк выпускает денежные средства, и когда ставка снижается, банкам становится выгодно выдавать кредиты населению, которое в свою очередь берет кредиты и покупает товары. Денежных поступлений в экономике становится больше, но количество товаров остаётся прежним. Аналогично, если ключевая ставка высокая, то товары дешевеют. Люди стараются больше накапливать свои сбережения, а не тратить их. Денежных поступлений в экономике становится меньше, спрос на товары снижается, цены тоже идут на спад. В результате инфляция замедляется. В частности, в марте 2022 года Центробанк из-за высокой инфляции сильно поднял ставку – 20%. Позже началось постепенное снижение и уже в мае ставка держалась на уровне 14%, а в сентябре – 7,5%. Центральный банк пересмотрел свой прогноз инфляции, так как российская экономика адаптировалась к санкциям лучше, чем планировалось [9].

Ранее мы говорили о том, что «ключевая ставка – это минимальный процент, под который Банк России выдает кредиты коммерческим банкам» [10]. «Обычно, когда ставка падает, то постепенно снижается и размер процентов по кредитам в коммерческих банках, но также меньше становятся проценты по депозитам. Когда она повышается, то происходит обратная ситуация, так как выдавать займы под меньший процент невыгодно и даже убыточно для кредитных организаций» [8]. То есть брать деньги в долг у банков будет труднее, а обслуживать свои обязательства – дороже. Поэтому, «чтобы банк получил прибыль, его ставки по кредитам должны быть выше ставки ЦБ» [8].

Относительно вкладов, «история показывает, что доходность вкладов идет в четкой связке с уровнем ставки ЦБ. Даже в период максимальной волатильности весной прошлого года, когда ключевая ставка взлетела к 20%, депозиты от нее не отстали». Высокая ключевая ставка обычно стимулирует приток денег инвесторов из акций в облигации. То есть с ростом ставка ЦБ – растет процент от облигаций. Кроме того, что они относятся к менее рискованным инструментам, привлекательность которых всегда растет в кризис, во времена высоких ставок они еще и дают повышенную доходность» [2].

«Прямая зависимость между доходностью облигаций и ключевой ставкой ЦБ отчетливо видна на графике ниже» [2] (рис. 2).

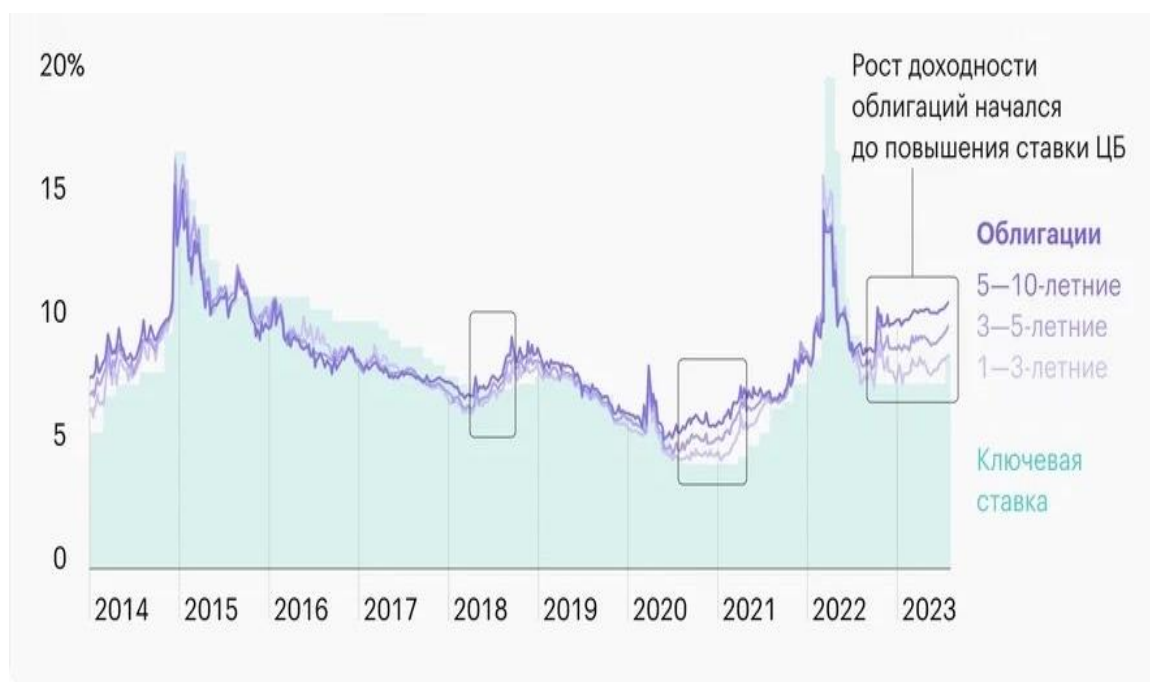


Рис. 2. Доходность облигаций и ключевая ставка ЦБ РФ [2]

Она отлично доказывает, что «динамика долговых бумаг предвосхищает повышение ставки. Инвесторы не ждут, когда регулятор примет решение, они заранее продают старые выпуски бумаг в ожидании роста ставки» [2].

### Библиографический список

1. Для чего нужна ключевая ставка ЦБ и на что она влияет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10981696>.
2. Как ведут себя активы при росте ставки ЦБ: чего ждать от акций, облигаций, валюты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/key-rate-up-lead-to/?source=invest&medium=feed>.
3. Ключевая ставка Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.cbr.ru/hd\\_base/KeyRate/](https://www.cbr.ru/hd_base/KeyRate/) (дата обращения: 29.10.2023).
4. Ключевая ставка ЦБ РФ на сегодня и за период 2013–2023 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bankirsha.com/klyuchevaya-stavka-banka-rossii-na-tekushchiy-period.html> (дата обращения: 29.10.2023).
5. На что влияет ключевая ставка ЦБ. Объясняем простыми словами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/na-chto-vliiaet-kliuchevaia-stavka-tsb-obieiasniaem-prostymi-slovami>.
6. Национальное богатство и его структура. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://poisk-ru.ru/s45264t5.html>.
7. Фабоцци, Ф.Д. Рынок облигаций: Анализ и стратегии / Ф.Д. Фабоцци. – 2-е изд. – Москва: Альпина Пабл., 2016. – 950 с.

8. Что будет с кредитами и вкладами после повышения ключевой ставки ЦБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/news/article/6172df709a79474fc93d8c0f?from=copy>.

9. Что такое ключевая ставка и как она влияет на бизнес и жизнь людей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/business/что-такое-klyuchevaya-stavka-i-kak-ona-vliyaet-na-biznes-i-zhizn-lyudey/>.

10. Что такое ключевая ставка и на что она влияет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tks.ru/practicum/2023/10/27/03/> (дата обращения: 29.10.2023).

© Кайгулова З.Р., 2023

Е.Ю. КИРШИНА

reginabudeeva@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖИ ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ

*Аннотация:* в данной статье рассматривается регулирование продажи валютной выручки, её проблематика и исторический обзор. Также проведен анализ современных методов и инструментов регулирования, и рассмотрены перспективы развития.

*Ключевые слова:* валютная выручка, финансы, экономика, выручка, методы, регулирование.

С 16 октября 2023 года вступила в силу мера валютного регулирования, которую принял президент Владимир Владимирович Путин. В соответствии с данной мерой, российские компании обязаны переводить в страну не менее 80% своей валютной выручки, которую они получили от экспортных контрактов, и продавать значительную часть этих средств на внутреннем рынке. Подписан указ, регулирующий обязательную продажу выручки в иностранной валюте, которую получают российские экспортеры по внешнеторговым контрактам. Эта мера призвана стабилизировать курс рубля.

Президент объяснил причины такого решения, отметив, что одной из причин колебаний курса рубля является недостаток возвращаемой валютной выручки, что затрудняет использование этого капитала на внутреннем рынке.

Посредством указа был разработан конкретный перечень экспортеров, которым необходимо вернуть валюту в Россию в течение полугода и осуществлять продажу на внутреннем рынке. В этот перечень включены 43 группы компаний, представляющие различные отрасли, такие как топливно-энергетический комплекс, черная и цветная металлургия, химическая и лесная промышленность, а также зерновое хозяйство. В данной статье анализируются самые глобальные вопросы касающиеся регулирования продажи валютной выручки и перспективы ее развития.

В современной экономической системе, особенно в условиях глобализации и развития Интернет-технологий, продажа валютной выручки стала одной из ключевых операций для множества предприятий и физических лиц. Валюта является неотъемлемой частью международных торговых отношений и инвестиционной деятельности, поэтому ее регулирование имеет большое значение для обеспечения устойчивого экономического развития.

Однако, в связи с возросшими рисками финансовых преступлений, таких как отмывание денег и финансирование терроризма, правительство стремится

контролировать продажу валюты. Правила регулирования продажи валютной выручки устанавливаются законодательством каждой страны с целью обеспечить безопасность финансовой системы и предотвратить незаконные операции.

Регулирование продажи валютной выручки является одной из ключевых задач, с которыми сталкиваются государства по всему миру. В условиях глобализации и свободного перемещения капитала, эффективное управление валютными операциями и контроль за продажей валюты имеет особое значение для обеспечения макроэкономической стабильности и финансовой безопасности страны.

Несмотря на положительные аспекты продажи валютной выручки, она также может быть использована для нелегальных операций, таких как отмывание денег или финансирование террористической деятельности. Поэтому государства стремятся установить механизмы регулирования данными операциями для предотвращения негативных последствий.

Основной целью регулирования продажи валютной выручки является обеспечение стабильности национальной валюты и банковской системы, а также контроль за движением капитала.

Одним из основных инструментов регулирования является установление курса обмена валюты. Государство может устанавливать лимиты на сумму продажи валютной выручки как для физических лиц, так и для юридических лиц. Это может быть связано с регулированием баланса платежей, воздействием на экспорт и импорт товаров, а также предотвращением нелегальных операций.

Помимо ограничений, государства также могут предоставлять определенные льготы или стимулы для продажи валютной выручки. Например, они могут предложить налоговые преференции или возможность инвестировать полученные средства в стратегические отрасли экономики.

Можно сказать, что регулирование продажи валютной выручки является сложной задачей для государства. Оно требует балансирования интересов экономического развития и финансовой безопасности, а также учета международных тенденций и изменений. Только в случае эффективного регулирования можно обеспечить стабильность и прогнозируемость национальной валюты.

История регулирования продажи валютной выручки начинается задолго до наших дней. Во времена древних цивилизаций уже существовали особые правительственные органы, ответственные за установление правил и норм, касающихся торговли и обмена валютой.

Одним из первых примеров регулирования продажи валютной выручки можно назвать создание Шведским банком (Riksbank) в 1668 году специального отдела по обмену денежных знаков. Этот отдел был уполномочен проводить операции по покупке и продаже различных видов иностранных денежных знаков.

Существуют также многочисленные примеры использования различных методов для регулирования продажи валютной выручки. Во время Великой депрессии 1930-х годов многие страны ввели квотирование валюты, ограничивая доступ иностранцев к национальным деньгам.

В послевоенное время регулирование продажи валютной выручки стало еще более актуальным. Многие развивающиеся страны столкнулись с необходимостью контроля за движением капитала и предотвращения вывода средств из страны. Одним из примеров таких мер является создание систем фиксированных или плавающих обменных курсов, а также установление ограничений на покупку иностранной валюты.

С появлением интернет-технологий и электронного бизнеса возникла необходимость разработки новых способов регулирования продажи валютной выручки. Одним из таких способов стали цифровые валюты, которые позволяют осуществлять международные финансовые операции без привлечения традиционных банковских учреждений.

В заключение можно сказать, что история регулирования продажи валютной выручки является динамичной и разнообразной. В ходе времени было применено множество различных методов для достижения этих целей. Современные вызовы, связанные с глобализацией экономики и появлением новых технологий, требуют от государств постоянного анализа и обновления своих мер по регулированию продажи валютной выручки.

Современные методы и инструменты регулирования продажи валютной выручки являются неотъемлемой частью финансовой политики государства. В современном мире правительства стремятся контролировать и регулировать процессы продажи валютной выручки для обеспечения стабильности национальной валюты и макроэкономической безопасности страны.

Одним из основных методов регулирования продажи валютной выручки является установление официального курса обмена. Путем установления официального курса правительство может контролировать стоимость национальной валюты относительно других валют. Это позволяет предотвратить скачкообразное изменение курса и минимизировать воздействие спекулятивных операций на финансовую систему страны.

Другой эффективный инструмент регулирования продажи валютной выручки – это использование денежных интервенций на международном рынке. Правительство может проводить операции с валютой для поддержания стабильности курса национальной валюты. Например, если курс начинает резко падать, правительство может продавать свою национальную валюту и покупать иностранную, чтобы поддержать курс. Это помогает предотвратить экономические потрясения и обеспечить стабильность финансовой системы страны.

Еще один метод регулирования продажи валютной выручки – это установление ограничений на операции с иностранной валютой. Правительства могут устанавливать различные ограничения на продажу или покупку иностранной валюты, такие как лимиты по сумме или времени проведения

операций. Это помогает контролировать потоки капитала и предотвращает нежелательные последствия для экономики страны.

В современных условиях, когда электронные платежи и Интернет-торговля становятся все более распространенными, правительства также активно разрабатывают и применяют новые методы регулирования продажи валютной выручки. Например, они могут вводить специальные налоги или комиссии на операции с иностранной валютой через электронные платежные системы или Интернет-платформы.

Таким образом, анализ современных методов и инструментов регулирования продажи валютной выручки показывает, что правительства стремятся контролировать процессы продажи валютной выручки для обеспечения стабильности национальной валюты и макроэкономической безопасности страны.

Регулирование продажи валютной выручки является актуальной темой, которая вызывает множество проблем и вызовов.

Первая проблема заключается в необходимости балансирования между обеспечением свободы предпринимательства и необходимостью контроля за валютными операциями. С одной стороны, государство стремится создать благоприятные условия для развития бизнеса и привлечения инвестиций, что требует минимального вмешательства в деятельность предпринимателей. С другой стороны, существует необходимость контроля за продажей валютной выручки, чтобы предотвратить отток капитала и сохранить стабильность национальной валюты.

Вторая проблема связана с появлением новых форм продажи валютной выручки, таких как криптовалюта. Традиционные методы регулирования не всегда эффективно работают с этими новыми формами.

Третья проблема состоит в том, что неконтролируемая продажа валютной выручки может привести к оттоку капитала и действиям, которые могут нанести ущерб национальной экономике. Например, если предприятие продает всю свою валютную выручку без необходимого контроля государства, это может привести к снижению объема доступных средств для инвестиций в стране или повышению цен на импортируемые товары. Поэтому необходим контроль за продажей и использованием валютной выручки.

Четвертая проблема связана с возможностью злоупотребления или незаконного использования валютной выручки. Без должного регулирования может возникнуть риск финансирования террористической деятельности, отмывания денег или других преступных практик.

Пятая проблема заключается в необходимости гармонизации регулирования продажи валютной выручки между разными странами. В условиях глобализации и свободного перемещения капитала становится все сложнее контролировать продажу и использование валютной выручки. Страны должны сотрудничать и разрабатывать общие стандарты для предотвращения незаконных операций с валютой.



В заключение, регулирование продажи валютной выручки является сложной задачей, которая вызывает множество проблем и вызовов. Необходимо находить баланс между свободой предпринимательства и контролем за валютными операциями, разрабатывать новые методы регулирования для новых форм продажи, учитывать возможные последствия от неконтролируемого использования валютной выручки, предотвращать злоупотребления и сотрудничать между странами для обеспечения эффективного контроля.

С развитием международной торговли и расширением границ, валютная выручка стала одним из основных источников дохода для многих стран. Однако, несмотря на значительное значение этого сектора экономики, его регулирование остается сложной задачей.

Одной из перспектив развития регулирования продажи валютной выручки является улучшение законодательства и нормативно-правовой базы. Необходимость создания четкого правового регулирования продажи валютной выручки обусловлена не только желанием государства обеспечить контроль за движением денежных средств, но также и потребностью предоставить защиту интересам самой отрасли.

Основными направлениями улучшения законодательства является расширение перечня субъектов, осуществляющих продажу валютной выручки, а также установление требований к качеству предоставляемых услуг. К примеру, возможно установление обязательного лицензирования для всех субъектов, осуществляющих продажу валютной выручки, а также введение требований к профессиональным навыкам и знаниям для этих субъектов.

Другой перспективой развития регулирования продажи валютной выручки является усиление контроля со стороны государства. Это может быть достигнуто путем создания специализированных органов или дополнительных отделений в уже существующих финансовых институтах. Они будут отвечать за мониторинг движения денежных средств и проверку соответствия проводимых операций законодательству.

Также одной из перспектив развития регулирования продажи валютной выручки является улучшение технологической базы данного сектора. Внедрение новых информационных систем и программного обеспечения позволит автоматизировать процессы контроля и сократить количество ошибок при проведении операций. Это поможет не только повысить эффективность работы отрасли, но также предотвратить возможные мошеннические действия.

Еще одной перспективой развития регулирования продажи валютной выручки является сотрудничество между государствами. В условиях глобализации и интеграции экономик, обмен информацией и опытом между странами становится все более необходимым. Совместные программы и проекты по обмену информацией о движении денежных средств помогут усилить контроль над этим сектором и предотвратить возможные нарушения.

Таким образом, регулирование продажи валютной выручки имеет большое значение для эффективного функционирования экономики.

Улучшение законодательства, усиление контроля со стороны государства, развитие технологической базы и сотрудничество между странами – все эти перспективы способствуют повышению эффективности регулирования данного сектора. Это позволит не только обеспечить контроль за движением денежных средств, но также и создать условия для развития отрасли и защиты интересов всех ее участников.

### **Библиографический список**

1. Киреев, А.П. Международная экономика. Часть вторая. Международная макроэкономика: открытая экономика и макроэкономическое программирование. – М.: Международные отношения. – 2000. – С. 463.

2. Агибалов, А.В. Международные расчеты и валютные операции / А.В. Агибалов, Е.Е. Бичева, Ю.В. Ткачева. Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра Первого. – 2016. – 188 с.

© Киршина Е.Ю., 2023

А.В. МУРЗАГУЛОВА

*arinesik@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

*Аннотация:* одними из главных вопросов в области социально-экономической политики государства выступают вопросы пенсионного обеспечения. Пенсионное обеспечение выражает согласование экономических интересов нетрудоспособных членов общества с остальной его частью, создающей материальные блага.

*Ключевые слова:* пенсионный фонд РФ; внебюджетные фонды; информационная система; пенсионная система.

Пенсионное обеспечение представляет собой один из видов защиты уровня развития общества, предоставляемой государством. Действующая система пенсионного обеспечения предусматривает максимальную осведомленность населения обо всех возможностях инвестирования и увеличения своих пенсионных накоплений.

«В последние годы актуализуется анализ системы пенсионного обеспечения, обусловленный опытом реформирования и увеличением интереса со стороны государства и населения к проблемам социальной справедливости, материального благосостояния, удовлетворения условиями жизни и степенью страховой защиты пенсионеров и лиц с социально-пенсионным статусом» [2].

Пенсионное обеспечение за последние 20 лет понесло ряд изменений.

«Суть пенсионной реформы отражается в ряде указаний поставленных перед российским Правительством:

– снижение уровня бедного населения в два раза и предупреждение повышения этого порога за счет лиц, находящихся на заслуженном отдыхе по старости;

– увеличение роста выплат с опережением инфляционного уровня;

– создание и внедрение федеральных и региональных программ по поддержке пенсионеров и улучшение качества жизни граждан страны;

– сокращать дефицит бюджет ПФР» [4].

«Причины, приведшие к пенсионной реформе в России, касаются изменений социально-экономической области. Одной из них, можно назвать увеличение продолжительности жизни в мире и в России. Так как, по среднестатистическим сведениям, советского времени продолжительность жизни была ниже, нежели на данный момент» [4].

«Доля пенсионеров в общей структуре населения неуклонно растет. По данным Bloomberg, в России на одного пенсионера приходится 2,4 трудоспособного гражданина. По сведениям Росстата численность мужчин и женщин трудоспособного возраста, возможно, сократится на четыре миллиона человек» [4].

«Накопительная часть пенсии, начиная с 2014 года, была «заморожена» на верховном уровне. Таким образом, работающие люди не получают в накопительный фонд средств, а все отчисления скапливаются на страховой части в ПФР» [4].

«Так же одной из причин является то, что в Федеральном бюджете не хватает средств. Правительством было подсчитано, что для осуществления всех запланированных национальных проектов, нужно изыскать 8 трлн. руб. Эти дополнительные средства необходимы в течение 3 лет, т. е. до 2025 года. Отсутствие положительной динамики в системе накопительных пенсий так же сказалось на реформировании пенсионного вопроса» [4].

На основе вышесказанного можно выделить преимущества и недостатки данной реформы. К преимуществам можно отнести:

- размер пенсии будет расти, по данным главы счетной палаты, пенсия повысится на 30% к 2030 году;

- искусственно увеличив трудоспособное население, при помощи увеличения пенсионного возраста, уменьшится дефицит бюджета ПФР;

- в федеральном бюджете будет оставаться больше денежных средств.

К недостаткам:

- нехватка рабочих мест, предпенсионеры оказываются в зоне риска, их здоровье и физические силы уступают молодому поколению. Однако есть область работы, в которой молодое поколение не может конкурировать со старшим поколением из-за отсутствия опыта, таким образом, не могут трудоустроиться;

- для работающих пенсионеров пенсия была дополнительным источником денежных средств.

Одной из проблем пенсионного обеспечения является вопрос «серых» и «чёрных» заработных плат, или теневые выплаты. Так, пенсионные отчисления делает вовсе не все население, и целых 15% граждан получают оплату за свой труд неофициально. Таким образом, база начисления значительно уменьшается. «Предприятия, выплачивающие зарплату по «черной» схеме, преследуют цель полностью уйти в тень и не раскрывать масштаб своей деятельности перед налоговиками. Схема «серых» зарплат наиболее выгодна для работодателя: выдавая часть зарплаты «в конверте», он значительно экономит на страховых взносах» [1]. «Пока существуют данные понятия, пенсионная реформа будет работать не так эффективно и пенсии значительно не вырастут. Получая такую заработную плату, работник рискует в будущем остаться без нормальной пенсии. А также от размера официальной заработной платы зависит и размер больничного листа, отпускных и иных выплат. Чтобы избежать подобных правонарушений, необходимо четко скоординировать работу государственная

инспекция труда, налоговых органов и прокуратуры. 99 Государственная инспекция труда является органом, уполномоченным защищать права и законные интересы работников. Любое сообщение работника о допущенном работодателем нарушении его прав становится основанием для проверки» [4].

В соответствии с ФЗ № 350-ФЗ от 3 октября 2018 года в Российской Федерации начинается поэтапное повышение пенсионного возраста. Изменения будут происходить постепенно и завершатся в 2028 году, пенсионный возраст будет увеличен на 5 лет, до 60 лет для женщин и 65 лет для мужчин. Стоит отметить, что не все граждане выходят на пенсию с повышенным возрастом, для некоторых возрастные границы остались прежними. Например, это относится к гражданам, чьи профессии имеют льготы по досрочному выходу на пенсию: шахтеры, спасатели, водители общественного транспорта, а также к другим работникам, у которых опасные и вредные условия труда.

«Наряду с пенсионным возрастом также происходит повышенная индексация страховой пенсии. Индексация пенсии – это регулярное повышение величины пенсионных выплат, в 2023 году индексация составляет 4,8%, данный показатель изменяется в зависимости от инфляции. Индексация не коснется работающих пенсионеров. Поведение индексации страховой части пенсии необходимо для «защиты» пенсии» [8].

«Осуществляемая за последние годы государственная компания по проведению и улучшению системы пенсионного обеспечения направлена на создание новой организационной структуры и правовых рамок российской пенсионной системы, на проведение структурных изменений в формировании пенсионного обеспечения и системы страхования, на рост уровня и качества условий жизни населения социально-пенсионного положения» [6].

«Проблемы в деятельности Пенсионного фонда обусловлены наличием пробелов и коллизий в правовом регулировании деятельности пенсионного фонда. Основной задачей совершенствования системы пенсионного обеспечения является обеспечение высокого стандарта текущего потребления людей, которые имеют социально-пенсионное положение» [6].

### **Библиографический список**

1. В чём различия между зарплатами net и gross? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://yandex.ru/q/question/v\\_chiom\\_raznitsami\\_mezhdu\\_zarplatami\\_net\\_f894728e](https://yandex.ru/q/question/v_chiom_raznitsami_mezhdu_zarplatami_net_f894728e).

2. Горелая, Е.В., Кузнецова, З.Н. Актуальные проблемы реализации конституционного права на пенсионное обеспечение // Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность. Материалы V международной научно-практической конференции. Под редакцией Т.И. Рябовой. – 2018. – С. 226–231.

3. Захарова, Н.А. Право социального обеспечения: учебное пособие / Захарова Н.А. – Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 276 с.

4. Зуева, О.К., Кузнецова, А.Д., Лукманова, Э.Ф. Пенсионная реформа, достоинства и недостатки // Современная налоговая система: состояние, проблемы и перспективы развития: материалы XIII Международной научной конференции. – 2019. – С. 98–100.

5. Макаров, А.В. Пенсионное законодательство. Новая пенсионная система – новые возможности / А.В. Макаров. – Москва: Эксмо, 2013. – 160 с.

6. Михалкина, Е.В., Писанка, С.А. Принципы, механизмы и эффекты современной системы пенсионного обеспечения // Terra Economicus. – 2013. – Т. 11. – № 3-2. – С. 54–63.

7. Пенсионный фонд Российской Федерации. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pfrf.ru>.

8. Президент подписал закон о новой пенсионной реформе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chtsgh.ru/invalidam/prezident-podpisal-zakon-o-novoj-pensionnoj-reforme.html>.

9. Сивакова, И.В. Соколов, И.Н. Взыскание страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации: необходимость совершенствования правового регулирования / И.В. Сивакова, И.Н. Соколов // Социальное и пенсионное право. – 2013. – № 4. – С. 32–36.

© Мурзагулова А.В., 2023

О.С. ПУХОВА

*kulikova.olga02@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ**

*Аннотация:* в данной статье рассказывается о том, что из себя представляет налог, налоговая система. Рассказывается о том, каким образом налогообложение влияет на прибыль в экономике. Данная статья посвящена раскрытию проблем и особенностей влияния налогообложения на финансовую устойчивость организаций, являющихся налогоплательщиками в Российской Федерации.

*Ключевые слова:* налог; налогообложение; экономика; влияние налогов; прибыль в экономике.

Влияние налогов на экономику значительно, поэтому правительство тщательно разрабатывает налоговую политику, которая соответствует тому, что необходимо для экономического роста. Это один из основных инструментов, которыми располагает правительство для достижения макроэкономических целей, таких как ценовая стабильность и экономический рост.

«В долгосрочной перспективе снижение налогов может стимулировать спрос за счет увеличения располагаемого дохода. После снижения налогов у людей или корпораций может быть больше располагаемого дохода, поэтому они могут решить тратить больше. Предприятия могут решить нанять больше сотрудников и сделать больше инвестиций» [5].

С другой стороны, повышение налогов может привести к обратному результату. В краткосрочной перспективе повышение налогов может привести к снижению корпоративных или индивидуальных расходов, если это приведет к снижению располагаемого дохода.

Чистый налог равен государственным налоговым доходам после вычета трансфертных платежей. Он представляет собой оставшийся доход для финансирования государственных расходов [3].

Изменения в чистых налогах тесно связаны с экономическим ростом. Например, налоговые поступления увеличиваются во время расширения по мере увеличения прибыли бизнеса и доходов домохозяйств. С другой стороны, трансфертные платежи сократились по мере того, как экономика стала более процветающей. В результате чистые налоги имеют тенденцию к снижению.

Противоположный эффект применяется, когда экономика находится в состоянии рецессии, когда чистые налоги снижаются из-за снижения налоговых поступлений и увеличения трансфертных платежей.

Вычислить чистый налог легко, потому что для этого требуются только арифметические вычисления.

Чистые налоги = налоговые поступления – Трансфертные платежи.

Доходы правительства в основном поступают от налогов. Кроме того, другие источники поступают от концессий и лицензионных платежей по контрактам на добычу полезных ископаемых, продажи активов или приватизации, дивидендов от государственных компаний и иностранной помощи [1].

Налоги принимают различные формы, варьирующиеся в зависимости от страны. В России они обычно включают:

- налог на доходы физических лиц (НДФЛ);
- налог на прибыль организаций;
- налог на добавленную стоимость (НДС);
- налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ);
- акцизы;
- налог на имущество организаций;
- транспортный налог;
- налог на имущество физических лиц [3].

Налоговые поступления положительно коррелируют с экономическим ростом. Сильный экономический рост позволяет правительству собирать больше налогов. С другой стороны, слабый экономический рост снижает налоговые поступления.

Тогда снижение налоговых поступлений может быть преднамеренной политикой правительства во время слабого экономического роста или рецессии. Правительство сократило налоги, чтобы стимулировать экономический рост. Снижение налогов увеличивает располагаемый доход. В результате у домашних хозяйств есть деньги, чтобы тратить, в то время как у предприятий есть деньги для инвестиций, стимулируя спрос на товары и услуги.

Аналогичным образом, увеличение налоговых поступлений также может быть преднамеренным правительством. Например, правительство повышает налоги, чтобы ослабить совокупный спрос, уменьшая повышательное давление на уровень цен. Этот шаг обычно предпринимается, когда экономика перегревается, когда инфляция настолько высока и может подорвать экономическую стабильность.

Трансфертные платежи представляют собой платежи частному сектору без обмена товарами и услугами взамен. Пособия по безработице и пенсионные выплаты являются примерами. Другими примерами являются социальное обеспечение, студенческие гранты, временная помощь нуждающимся семьям (TANF) и социальное страхование. Между тем, помощь и субсидии, как правило, не считаются трансфертными платежами [4].



Трансфертные платежи обычно работают обратно пропорционально экономическому росту, в отличие от налогов. В результате они отрицательно коррелируют с экономическим ростом. Когда экономический рост сильный, трансфертные платежи снижаются, потому что экономика более процветающая. И наоборот, когда экономический рост слабый, трансфертные платежи имеют тенденцию к увеличению.

Во время расширения экономика сильно выросла. В результате предприятия сталкиваются с серьезными перспективами получения прибыли. Аналогичным образом, домохозяйства с оптимизмом смотрят на свои доходы и занятость. В результате правительство может собирать больше налогов.

Кроме того, во время расширения экономика процветает. Как следствие, уровень безработицы низкий. Таким образом, трансфертные платежи, такие как пособия по безработице, уменьшаются в течение этого периода.

По мере увеличения налоговых поступлений и в то же время уменьшения трансфертных платежей чистые налоги увеличиваются.

С другой стороны, во время рецессии экономический рост падает и находится на отрицательной территории. Уровень безработицы растет. Кроме того, предприятия сталкиваются с давлением на их прибыльность. Между тем, домохозяйства также видят, что их доходы и перспективы трудоустройства ухудшаются. В результате налоговые поступления уменьшаются, а трансфертные платежи увеличиваются, что приводит к снижению чистых налогов.

Баланс бюджета – это разница между государственными доходами и государственными расходами. Или он равен чистому налогу (NT) минус расходы после корректировки на трансфертные платежи (G). Итак, формула баланса бюджета выглядит следующим образом:

$$\text{Баланс бюджета} = NT - G$$

Между тем, национальные сбережения равны сбережениям государственного сектора плюс сбережениям частного сектора. Государственные сбережения связаны с государственным бюджетом. Между тем, сбережения частного сектора равны сбережениям домохозяйств плюс сбережения бизнеса.

Национальные сбережения = частные сбережения + государственные сбережения [2].

Предположим, что частные сбережения постоянны. Таким образом, изменение национальных сбережений равно изменению государственных сбережений.

Государственные сбережения возникают, когда правительство имеет профицит бюджета. Другими словами, он существует, когда чистые налоги превышают государственные расходы. Таким образом, национальные сбережения увеличиваются, когда правительство имеет профицит бюджета.

Излишек считается сбережением, поскольку он может быть инвестирован для поддержки долгосрочного роста. Экономисты называют излишек заемными средствами государственного сектора, предоставляемыми национальной

экономикой. И излишек может быть использован для наращивания основного капитала в экономике для увеличения долгосрочного выпуска.

И наоборот, правительство испытывает дефицит бюджета, когда чистые налоги меньше расходов. И это означает общественные разногласия. Правительство должно занимать на финансовых рынках или во внешних секторах, чтобы покрыть дефицит. Другим воздействием является сокращение национальных сбережений [3].

Предположим, что государственные расходы не изменились и имеют дефицит. В первом случае снижение налогов увеличивает дефицит и уменьшает национальные сбережения, уменьшая предложение заемных средств. С другой стороны, государственный долг увеличивается, потому что правительству приходится занимать больше, чтобы покрыть больший дефицит.

Во втором случае увеличение налогов увеличивает располагаемый доход в экономике. Домохозяйства могут тратить больше денег на товары и услуги, потому что они платят меньше налогов. В результате совокупный спрос увеличивается, стимулируя рост ВВП. Другими словами, в краткосрочной перспективе объем производства увеличивается.

Насколько снижение налогов повлияет на увеличение ВВП, зависит от того, сколько дополнительного располагаемого дохода направляется на потребление вместо сбережений. Когда больше выделяется на потребление, это даст более высокий мультипликативный эффект.

Налоговый мультипликатор =  $- MPC / MPS$

ПДК относится к дополнительному потреблению, возникающему в результате увеличения дохода на один доллар. Между тем, MPS ссылается на дополнительные сбережения, когда доход увеличивается на один доллар. Поскольку доход распределяется только на две цели: потребление и сбережения, дополнительный доход равен изменению потребления плюс изменение сбережений, или MPC плюс MPS равно 1.

Скажем, MPC равен 0,8. Таким образом, MPS равен 0,2, а налоговый мультипликатор равен -4. Между тем, соотношение между налоговым мультипликатором и ВВП формулируется следующим образом (как его получить, смотрите здесь):

Изменение ВВП = налоговый мультипликатор  $\times$  Изменение чистого налога

Предположим, что чистые налоги упадут на 100 долларов. Это увеличивает ВВП на 400 долларов ( $-4 \times -100$  долларов). Итак, из первой и второй приведенных выше формул мы можем видеть, что чем больше MPC, тем больше налоговый мультипликатор и тем больше снижение налогов влияет на ВВП [2].

Сокращение национальных сбережений сокращает предложение заемных средств в экономике. В результате процентные ставки в экономике растут.

Более высокая процентная ставка увеличивает стоимость заимствования. Таким образом, предприятиям приходится платить больше при подаче заявки на получение кредита для инвестирования. Эта ситуация в конечном итоге

снижает их интерес к инвестированию. Более того, сокращение инвестиций наносит ущерб основному капиталу в экономике. Наконец, это снижает производственные мощности и долгосрочный выпуск.

Наконец, то, как снижение налогов влияет на процентные ставки, можно объяснить с помощью долговых ценных бумаг. Снижение налогов увеличивает дефицит бюджета. Наконец, правительство должно увеличить долг. Увеличение долга в конечном итоге снижает способность правительства погасить его, увеличивая риск дефолта. Наконец, инвесторы требуют более высоких процентных ставок, чтобы компенсировать более высокий риск.

Поскольку это ориентир, повышение процентных ставок по государственным облигациям повлияет на процентные ставки на финансовом рынке, включая повышение процентных ставок на рынке корпоративного долга. Наконец, компаниям приходится платить больше при выпуске долговых ценных бумаг.

В настоящее время, налоговая система Российской Федерации по-прежнему сталкивается со специфическими методологическими и организационными проблемами. Проблемы налогообложения тесно связаны с формированием государственного бюджета. Поэтому одной из актуальных проблем правительства является хронический дефицит бюджета и нехватка средств для экономического развития страны.

Решением этой проблемы является оптимизация налогообложения. Необходимо разработать налоговые механизмы в зависимости от предпосылок для реализации этой налоговой политики.

Фискальный характер, возникший в процессе реформирования налоговой системы, перегруженность системы и сложность законодательства повлияли на усугубление трансформационного кризиса и криминализацию экономики.

Трансферты федерального правительства адресованы регионам как средство решения национальных проблем повышения экономической эффективности и поддержания социальной справедливости.

Доходы поступают в федеральный бюджет за счет сбора федеральных налогов. Сбор налогов влияет на межрегиональное распределение располагаемого дохода из-за распределенного характера определенных сборов и различных существующих налоговых баз в разных регионах.

Проблема налогового бремени зависит от уровня налогообложения и уровня прибыльности. Оказывается, на это влияет снижение (увеличение) налоговой ставки и отсрочка уплаты налога (рассрочка). Все это может увеличить (уменьшить) стимулы для привлечения реальных инвестиций [1].

Необходимо иметь в виду, что эффективные меры по оптимизации налогообложения, принимаемые государством, могут натолкнуться на противодействие в форме лоббирования заинтересованными сторонами в государственных органах.

Кроме того, в этих мерах отсутствует дифференцированный подход к установлению налоговой ставки. Это обстоятельство важно для сравнения

налоговой ставки с налоговой базой, поскольку доход может быть скрыт в зависимости от его дохода.

Для обеспечения налогового баланса необходимы условия для переноса налогового бремени с производителя на потребителя. Создание этих условий позволило бы разрабатывать продукты и увеличить спрос на отечественные товары.

Чтобы понять, как налоги могут повлиять на экономику в долгосрочной перспективе, давайте подробнее рассмотрим последствия как повышения, так и снижения налогов. Начнем с повышения налогов.

Если повышение налогов приводит к устойчивой высокой предельной налоговой ставке, это может препятствовать сбережениям, инвестициям, инновациям и работе. Кроме того, высокие налоговые ставки могут повлиять на распределение экономических ресурсов из-за особых налоговых преференций. Однако высокие налоговые ставки могут положительно повлиять на государственные расходы, если национальный бюджет эффективно сбалансирован, что может оказать положительное влияние на экономику.

Налоговая система страны, несомненно, отражает ценности ее общества и ее лидеров. При создании налоговой системы страна постоянно сталкивается с выбором распределения налогов – кто и сколько будет платить, и как будут расходоваться собранные налоги. В демократических странах, где общество выбирает ответственных за создание налоговой системы, этот выбор отражает общество, которое оно хочет создать. Напротив, в странах, где общественность не имеет большого влияния на налоговую систему, она отражает ценности тех, кто обладает властью в налоговой системе [3].

В долгосрочной перспективе снижение налогов может значительно увеличить государственный долг. В краткосрочной перспективе увеличение дефицита может иметь стимулирующий эффект. Расходы, которые приводят к увеличению дефицита, могут усилить экономику за счет увеличения производства и создания рабочих мест. Однако в течение более длительного периода времени устойчивый государственный долг может оказать негативное влияние на экономику. Это может привести к повышению процентных ставок. Кроме того, это может повлиять на стоимость доллара, и, если стоимость доллара падает, процентные ставки могут еще больше возрасти [4].

Таким образом, налоги налагают реальные экономические издержки, поэтому необходимо, чтобы все страны искали меры по снижению этих «невозвратных издержек», которые сокращают ресурсы, доступные для достижения общественно необходимых целей. Страны с ограниченными ресурсами должны проводить налоговую политику, чтобы обеспечить наиболее эффективное использование этих активов.

## Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023).
2. Глинкин, А.А. Налог на прибыль и доходы / А.А. Глинкин. – М.: Учебно-информационный центр при Гос. налоговой инспекции по г. Москве, 2019. – 532 с.
3. Евстратова, Л.М. Налог на прибыль / Л.М. Евстратова. – М.: Экзамен, 2019. – 224 с.
4. Касьянова, Г.Ю. Налог на прибыль и ПБУ 18/02. Организация налогового учета на базе бухгалтерского / Г.Ю. Касьянова. – М.: АБАК, 2020. – 120 с.
5. Кондрат, Е.Н. Международная финансовая безопасность в условиях глобализации. Основные направления правоохранительного сотрудничества государств: монография. – «Юстицинформ», 2015. – 811 с.

© Пухова О.С., 2023

УДК 336.22

Э.Э. СУЛЕЙМАНОВА

*pale\_elya@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются перспективы применения налогового планирования и прогнозирования в Российской Федерации. Анализируются основные аспекты и возможности, связанные с оптимизацией налоговой политики и прогнозированием налоговых поступлений, которые позволяют выявить и устранить причины их снижения.

*Ключевые слова:* налоговое планирование; налоговое прогнозирование; налогообложение; налоговая нагрузка; минимизация; бизнес.

В современных условиях экономической неопределенности и глобализации налоговое планирование и прогнозирование становятся все более актуальными в Российской Федерации. Эти инструменты позволяют компаниям оптимизировать свои налоговые обязательства, снизить риски и увеличить эффективность бизнес-процессов.

Налоговое планирование представляет собой систематический подход к организации деятельности компании с целью минимизации налогообложения. Оно основывается на анализе законодательства, применимых ставок и льгот, а также изучении особых правил для отдельных отраслей и видов деятельности. Прогнозирование же помогает предсказывать изменения в законодательстве и экономической ситуации, что позволяет компаниям готовиться заранее и адаптироваться к новым условиям.

Однако в России данные инструменты еще не получили широкого распространения. Множество компаний продолжают работать по принципу «безопасного» подхода к уплате налогов, не осознавая потенциала налогового планирования. В то же время в условиях ужесточения требований со стороны налоговых органов и снижения конкурентоспособности, применение этих инструментов становится все более необходимым для успешного развития бизнеса. В данной статье мы рассмотрим перспективы применения налогового планирования и прогнозирования в РФ и возможные выгоды, которые могут получить компании при использовании этих подходов.

Введение в налоговое планирование и прогнозирование представляет собой важный инструмент для обеспечения эффективности налогообложения и минимизации налоговых рисков. В условиях современной экономической неопределенности и изменений в законодательстве, способность предсказать

будущие изменения налогообложения становится ключевым элементом успешного бизнеса. Налоговое планирование позволяет оптимизировать расходы компании, учитывая законные возможности снижения налоговой нагрузки. Прогнозирование налоговых изменений помогает адаптироваться к новым требованиям, избегая неожиданных финансовых потерь.

Анализ перспектив применения налогового планирования и прогнозирования в Российской Федерации позволяет оценить эффективность данных инструментов для бизнеса и государства. Налоговое планирование, основанное на анализе законодательства и международных договоров, помогает снижать налоговую нагрузку и оптимизировать финансовые потоки компании.

Прогнозирование налоговых выплат также является важным элементом налогового менеджмента. С его помощью можно предугадывать будущие изменения в законодательстве и принимать соответствующие меры заранее.

Однако, несмотря на потенциальные выгоды, использование этих инструментов вызывает сомнения у фискальных органов. Часто возникают споры между налогоплательщиками и налоговыми органами по поводу допустимости определенной тактики или метода.

В Российской Федерации правительство активно работает над укреплением контроля за использованием таких инструментов, чтобы предотвратить уклонение от уплаты налогов. Введение новых правил, и ужесточение санкций ставят налогоплательщиков в более ответственное положение.

Тем не менее, при грамотном и законном использовании налогового планирования и прогнозирования они могут стать мощным инструментом для развития бизнеса

Основные принципы и методы налогового планирования и прогнозирования являются ключевыми инструментами для оптимизации налоговой нагрузки в Российской Федерации. Первый принцип заключается в тщательном изучении налогового законодательства и его изменений, чтобы быть в курсе всех возможностей и ограничений. Второй принцип – раннее планирование, которое позволяет максимально использовать доступные льготы и снизить риск переплаты налогов.

Среди основных методов налогового планирования стоит выделить такие, как выбор оптимальной формы собственности или организационно-правовой формы предприятия, использование различных договорных конструкций для минимизации налогообложения при сделках, а также активное использование международного налогового права для устранения двойного налогообложения.

Практические примеры успешного налогового планирования в Российской Федерации свидетельствуют о значимости и перспективности данной стратегии для предприятий. Одним из таких примеров является использование системы международного налогообложения, которая позволяет снизить общую налоговую нагрузку. Например, компания может создать дочернее предприятие в стране с более благоприятными налоговыми условиями и осуществлять через него свою деятельность. Также, эффективное

использование льготных режимов налогообложения может способствовать снижению налоговых затрат. Например, предприятия, занятые инновационной деятельностью или разработкой новых технологий, могут получить освобождение от определенных видов налогов или установку ставок по ним по льготным тарифам. Кроме того, оптимальное распределение дохода между различными видами операций и юрисдикциями может помочь минимизировать налогообложение. Налоги на прибыль могут быть уменьшены путем переноса части прибыли в дочерние компании или использования различных налогооптимизационных схем.

В современных условиях Российской Федерации налоговое планирование и прогнозирование получают все большее внимание со стороны бизнеса и государства. Перспективы их развития в РФ обещают быть многообещающими.

Одной из главных причин такого интереса является стремление предприятий к оптимизации своих налоговых обязательств. В условиях жесткой конкуренции на рынке, эффективное использование возможностей налогового планирования становится неотъемлемым элементом успешной деятельности организации.

Кроме того, государство также видит в налоговом планировании и прогнозировании один из инструментов для стимулирования экономического роста. Снижение налоговой нагрузки может способствовать увеличению инвестиций, развитию предпринимательства и созданию новых рабочих мест.

Однако, чтобы реализация потенциала налогового планирования была положительной для всех заинтересованных сторон, необходимо учитывать ряд факторов. Во-первых, необходимо соблюдать принципы налогового права и не превышать рамки законодательства. Уход от уплаты налогов может привести к негативным последствиям в виде штрафов и санкций.

### **Библиографический список**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: Части первая и вторая. – М.: Проспект, КноРус, 2010, 736 с.
2. Федеральная налоговая служба РФ. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru>.
3. Налоговое планирование и налоговый учет: учебное пособие / Е.С. Сиверцева, А.Н. Спасскова. – Санкт-Петербург: ПГУПС, 2021.
4. Налоги и налогообложение: учебное пособие / Ю.Ю. Газизьянова, Ю.Н. Кудряшова, Т.Г. Лазарева, Л.С. Уварова. – Самара: Сам-ГАУ, 2018.
5. Устойчивое развитие налоговой системы Российской Федерации в условиях глобальных изменений: монография / под общей ред. Л.И. Гончаренко. – М.: Дашков и К, 2017.

© Сулейманова Э.Э., 2023



УДК 336.2

В.А. ФОМИНА

v-lada-02@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЪЕДИНЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РФ И ФОНДА СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ РФ**

*Аннотация:* в данной статье представлен обзор перспектив объединения Пенсионного фонда Российской Федерации (ПФР) и Фонда социального страхования Российской Федерации (ФСС). Рассмотрены изменения, вызванные слиянием фондов, а также выдвинуты тенденции работы Социального фонда России.

*Ключевые слова:* Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, перспективы, объединение фондов.

«С 01.01.2023 вступили в силу отдельные положения Федерального закона от 14.07.2022 № 236-ФЗ «О Фонде пенсионного и социального страхования Российской Федерации», которым объединены два фонда – Пенсионный фонд Российской Федерации (ПФР) и Фонд социального страхования Российской Федерации (ФСС) в единый фонд – Фонд пенсионного и социального страхования Российской Федерации, или сокращенно Социальный фонд России (СФР)» [3, 4].

«Законопроект провозглашает такие принципы деятельности объединенного фонда как соблюдение государственных гарантий по обеспечению прав граждан в области пенсионного обеспечения, обязательного пенсионного страхования, обязательного социального страхования, социального обеспечения, обеспечение финансовой устойчивости (стабильности) и сбалансированности бюджета Фонда, автономность систем обязательного пенсионного страхования и др.» [3].

«Объединение фондов влечет различные изменения, среди которых установление единого тарифа страховых взносов, выплата единого тарифа страховых взносов по договорам гражданско-правового характера (ГПХ), обеспечение исполнителей по договорам ГПХ пособиями по временной нетрудоспособности, беременности и родам и по уходу за ребенком, уплата единого тарифа страховых взносов временно пребывающим иностранным гражданам, увеличение размера социальных пособий и пенсий, упрощение процедуры оформления пособий» [3].

«С 2023 года устанавливается единый тариф страховых взносов. В связи с этим работодатель обязан выплачивать страховые взносы одним платежом:

30% в пределах установленной единой предельной величины базы для исчисления страховых взносов; 15,1% – свыше неё» [4].

Кроме того, работодатель также обязан отдельно уплачивать взносы на травматизм и по специальным тарифам на обязательное пенсионное страхование [4].

Также с 2023 г. устанавливается единая предельная величина базы, на основании которой определяется размер ставки по страховым взносам. С 01.01.2024 индексировать базу будут ежегодно [4].

Некоторые нововведения затрагивают физических лиц, работающих по договорам гражданско-правового характера. Работодатели обязаны уплачивать единый тариф страховых взносов в отношении физических лиц, выполняющих работы или оказывающих услуги по договорам ГПХ. «До объединения фондов уплачивались только взносы на обязательное пенсионное страхование и обязательное медицинское страхование. Взносы на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством не начислялись. Взносы на травматизм уплачивались, только если это предусмотрено в договоре. Нововведения больше не ставят организации в заблуждение: практически со всех выплат по договорам гражданско-правового характера необходимо платить единый тариф страховых взносов» [4].

«К тому же исполнители по договорам ГПХ теперь могут рассчитывать на ряд прав, которые предоставляются работникам по трудовым договорам, в частности – получать пособия по временной нетрудоспособности, беременности и родам и по уходу за ребенком» [4].

«В связи с увеличением размера страховых взносов и предельной облагаемой базы планируется, что максимальный размер пособий по беременности и родам, по уходу за ребенком и по временной нетрудоспособности вырастет к 2025 году в 1,5 раза» [4].

Слияние или объединение Пенсионного фонда Российской Федерации (ПФР) и Фонда социального страхования Российской Федерации (ФСС) – это сложный и многогранный вопрос, который может иметь как позитивные, так и негативные последствия. Ниже приведены некоторые перспективы развития такого объединения:

1. Эффективное управление ресурсами: объединение ПФР и ФСС может повысить эффективность управления финансовыми ресурсами, так как снизит издержки и оптимизирует бюрократические процессы.

2. Упрощение процедур: объединение может упростить процедуры для граждан и организаций, так как это может уменьшить бюрократическую необходимость взаимодействия с двумя разными органами.

3. Улучшенная координация и мониторинг: совмещение функций ПФР и ФСС может способствовать лучшей координации и мониторингу социальных выплат и социального страхования, что может уменьшить случаи мошенничества и нецелевого использования средств.

4. Оптимизация инвестиций: Объединение финансовых ресурсов может способствовать лучшей оптимизации инвестиций и повышению доходности средств Пенсионного фонда.

5. Появление новых специализаций: каждый из органов имеет свои специализированные функции, и объединение может привести к потере специализированных знаний и опыта и одновременно к образованию новых специализаций, совмещающих в себе функции обоих фондов.

«Объединение фондов повлечет не только изменения, но и позволит централизовать на федеральном уровне услуги, предоставляемые государственными внебюджетными фондами; организовать единые офисы клиентского обслуживания на базе существующей территориальной сети двух реорганизуемых фондов, оптимизировать их количество и структуру и др. Кроме того, новая структура поможет сформировать единый круг застрахованных лиц и единую предельную и облагаемую базу по страховым взносам» [3].

«Создание Социального фонда России будет способствовать:

1. Повышению доступности услуг, оказываемых ФСС и ПФР, – граждане смогут обращаться в единые клиентские службы, которые откроются в точках присутствия объединяемых фондов.

2. Обеспечению единого более высокого стандарта сервиса на базе единых клиентских служб.

3. Повышению прозрачности управления через деятельность Наблюдательного совета.

4. Ускоренному внедрению цифровой составляющей в социальную сферу.

5. Снижению расходов на содержание организационной структуры» [3].

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 14.07.2022 № 236-ФЗ «О Фонде пенсионного и социального страхования Российской Федерации».

2. Постановление Правительства РФ от 12.02.1994 № 101 (ред. от 14.07.2021) «О Фонде социального страхования Российской Федерации».

3. Королева, О.Ю. Особенности объединения Пенсионного фонда и Фонда социального страхования // Руководитель бюджетной организации. – 2022. – № 8. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/76882699>.

4. Краецкая, Е. ПФР и ФСС РФ объединяются. К чему готовиться работодателям // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2022. – № 9. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/76972855>.

5. Пешехонов, Ю.В. Внебюджетные социальные фонды: состояние и перспективы // Финансы. – 2010. – С. 15.

6. Щербакова, Е.М. Старшие поколения россиян, 2021 год // Демоскоп Weekly. – 2021. – № 921–922.

7. Цыбенжапов, Б.Б. Слияние Пенсионного фонда России и Фонда социального страхования / Б.Б. Цыбенжапов, Б.Ц. Гармажапов, Б.П. Будаев // Молодой ученый. – 2022. – № 24 (419). – С. 285–286.

© Фомина В.А., 2023

Ю.Р. ШАЕХОВА

*shaehovajulia@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О. К. ЗУЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ТУРИСТИЧЕСКИЙ СБОР В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* настоящая научная статья представляет информацию о курортном сборе в республике Башкортостан. В статье рассматриваются преимущества и недостатки данной практики, его влияние на туристическую индустрию и опыт введения курортного сбора в других регионах. Также освещается влияние курортного сбора на развитие туризма в Башкирии. Статья предоставляет читателям полезную информацию для понимания данной темы и формирования собственного мнения о курортном сборе в республике Башкортостан.

*Ключевые слова:* курортный сбор в Башкирии, туризм, платеж, конкуренция, уровень обслуживания, контроль.

Намерение властей Башкирии ввести курортный сбор с туристов вызвала очередную дискуссию в туротрасли о целесообразности этой меры – в том числе в таких регионах, где овертуризма не наблюдается.

Курортный сбор в Башкирии – инициатива депутатов парламента республики. В случае ее принятия в регионе введут «туристический налог» до 100 рублей за сутки проживания для всех совершеннолетних туристов.

По словам спикера башкирского парламента Константина Толкачева, «обязательный платеж не будет обременительным». С другой стороны, говорят эксперты, в случае выбора максимальной суммы сбора паре придется заплатить за неделю отдыха 1400 рублей.

В самой Башкирии позиция участников бизнеса по поводу инициативы неоднозначная. Многие обеспокоены, что новая мера только отпугнет бюджетных туристов, которые приезжают по большей части из соседних регионов. К тому же региону будет сложнее конкурировать за турпотоки, к примеру, с Челябинской областью или Татарстаном, где также развита санаторно-курортная отрасль. По мнению представителей туротрасли, вводить такой сбор было бы правильнее одновременно, по согласованию с соседними субъектами.

«Башкирия – регион с довольно бюджетным чеком, в отличие от Калининградской области или Сочи. Наш турист небогатый, как правило, едет из соседнего региона, часто на своей машине с палатками, или останавливается в недорогом отеле. Думаю, что это неправильная история. Сначала нужно развить уровень сервиса и поднять средний чек, а потом вводить туристический

сбор» – высказалась эксперт по туризму в Башкирии и блоггер Раиса Габитова. С этим мнением соглашаются большинство профессионалов турбизнеса: на Западе курортный сбор вводится, как правило, в регионах с овертуризмом, где есть задача ограничить турпоток или, как минимум, минимизировать за счет него износ туристической инфраструктуры, которая страдает от избыточной нагрузки.

Башкирские законодатели в качестве положительных доводов ссылаются на успешный опыт введения курортного сбора в тех регионах России, где он был запущен в пилотном режиме: Крыму, Ставрополье, Краснодарском и Алтайском краях. С 2018 по 2021 годы, пока проводился эксперимент, больше всего средств удалось собрать в Ставропольском крае – 904,5 млн руб. В Краснодарском крае эта сумма составила 538,1 млн руб., а на Алтае – 115,6 млн руб. При этом в Крыму от идеи введения курортного сбора в итоге полностью отказались.

Все регионы, где проходил эксперимент по курортному сбору, выкладывают отчетность в открытый доступ на сайтах своих туристических ведомств. Судя по этим данным, в Ставропольском крае работу с курортным сбором удалось наладить лучше, чем в других регионах, по крайней мере, с точки зрения количественных показателей. В региональном Министерстве туризма и оздоровительных курортов был создан отдел по контролю за собираемостью курортного сбора. Всего налог действует в четырех городах: Пятигорске, Кисловодске, Железнодорожном и Ессентуках. Собранные средства (по 50 рублей за сутки проживания с каждого взрослого туриста) направляются в региональный бюджет, откуда в виде бюджетных ассигнований возвращаются муниципалитетам под конкретные проекты.

По данным из открытых источников, за 2021 год в регионе было собрано 266 652 201 руб. «туристического налога». Сбор оплатили 426,4 тыс. человек из 714,9 приехавших в регион за прошлый год. Реестр платежных агентов по всем четырем курортам насчитывает около 450 юридических лиц, причем в нем значатся даже небольшие гостевые дома емкостью до 8 гостей.

Что касается расходования собранных средств, то, по данным регионального Минтуризма, они направляются в основном на благоустройство туристических мест: скверов, входных групп в общественные места и т. п. При этом сложно оценить, какова в этих ассигнованиях доля средств, полученных непосредственно от курортного сбора.

Вместе с тем эксперты, которые выступали против «налога на отдых» с самого начала, склонны считать, что от таких объемов денег пользы явно меньше, чем усилий, которые потратили на их сбор. По словам Дмитрий Богданова, главы ассоциации отельеров АМОС, который является одним из наиболее последовательных противников сбора, итоги эксперимента, проводившегося в четырех регионах с 2018 по 2021 год, так и не были представлены широкой общественности, а без них нет смысла говорить о применении сбора в других регионах. И главная причина такого молчания –

более чем скромный объем собранных средств. С этой точкой зрения согласны и другие опрошенные.

«Я с самого начала был против курортного сбора, потому что в нем просто нет никакой логики: одной рукой мы платим туристам кешбэк, чтобы они ехали отдыхать в России, а другой – забираем эти деньги в качестве курортного сбора», – отмечает Дмитрий Богданов.

При этом профессионалы турбизнеса соглашаются: введение курортного сбора может быть оправдано, например, при локальном овертуризме. Снижение фискальной нагрузки на бизнес повышает конкурентоспособность турпродукта и дестинации. Эксперимент по введению курортного сбора показал, что он может быть относительно эффективным инструментом для поддержки и даже развития курортов, говорит почетный президент Российского союза туристической индустрии Сергей Шпилько. Однако для этого должны быть соблюдены несколько условий.

«Прежде всего, чтобы поступления от сбора в муниципальный бюджет были кратно выше затрат на его администрирование, регион должен располагать большим классифицированным номерным фондом. А значит основу его индустрии гостеприимства должны формировать крупные здравницы, гостиничные, горнолыжные комплексы. То есть, надо, чтобы не только сам турпоток в регион был большим, но и чтобы размещался он в основном в объектах, которые исполняют свои обязательства перед бюджетом – платят налоги и сборы. А доля так называемого частного сектора, который в основном находится в серой зоне, наоборот, должна быть невелика. В противном случае недобросовестная конкуренция между надомными и квалифицированными средствами размещения с введением курортного сбора будет только усиливаться», – говорит Сергей Шпилько.

Кроме того, по словам эксперта, важно, чтобы средний чек пребывания в гостиницах и санаториях региона был относительно высоким, чтобы курортный сбор в нем «тонул», не оказывая существенное влияние на стоимость турпродукта. Таким условиям соответствуют, уже упоминавшийся Ставропольский край, где сбор относительно успешно взимается, а полученные средства расходуются на поддержку инфраструктуры наиболее посещаемых туристами мест, а также Белокуриха. В Алтайском крае в 2021 году удалось собрать около 24 млн рублей, которые были зачислены в фонд развития курортной инфраструктуры (ФРКИ). Из этого фонда осуществляется финансирование различных работ по обустройству курорта Белокуриха: оборудование гостевых маршрутов, санитарная обработка и многое другое. В 2021 году на эти работы было выделено в общей сложности 31 млн рублей. Таким образом, курортный сбор стал достаточно ощутимым подспорьем.

В то же время в Краснодарском крае и, тем более, Крыму существенно преобладает частный сектор, который в подавляющей массе не взимает с постояльцев курортный сбор. И логично, что в первом курортный сбор взимается по символической ставке (10 рублей), а в Крыму вообще не применяется, добавляет Сергей Шпилько.

В итоге Краснодарский край за 2021 год, который стал одним из лучших по турпотоку, собрал всего 165 млн рублей на курортном сборе. При этом только на развитие курортной инфраструктуры было выделено бюджетных ассигнований на 463,5 млн. С учетом затрат на администрирование сбора, которые традиционно не озвучиваются, и о них остается только догадываться, очевидно, что игра не стоит свеч.

«В условиях перекоса межбюджетных отношений в сторону федерального центра те регионы, где турпоток превышает численность местного населения, вынуждены искать дополнительные источники финансирования расходов на поддержку местной инфраструктуры гостеприимства. Они-то и инициировали введение курортного сбора. Хотя на самом деле средств от него на эти цели все равно не хватит, – признает Сергей Шпилько. – И когда речь идет о всероссийских курортах, надо выделять деньги из федерального бюджета отдельной строкой, как это делалось во времена СССР в отношении ряда всесоюзных здравниц. Суздалию, например, в который приезжает чуть ли не миллион туристов в год при населении меньше 10 тыс. жителей, курортный сбор пригодился бы, хотя проблему дефицита средств для обустройства города под такие турпотоки он бы полностью не решил».

### **Библиографический список**

1. Абдуллин, Р.М. Курортное дело и альтернативное здравоохранение: опыт Башкортостана и перспективы развития. – Уфа: Башк. ун-т, 2015.
2. Абдуллин, Р.М. Курортное дело и туризм в Башкортостане: состояние, проблемы, перспективы. – Уфа: Башк. ун-т, 2012.
3. Абдуллина, М.А. Экономический анализ курортного комплекса Республики Башкортостан. – Уфа: ГУАП, 2011.
4. Гайнутдинов, Г.Ф. Организация и управление курортной индустрией. – Уфа: ГУАП, 2010.
5. Загаева, Е.Ф. Курортно-здоровительная инфраструктура Башкортостана: состояние и перспективы развития. – Уфа: ГУАП, 2009.
6. Нурмухаметов, Р.А. Управление курортной отраслью на федеральном и региональном уровнях. – М.: КНОРУС, 2020.
7. Томер, М.Б. Перспективные направления развития курортно-оздоровительной отрасли в регионе. – Уфа: Башк. ун-т, 2011.

© Шаехова Ю.Р., 2023

## СЕКЦИЯ 7.2. ПРОЦЕССЫ И ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ СИСТЕМАМИ

УДК 67.02

А.В. АБДИСОВА

*aabdisova@bk.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. Н.А. МУФТАХОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА ДЕТАЛИ «ФЛАНЕЦ» С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ АСПЕКТОВ

*Аннотация:* в статье проведено комплексное исследование технологического процесса производства детали «Фланец» с точки зрения различных аспектов. Объектом проводимого анализа является Публичное акционерное общество «ОДК-Уфимское моторостроительное производственное объединение». Предмет исследования – деталь «Фланец».

*Ключевые слова:* фланец; калькуляция по детали; информационный аспект; организационный аспект; технологический процесс; движение детали по цеху; движение детали вне цеха; маршрутная карта; материал; габариты детали; требования к качеству.

Технологический процесс – это часть производственного процесса, содержащая целенаправленные действия по изменению и (или) определению состояния предмета труда. К предметам труда относятся заготовки и изделия. Технологический процесс может быть отнесен к изделию, его составной части или к методам обработки, формообразования и сборки [3, с. 25].

В статье рассматривается технологический процесс производства детали «Фланец» с точки зрения различных аспектов. Фланцы представляют собой плоские детали квадратной, круглой или иной формы с отверстиями под болты или шпильки, используемые для соединения труб, трубопроводной арматуры, соединения труб с трубами, соединения с машинами, оборудованием и сосудами, валами и другими вращающимися деталями. Деталь входит в узел обода ТНД (турбина низкого давления) и имеет следующее назначение: крепление лопаток венцеса с уплавом во фланец. На рис. 1 приведен чертеж рассматриваемой детали.



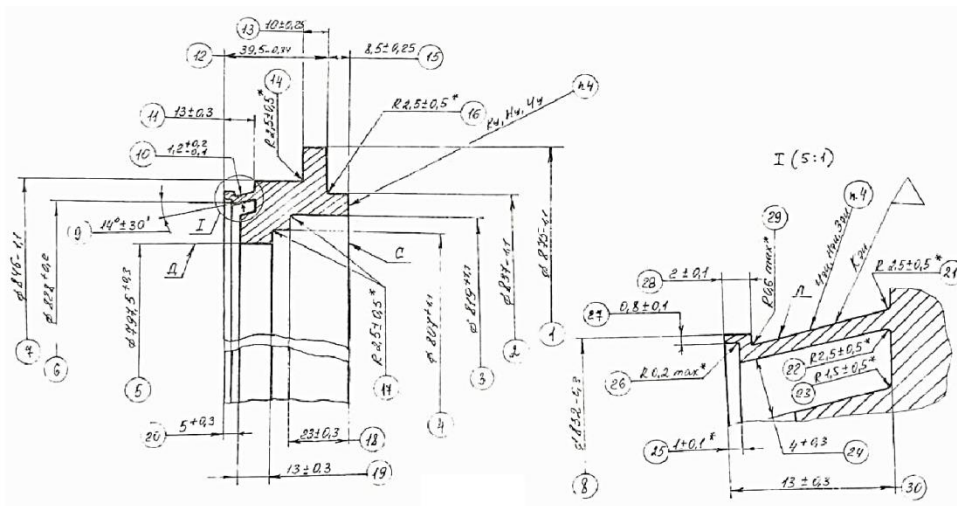


Рис. 1. Чертеж детали «Фланец»

Технологический процесс производства детали рассматривается по следующим аспектам.

1. Информационный аспект – программные продукты, используемые для реализации детали:

а) Cadmech КОМПАС – Многофункциональное приложение для автоматизации проектирования в области машиностроения и приборостроения для КОМПАС-3D [2];

б) 1С: Документооборот – это система автоматизации документооборота на базе технологической платформы «1С:Предприятие». Она организует взаимодействие сотрудников, отслеживает рабочее время и реализует учет документов [5, стр. 35];

в) заводская сеть (база данных) – совокупность всех записей и наборов, которые достаточны для полного описания какой – либо детали;

г) T-FLEX – это российская система автоматизированного проектирования, сочетающая возможности параметрического 2D- и 3D-моделирования с чертежно-конструкторской документацией и средствами проектирования в соответствии с ЕСКД и зарубежными стандартами (ANSI) [7];

д) Infor ERP LN – это система планирования корпоративных ресурсов (ERP), которая отвечает уникальным требованиям производителей [8].

2. Организационный аспект – это документы по подготовке производства:

а) чертеж;

б) ГОСТы для разработки технических процессов;

в) стандарты организации (СТО) – нормативный документ, устанавливающий комплекс четких, однозначных требований и норм для сотрудников организации;

г) инструкции предприятия – нормативный правовой акт организации;

д) методическая инструкция – это документ, определяющий единые правила и методы выполнения конкретного действия (функции), не зависящие от исполнителя;

е) правила ТБ.

3. Экономический аспект – калькуляция по детали. Это определение затрат в стоимостной (денежной) форме на единицу или группу единиц продукции или на отдельные виды продукции. Калькуляция позволяет определить плановую или фактическую себестоимость объекта или продукта и служит основой для их оценки [6].

Чем ниже издержки производства, тем конкурентоспособнее предприятие. В табл. 1 представлена калькуляция по детали фланец.

Таблица 1

Калькуляция по детали фланец\*

Ст. калькул.	П/фабрикаты	Услуги	Соб. сборки	Соб. затраты	Полная ст-ть
Материалы	252285.0000		0.0000	0.0000	252285.0000
Пок. поковки	0.0000		0.0000	0.0000	0.0000
Пок. готовые	0.0000		0.0000	0.0000	0.0000
Отходы	2001.9200		17985.0000	17985.0000	19986.9200
Норма врем.	248.3000	0.0000	368.3000	368.3000	616.6000
Зарплата	1313.0058	0.0000	1686.3616	1686.3616	2999.3674
Премия	525.2023	0.0000	674.5446	674.5446	1199.7471
Цех. расходы	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Общ. расходы	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Полн. ст-сть	252121.2881 252121.2881	0.0000	-15624,0938	-15624,0938	236497.1945 236497.1945
Код материала:	Вид материала:	Код кал. группы.:	Сумма:	Норма Цена	Ед.изм.нормы Ед.изм.цены
Наименование материала					
151235705	отходы	0	17985.0000	54.5000 330000.0000	КГ ТН

\*Составлено на основе документов предприятия ОДК УМПО.

Как мы видим, калькуляция по детали фланец небольшая, что позволяет оставаться цеху конкурентоспособной.

4. Логистический аспект – движение детали по цеху, вне цеха.

Движение детали по цеху представлено на рис. 2.



Рис. 2. Движение детали «Фланец» по цеху

Движение детали вне цеха представлен на рис. 3.

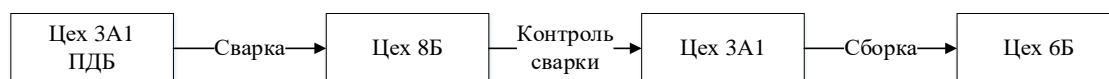


Рис. 3. Движение детали «Фланец» вне цеха

5. Технический аспект – материал, габариты детали, требования к качеству.

Для изготовления детали «Фланец» используется заготовка – раскатное кольцо цеха 2 и термообработка цеха 4 с диаметром = 875 мм и массой = 61,44 кг. Материал – ХН62ВМЮТ-ВД (Жаропрочный сплав на никелевой основе).

Критерии качества: исключение наличия дефектов материала, связанных с его металлургическими и механическими особенностями (случайных примесей, раковин, вмятин, трещин и т. д.), способность выдерживать максимальную нагрузку и обеспечивать бесперебойную работу механизмов и агрегатов в условиях максимального давления и температур.

6. Технологический аспект – маршрутная карта, технологический процесс по изготовлению детали.

Фрагмент технологического процесса изготовления детали «Фланец» представлен на рис. 4.



Рис. 4. Процесс реализации детали «Фланец»

Вывод: таким образом, из анализа технологического процесса производства детали «Фланец» с точки зрения различных аспектов, следует что:

1. Для реализации детали используются следующие программные продукты: Cadmesh КОМПАС, 1С: Документооборот, Заводская сеть, Российская конструкторская программа T-FLEX, американская система Infor ERP LN и следующие документы: чертеж, ГОСТы, СТО, инструкция предприятия, методическая инструкция.

2. Калькуляция по детали «Фланец» небольшая, что позволяет оставаться цеху конкурентоспособной.

3. Движение детали в основном происходит в цехе 3А1 (Цех механической и электроэрозионной обработки фланцевых деталей), за исключением сварки (цех 8Б) и сборки(6Б).

## Библиографический список

1. ПАО «ОДК-Уфимское моторостроительное производственное объединение»: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://umpro.ru/>.
2. Реестр Российского программного обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eas-reestr.digital.gov.ru/reestr/987384/#:~:text=Cadmech%20КОМПАС%20-%20многофункциональное%20приложение,машиностроения%20и%20приборостроения%20для%20КОМПАС-3D>.
3. Технологические процессы в машиностроении: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. / С.И. Богодухов, Р.М. Сулейманов, А.Д. Проскурин; под общ. ред. С.И. Богодухова. – М.: Инновационное машиностроение, 2021. – 640 с.
4. Биргер, И.А., Иосилевич, Г.Б. Резьбовые и фланцевые соединения. – М.: Машиностроение, 1990. – 368 с.
5. Лушников, В., Бондарев, А.В. 1С: Документооборот. 200 вопросов и ответов. Практическое пособие. – 1С, 2014. – 298 с.
6. Учет затрат и калькулирование себестоимости: учебное пособие / Н.Н. Бондина, И.А. Бондин, И.В. Павлова, О.В. Лаврина. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 254 с.
7. T-FLEX CAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tflexcad.ru/>.
8. INFOR LN/ Облачная производственная ERP – система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.infor.com/ru-ru/products/ln>.

© Абдисова А.В., 2023

З.Р. БАЙМУРЗИНА

*zulf.bajmurzina@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.П. ПРОКОПЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ANYLOGIC**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается использование программного обеспечения AnyLogic для имитационного моделирования производственного процесса создания детали «Втулка» с целью увеличения производительности цеха № 13 ПАО «ОДК-УМПО».

*Ключевые слова:* имитационное моделирование; AnyLogic; оценка эффективности; оптимизация; производственный процесс; управление процессами.

Постоянная оптимизация является неотъемлемой частью эффективного конкурентноспособного производства. Предприятия стремятся повысить производительность, ликвидировать брак, снизить затраты на производственный процесс. Для достижения этих целей необходимо использование новых технологий и инструментов, которые позволяют моделировать производственные процессы и оптимизировать их работу. Одним из таких инструментов является программное обеспечение AnyLogic.

AnyLogic – это мощная платформа для имитационного моделирования, которая позволяет создавать модели различных систем [1]. Она основана на комбинации трех методов моделирования: дискретно-событийного, агентного и системного динамического. Это позволяет создавать более точные и реалистичные модели, которые могут учитывать сложные взаимодействия между объектами и переменными в системе. С ее помощью можно получить детальное представление о процессе, управлять им и оптимизировать его.

В качестве примера рассмотрим производственный процесс изготовления детали «Втулка» на ПАО «ОДК-УМПО». Эта деталь используется в узле троса обратной связи и производится в цехе № 13. Создаваемая модель может показать, какие изменения в процессе могут привести к увеличению производительности и снижению затрат. Например, можно проверить, как изменение количества рабочих или увеличение скорости обработки материалов повлияет на производительность цеха.

Для начала в программу загружается план цеха. Далее с помощью «Библиотеки производственных систем» на нем моделируются этапы технологического процесса. Данная библиотека позволяет создавать точные

модели, что помогает управлять материальным потоком на производстве, позволяет анализировать процессы, повышать их эффективность. Она содержит набор готовых элементов, таких как конвейеры, склады, машины и другие; а также дает возможность создания собственных элементов, которые адаптируют модель под конкретные особенности производственного процесса.

Благодаря этому были смоделированы этапы обработки заготовки в токарной, токарной с ЧПУ, фрезерной, слесарной при зачистке детали, сверлильной при изготовлении отверстий, промывочной, контрольной и транспортировочной. На каждом этапе были установлены длительность операций, число рабочих и пути перемещения материальных потоков по цеху.

Реализация модели представлена на рис. 1 и 2.

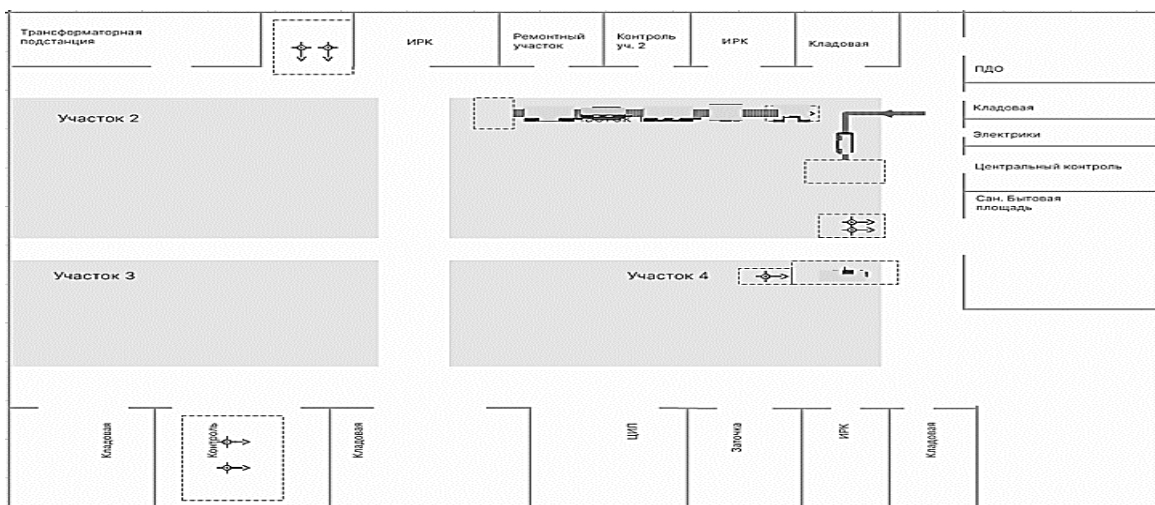


Рис. 1. 2D-модель процесса изготовления детали «Втулка»

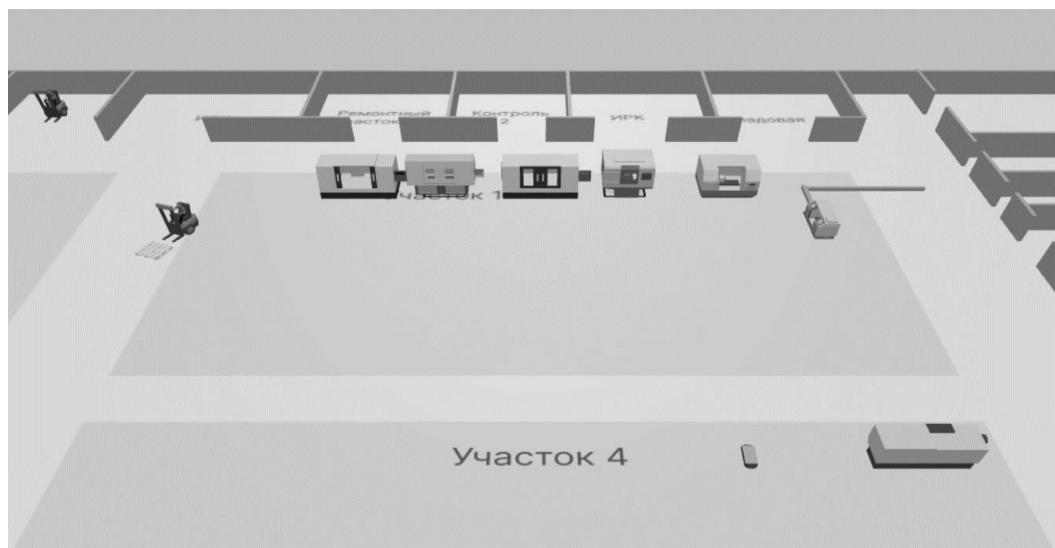


Рис. 2. 3D-модель процесса изготовления детали «Втулка»

Одним из главных критериев эффективности производства является длительность производственного цикла. Чем он короче, тем больше производительность труда, т. е. меньше времени тратится на создание продукции, ускоряется оборачиваемость запасов и активов, и тем самым

снижается себестоимость. Существует множество способов сокращения длительности цикла, среди которых следует выделить:

- анализ и улучшение каждого этапа производственного цикла, идентификация и устранение узких мест;
- улучшение планирования и управления производством;
- внедрение новых технологий и инноваций: использование автоматизированных систем, роботизированного оборудования и других передовых технологий;
- обучение и развитие персонала: повышение квалификации сотрудников, обучение новым методам и технологиям;
- сокращение времени на контроль и исправление ошибок: улучшение систем контроля качества, предотвращение возникновения дефектов и снижение времени на их исправление.

Комбинация этих способов может помочь сократить длительность производственного цикла и повысить эффективность производства.

Для того, чтобы спрогнозировать результат оптимизации и предотвратить возможные риски, затраты, необходимо имитационное моделирование.

Например, в данном случае на участках были обнаружены простои оборудования, и для улучшения работы было уменьшено число транспортируемых деталей при переходе от одного процесса к другому.

Для уменьшения межоперационного времени ручные тележки были заменены на автоматические самоходные.

Был рассмотрен вариант замены фрезерного станка на станок с ЧПУ, что показало сокращение времени технологических операций и увеличение производительности – увеличилось число создаваемых деталей с 70 до 80 единиц за один рабочий день.

Результаты оптимизации показаны на рис. 3, который был построен в AnyLogic. Были установлены нужные значения зависимости переменных, обновления данных, форматирования.

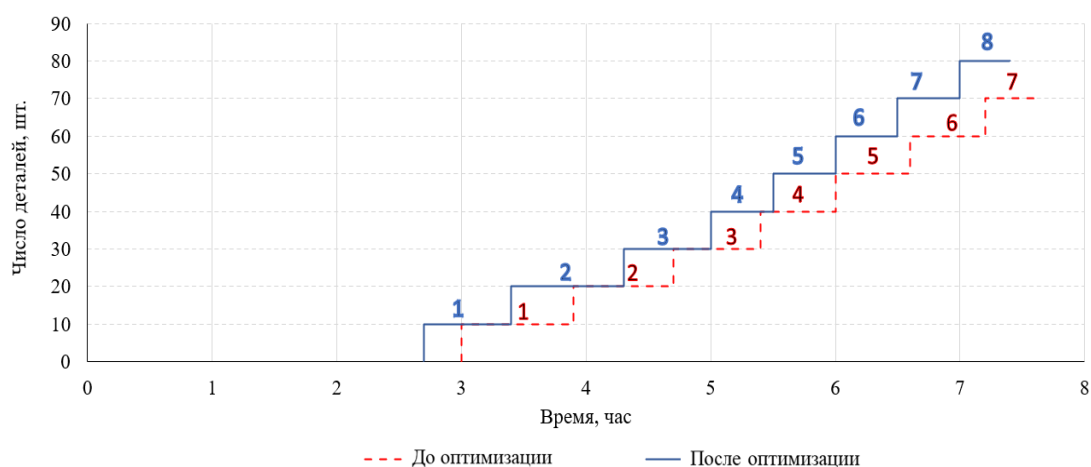


Рис. 3. График динамики производства детали «Втулка»

AnyLogic для более эффективного анализа системы предоставляет широкий набор инструментов при анализе результатов моделирования, сбора данных при симуляции деятельности, включая графики, таблицы и статистические отчеты.

Возможность моделирования работы цеха № 13 помогает выбрать наиболее эффективный способ оптимизации без необходимости в реальном времени проводить эксперименты на производстве. Так, в ходе этой работы в программе AnyLogic, была создана модель процесса изготовления детали «Втулка», на которой рассматривалось внедрение различных нововведений, при котором сократилось время технологических операций, транспортировки и межоперационное время, уменьшилось время простоя оборудования.

Таким образом, использование ПО AnyLogic для имитационного моделирования позволяет оптимизировать работу производства и повысить его производительность. Это является важным инструментом для предприятий, которые стремятся увеличить свою конкурентоспособность на рынке.

### **Библиографический список**

1. Anylogic: имитационное моделирование для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.anylogic.ru>.
2. Учебное пособие: модель производства кислотно-свинцовых аккумуляторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://anylogic.help/ru/tutorials/material-handling/index.html/>.
3. Боев, В.Д. Компьютерное моделирование в среде AnyLogic: учебное пособие для среднего профессионального образования / В.Д. Боев. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 298 с.
4. Кагирова, Л.Р. Использование программы AnyLogic при производстве карандашей // Мавлютовские чтения. Материалы XVI Всероссийской молодежной научной конференции. Уфа, 2022. – С. 286–293.

© Баймурзина З.Р., 2023



## **НЕЙРОСЕТЕВОЕ РАСПОЗНАВАНИЕ ТЕКСТА**

*Аннотация:* нейросетевое распознавание текста обладает высокой точностью и позволяет автоматизировать обработку текста, включая рукописный, печатный и аудио. Применение нейросетевого распознавания текста широко распространено в различных областях, таких как распознавание рукописного текста, автоматическое создание подписей и помощь людям с нарушениями зрения. Оно расширяет возможности анализа текстовых данных.

*Ключевые слова:* принципы работы; преимущества, применение, реализация.

Нейросетевое распознавание текста – это процесс, при помощи которого нейронные сети обучаются распознавать и обрабатывать текстовую информацию. Эта технология имеет широкое применение и находит свое применение в различных сферах, включая распознавание рукописного текста, автоматическое создание подписей и многое другое. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты нейросетевого распознавания текста [1].

### **1. Принцип работы нейросетей.**

Прежде чем погрузиться в подробности нейросетевого распознавания текста, необходимо понять принцип работы нейронных сетей. Нейронные сети – это компьютерные модели, которые имитируют работу человеческого мозга. Они состоят из нейронов, которые связаны между собой и передают информацию друг другу через веса.

В случае распознавания текста нейронные сети обучаются на большом количестве текстовых данных. Каждый символ или слово представляется нейронной сетью в виде входного вектора. Нейронная сеть проходит через несколько слоев сети, где происходит обработка данных. В итоге, сеть выдает результаты, совпадающие с заданными метками или категориями.

### **2. Преимущества распознавания текста нейросетью.**

**2.1. Высокая точность распознавания:** Нейросети имеют способность обучаться на большом объеме данных и искать закономерности, что позволяет им достигать высокой точности в распознавании текста. Это особенно важно для таких задач, как распознавание рукописного текста, где текст может быть представлен в различных стилях и форматах.

**2.2 Автоматизация обработки текста:** Нейросетевое распознавание текста позволяет автоматизировать процесс обработки больших объемов текстовой информации. Это может быть полезно для таких задач, как классификация и

фильтрация текстов, анализ тональности текста, извлечение ключевых фраз и многое другое.

2.3 Гибкость и масштабируемость: Нейросетевые модели могут быть адаптированы и модифицированы для различных задач и требований. Они могут быть расширены и масштабированы для обработки большого объема данных и обеспечения более высокой производительности [1].

2.4 Обработка разнообразных типов текста: Нейросетевые модели могут обрабатывать различные типы текста, включая рукописный, печатный, аудио или текст на изображении. Это позволяет применять их в широком спектре приложений, включая распознавание речи, автоматическое создание подписей, понимание естественного языка и многое другое.

2.5 Улучшение пользовательского опыта: Нейросетевое распознавание текста может значительно улучшить пользовательский опыт, упростив и ускорив процессы ввода текста и взаимодействия с системами. Например, распознавание рукописного текста в телефонной клавиатуре позволяет пользователям печатать быстрее и удобнее.

2.6 Расширение возможностей анализа данных: Нейросетевое распознавание текста открывает новые возможности для анализа текстовых данных. Оно позволяет проводить более глубокие и сложные анализы, такие как выявление скрытых смыслов и тематическое моделирование.

### 3. Применение нейросетевого распознавания текста.

Нейросетевое распознавание текста нашло свое применение во многих сферах.

#### 3.1 Распознавание рукописного текста.

Одним из основных направлений применения нейросетевого распознавания текста является распознавание рукописного текста. Это полезно для создания текстовых документов или преобразования рукописных заметок в электронный формат.

#### 3.2 Автоматическая обработка документов.

Нейросетевое распознавание текста также полезно для автоматической обработки документов, таких как обработка чеков или распознавание паспортных данных. Это позволяет сократить время, затрачиваемое на ручную обработку документов и уменьшить вероятность ошибок.

#### 3.3 Помощь людям с нарушениями зрения.

Нейросетевое распознавание текста может быть великой помощью людям с нарушениями зрения. Технология текстового распознавания позволяет им преобразовывать текст из печатной формы в аудио формат или выводить его на специальные устройства для чтения [1].

#### Реализация нейросети.

Конкретная реализация нейросети для распознавания текста может включать различные архитектуры и подходы. Одной из самых популярных архитектур нейросетей, применяемых для распознавания текста, является рекуррентные нейронные сети (RNN) с применением слоев LSTM (Long Short-Term Memory) [2].

#### 1. Подготовка данных.

Перед построением нейросетевой модели необходимо предварительно обработать данные. Это может включать в себя предобработку текста, такую как

удаление лишних символов или приведение текста к нижнему регистру. Затем текст следует преобразовать в числовую форму, например, путем создания словаря слов и преобразования каждого слова в соответствующий числовой индекс [2].

## 2. Построение модели.

Одной из возможных архитектур для распознавания текста является рекуррентная нейронная сеть с LSTM слоями. RNN позволяет модели сохранять информацию о предыдущих входах, что важно для обработки последовательных данных, таких как текст. LSTM слои, в свою очередь, помогают избежать проблемы затухающего градиента, когда информация о далеких прошлых событиях теряется [2].

## 3. Обучение и настройка модели.

Для обучения нейросетевой модели требуются размеченные данные, где каждый текст имеет соответствующую метку или категорию. Модель будет обучаться на этих данных, пытаясь минимизировать ошибку или потерю между предсказанными и фактическими метками. Для улучшения производительности модели можно применить методы оптимизации, такие как стохастический градиентный спуск или адаптивный момент.

## 4. Тестирование и оценка модели.

После завершения обучения модель должна быть протестирована на принадлежащих обучающему набору данных. Это позволяет оценить производительность модели и определить ее точность в распознавании текста. Важно проводить достаточное количество тестов, чтобы убедиться в устойчивости и надежности модели.

## 5. Построение веб-приложения.

После успешного обучения и тестирования модели ее можно интегрировать в веб-приложение. Пользователь может ввести текст, и нейросеть будет предсказывать соответствующую метку или категорию текста.

Реализация нейросети для распознавания текста может сложиться из множества компонентов и этапов. Описанный выше процесс является лишь базовым примером, и на практике реализация может варьироваться в зависимости от требований и характеристик конкретного проекта [2].

## Заключение.

Нейросетевое распознавание текста – это мощный инструмент, который находит свое применение в самых различных сферах. Благодаря преимуществам высокой скорости и точности, автоматизированной обработке больших объемов текста и созданию подписей, нейросетевое распознавание текста становится все более популярной технологией. Она значительно упрощает и ускоряет процессы обработки текстовой информации и находит применение в различных сферах нашей жизни.

## Библиографический список

1. Ростовцев, В.С. Искусственные нейронные сети: учебник / В. С. Ростовцев. – Киров: Изд-во ВятГУ, 2014. – 208 с.
2. Николенко, С., Кадурин, А., Архангельская, Е. Глубокое обучение. СПб.: Питер, 2018. – 480 с.: ил. (Серия «Библиотека программиста»).

© Валиев Э.Р., 2023

Д.Р. ГАЙФУЛЛИНА  
*mevdarina@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ПРОЦЕССА ИЗГОТОВЛЕНИЯ ДЕТАЛИ «КОЛЬЦО»**

*Аннотация:* данная статья посвящена описанию методологии проектирования информационных моделей процесса изготовления детали с использованием системы ARIS.

*Ключевые слова:* информационная модель; бизнес-процесс; функциональная модель; организационная модель; модель данных; модель управления.

Реорганизация бизнес-процессов и внедрение современных информационных систем является одной из целей проектной деятельности предприятия. Такая задача требует методической и инструментальной поддержки. Решить ее можно с помощью методологии ARIS [1].

Данная модель оперирует способами формализации информации о деятельности предприятия, представляя ее в графической форме, то есть в виде моделей, доступных для анализа. Такие модели применяются для решения вопросов оптимизации организационной деятельности. Вводится информационная система управления.

В качестве главных преимуществ программы ARIS можно выделить:

- 1) неоднократное использование результатов моделирования;
- 2) разностороннее рассмотрение объекта;
- 3) большое количество методов моделирования;
- 4) возможность описания объекта на разных уровнях для поддержания концепции жизненного цикла систем [2].

В программе можно выделить несколько видов представлений:

- 1) функциональные модели – модели, используемые для описания процессов и операций, реализуемых на предприятии;
- 2) организационные модели – модели, с помощью которых описывается иерархическая структура предприятия;
- 3) информационные модели – модели, представляющие структуру данных, необходимых для реализации функций организации;
- 4) модели процессов – модели управления деловыми процессами;
- 5) модели входов/выходов – модели, которые описывают потоки материальных и нематериальных средств.

Информационные модели представляют собой описание процесса управления производством изделий с нескольких точек зрения. При этом для

достижения полноты представления об исследуемом объекте необходимо построить:

- функциональную модель;
- организационную модель;
- модель данных;
- модель управления.

Итогом создания этих моделей является разработка модели управления бизнес-процессом реализации инновации. Он содержит все перечисленные модели и имеет вид последовательности событий и действий. В качестве начального события выступает организация проекта. Конечное событие – испытание и сдача. От начального события до конечного действия рассматриваются этапы, каждому из которых прилагается используемая документация, персонал, являющийся элементом организационной структуры, и инструменты для их реализации.

Для построения функциональной модели детали «Кольцо» создается новая модель целей в папке «Требования» для функциональных моделей. В ней формируется дерево целей. Формируются цели для улучшения технологического процесса производства детали. Затем в этой же папке создается модель «Дерево функций», в которой описываются основные функции, выполняемые на различных технологических операциях, таких как контроль, алитирование, промывка, электроэрозионная, фрезерная с ЧПУ, сверлильная, токарная и слесарная. К операции контроля относятся контроль и доработка. К операции промывки относятся промывка и сушка. К слесарной операции относятся снятие заусенец и притупление острых концов. Пример функциональной модели представлен на рис. 1.

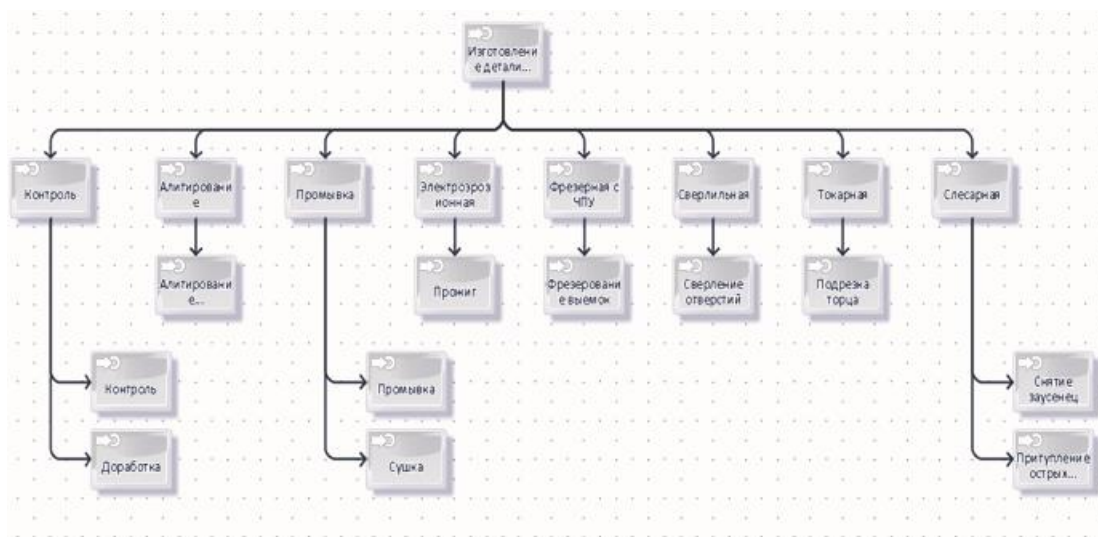


Рис. 1. Функциональная модель детали «Кольцо»

Для построения организационной модели создается модель организационной структуры цеха предприятия УМПО. В элементе «Требования» для папки «Организационные модели» создается модель типа «Организационная структура». В качестве элементов используются основные

работники и отделы цеха. К ним относятся начальник ОТК, начальник БТиЗ, заместитель по руководству, участки цеха и заместитель по технической части. Пример организационной модели детали представлен на рис. 2.

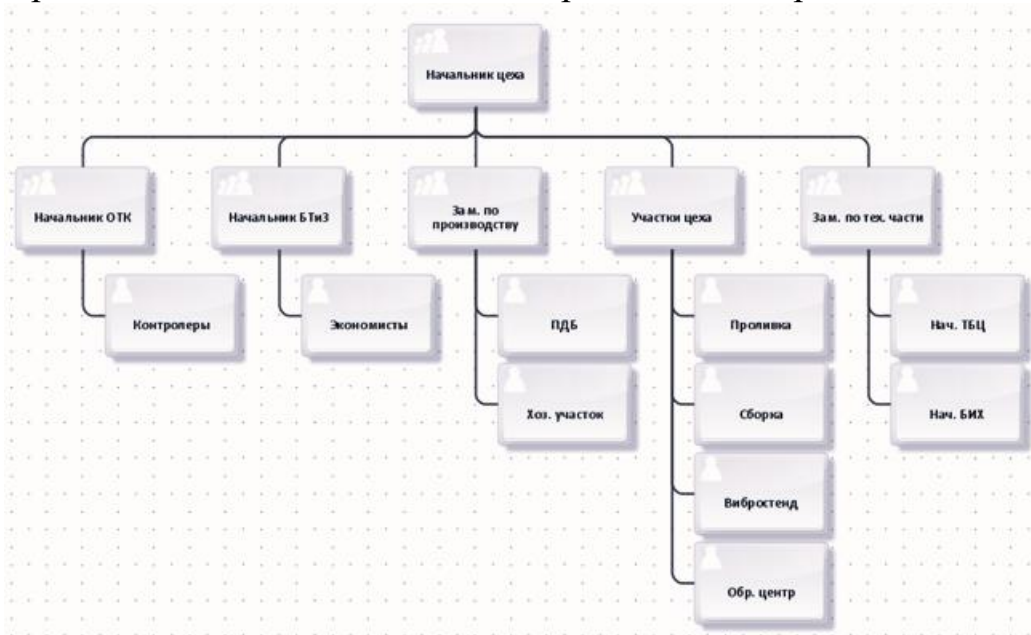


Рис. 2. Организационная модель детали «Кольцо»

Для построения модели данных детали используется модель типа «Модель технических терминов». В качестве переменных состояния применяются технические, экономические, информационные, технологические и социальные переменные. Каждой переменной присваивается ряд данных, соответствующих данной области. Пример модели данных детали «Кольцо» приведен на рис. 3.

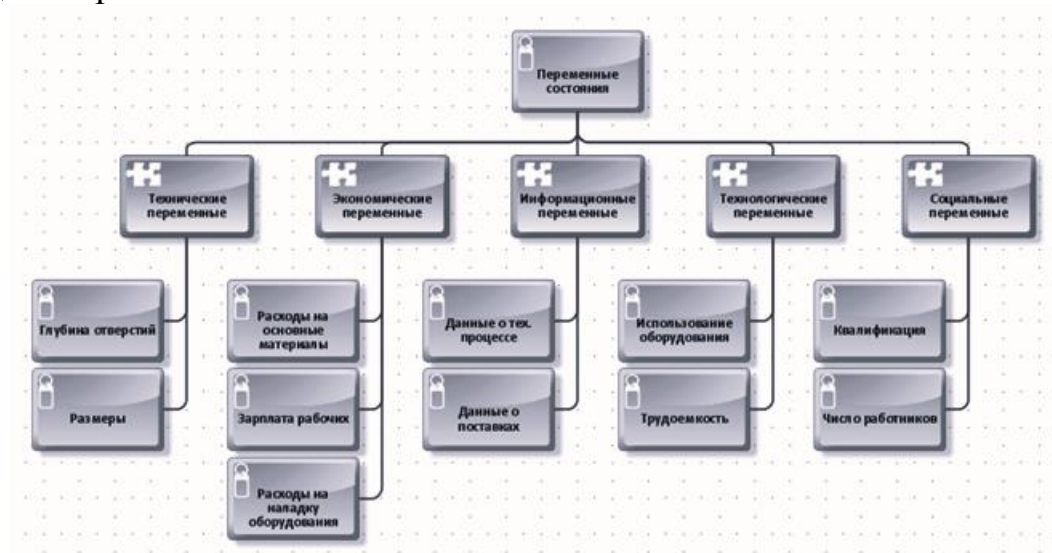


Рис. 3. Модель данных детали «Кольцо»

Построение модели управления осуществляется с помощью «Блок-схемы программы». В качестве объекта выступает технологический процесс изготовления детали «Кольцо». Также рассматриваются необходимая

документация и исполнители операций на различных этапах процесса изготовления. Пример модели управления детали «Кольцо» представлен на рис. 4.

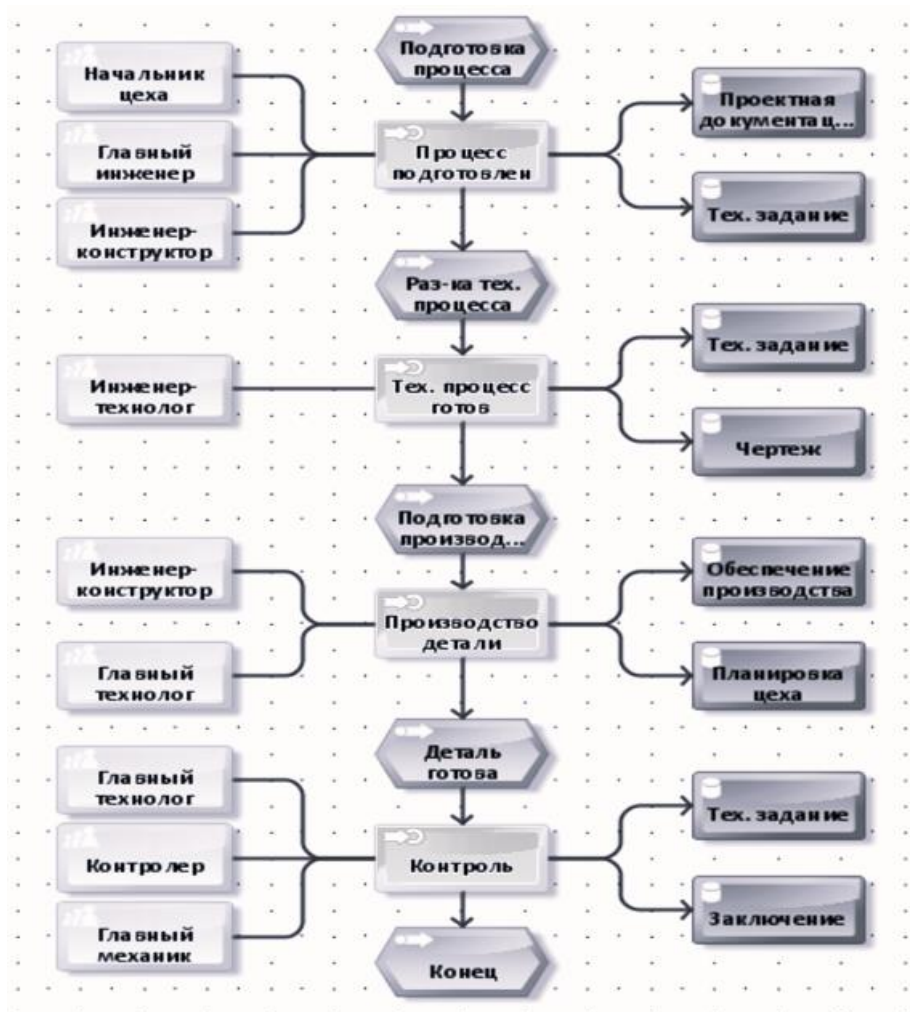


Рис. 4. Модель управления детали «Кольцо»

Таким образом, была рассмотрена методология ARIS, изучены ее основные возможности на примере создания информационных моделей процесса изготовления детали «Кольцо».

### Библиографический список

1. Морозова, В.И., Врублевский, К.Э. Моделирование бизнес-процессов с использованием методологии ARIS: учебно-методическое пособие. – М.: РУТ (МИИТ), 2017.
2. Производственная практика: учебное пособие / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: РИК УГАТУ, 2018.
3. Репин, В., Маклаков, С. ARIS Toolset/BRwin: выбор за аналитиком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.compress.ru/Temp/2878/index.htm>.

© Гайфуллина Д.Р., 2023

В.Р. ДОЦЕНКО, А.А. КУЗНЕЦОВА

*asigary809@yandex.ru, dejmurmur@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.П. ПРОКОПЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ЦЕНТРА ТЯЖЕСТИ ГРУЗОПОТОКОВ ДЛЯ НАХОЖДЕНИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО СКЛАДА ОА «УМКК»**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены поставщики предприятия АО «УМКК», их расстояние до предприятия и средний грузопоток. В процессе работы был применен метод центра тяжести грузопотоков, определен населенный пункт для расположения распределительного склада.

*Ключевые слова:* распределительный склад; поставщики; центр тяжести; грузопоток.

ОА «Уфимский мясоконсервный комбинат» – стратегически важный производитель мясной продукции в Республике Башкортостан. Предприятие основано еще в 1940 году. Сегодня это крупнейший мясоперерабатывающий комплекс региона, который выпускает порядка 350 наименований продукции. Объем производства – свыше 10 тыс. тонн в год [1].

Самые популярные товарные позиции под брендом «УМКК» – традиционные вареные («Докторская», «Молочная» и т. д.), популярные полукопченые и варено-копченые колбасы, сосиски и сардельки, замороженные полуфабрикаты и консервы.

Для производства продукции необходимо сырье и материалы, которые приходится доставлять из различных точек России. Каждый поставщик осуществляет поставку до предприятия отдельно и независимо от количества поставляемых материалов. Создание распределительного склада между предприятиями позволит сэкономить на доставке, за счет доставки разных категорий сырья одной партией с общего склада вместо оплаты затрат на нее от каждого поставщика отдельно и позволит проверять поставляемое сырье еще до попадания его на склад предприятия.

Под распределительным складом понимается центр, в котором товар, привезенный с производства, расформировывается в торговый ассортимент. Склады такого типа используются для фасовки, упаковки, маркировки товаров. Товары на таких складах не хранятся. Распределительные склады обеспечивают как оптовых, так и розничных потребителей: полученная продукция отпускается со склада небольшими партиями по месту назначения.

Для определения места расположения распределительного склада необходим список основных поставщиков, который представлен в табл. 1.



## Основные поставщики предприятия

Поставщик	Вес поставки, кг
А. СПАЙС ООО	1 350
АВРОРА ООО	81 980
АГРО ИНВЕСТ ООО	57 008
АГРО-БЕЛОГОРЬЕ ТД ООО	35 888
АГРОКАПИТАЛ-М ООО	34 202
АГРОФИРМА АРИАНТ ООО	452 303
АРТФЛЕКС ООО	5 008
БЕЛКОЗИН ЛУЖСКИЙ ЗАВОД ООО	42 517
БИОСИСТЕМА ООО	7 745
ВАКУМПАК ТД ООО	11 115
ГОФРОМАСТЕР КОМПАНИЯ ООО	98 618
ГОФРОПАК ООО	216 984
ГРУППА КОМПАНИЙ ПТИ ООО	7 295
ЗОРИНСКОЕ МП ООО	2 265
ИММЕРОЙЛ ООО	25 530
КМПЗ ООО	390 011
КОМБИНАТ ПИЩЕВОЙ ХОРОШИЙ ВКУС АО	249 737
КОНСТАНТА - Т ООО	67 054
КРИСТ И КО ООО	216 251
КУДРЯШОВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ ООО	94 466
КУПРИЯНОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА ИП	115545
ЛМЛ И КО ООО	38 894
ЛОГО ТРЕЙД ООО	106 226
МК БОГДАНОВСКИЙ ООО	19 789
МПК БОГДАНОВСКИЙ ООО	58 964
МПК ПОЛЯНСКОЕ ООО	18 627
МЯСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ ООО	79 679
ОМСКИЙ БЕКОН АО, КАЛАЧИНСК Г	97 502
ПАК-КЕЙСИНГ ООО	188 946
ПАРТНЕР ТК ООО	55 518
ПРОДО КОММЕРЦ ООО	112 006
ПРОДО ТРЕЙД ООО	168 005
ПРОМАРТ ООО	89 557
ПФ КАЛУЖСКАЯ ПРОДО АО	1 497 695
ПФ ПЕРМСКАЯ ПРОДО АО	459 755

Продолжение табл. 1

Поставщик	Вес поставки, кг
ПФ СИБИРСКАЯ ПРОДО АО	327 178
РУБИН ТД ООО	11 000
РУНА ООО	10 000
РУССКИЙ ВКУС КОМПАНИЯ ООО	40 000
САН ЛОДЖИСТИК ООО	8 000
СИБИРСКАЯ АГРАРНАЯ ГРУППА МП АО	76 117
СОЛЬОПТТОРГ ООО	40 000
ТК САНТ ООО	216 523
УПАКОВКА И СЕРВИС ООО	2 988
УРАЛЬСКИЙ ФЕРМЕР ООО	19 410
ФЛЕКСОСТАР ООО	324 218
ФУДТЕХ ООО	7 760
ЭДВАНТА ООО	34 105
ЭДЕЛЬВЕЙС ООО	22 116
ЭЛИТГРУПП КОМПАНИЯ ООО	102 116
ЯКШИНО МК ООО	158 582

На основе данных, полученных в сервисе Яндекс карты [2], определим координаты на плоскости (табл. 2).

Таблица 2

Координаты городов (фрагмент)

№	Поставщик	Широта	Долгота
1	А. СПАЙС ООО	55,75	37,62
2	АВРОРА ООО	58,01	56,25
3	АГРО ИНВЕСТ ООО	51,73	36,19
4	АГРО-БЕЛОГОРЬЕ ТД ООО	50,59	36,59
5	АГРОКАПИТАЛ-М ООО	55,75	37,62
6	АГРОФИРМА АРИАНТ ООО	55,15	61,43
7	АРТФЛЕКС ООО	59,94	30,32
8	БЕЛКОЗИН ЛУЖСКИЙ ЗАВОД ООО	59,94	30,32
9	БИОСИСТЕМА ООО	59,94	30,32
10	ВАКУМПАК ТД ООО	55,75	37,62
11	ГОФРОМАСТЕР КОМПАНИЯ ООО	55,04	82,94
12	ГОФРОПАК ООО	51,67	39,18
...	...	...	...
51	ЯКШИНО МК ООО	55,75	37,62

С помощью метода центра тяжести грузопотоков определим месторасположение потенциального склада для получателей.

Координаты склада определим по следующим формулам [3]:

$$X_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n \Gamma_i \cdot X_i}{\sum_{i=1}^n \Gamma_i}, \quad (1)$$

где  $\Gamma_i$  – грузооборот  $i$ -го потребителя;

$X_i$  – координаты  $i$ -потребителя;

$n$  – количество потребителей.

$$Y_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n \Gamma_i \cdot Y_i}{\sum_{i=1}^n \Gamma_i}, \quad (2)$$

где  $Y_i$  – координаты  $i$ -потребителя.

Пользуясь формулами (1) и (2), найдем координаты склада:

$X_{\text{Склад}}$

$$= (55,75 \cdot 1350 + 58,01 \cdot 81980 + 51,73 \cdot 57007 + 50,59 \cdot 35888 + 55,75 \cdot 34202 + 55,15 \cdot 452303 + 59,94 \cdot 5008 + 59,94 \cdot 52517 \dots + 55,75 \cdot 158582) / (1350 + 81980 + 57007 + 35888 + 34202 + 452303 + 5008 + 42517 + 7745 + 11115 + 98618 + 216984 + 7295 + 2265 + 25530 + 390011 + 249737 + 67054 + 216251 + 94466 + \dots + 158582) = 55,61^\circ$$

$Y_{\text{Склад}}$

$$= (37,62 \cdot 1350 + 56,25 \cdot 81980 + 36,19 \cdot 57007 + 37,62 \cdot 35888 + 37,62 \cdot 34202 + 37,62 \cdot 452303 + 30,32 \cdot 5008 + 30,32 \cdot 42517 + 30,32 \cdot 7745 + 37,62 \cdot 11115 + 82,94 \cdot 98618 + 39,18 \cdot 216984 + 37,73 \cdot 7295 + 46,00 \cdot 2265 + 37,52 \cdot 25530 + 36,19 \cdot 390011 + 60,61 \cdot 249737 + 37,82 \cdot 67054 + 37,62 \cdot 216251 + 82,94 \cdot 94466 + \dots + 37,62 \cdot 158582) / (1350 + 81980 + 57007 + 35888 + 34202 + 452303 + 5008 + 42517 + 7745 + 11115 + 98618 + 216984 + 7295 + 2265 + 25530 + 390011 + 249737 + 67054 + 216251 + 94466 + \dots + 158582) = 46,26^\circ$$

Значит, потенциальный склад имеет следующие координаты (55,61;46,26).

На основе данных из табл. 2, построим график расположения городов и разместим на координатной плоскости расчетную точку под названием Склад (рис. 1).

## Поставщики и склад

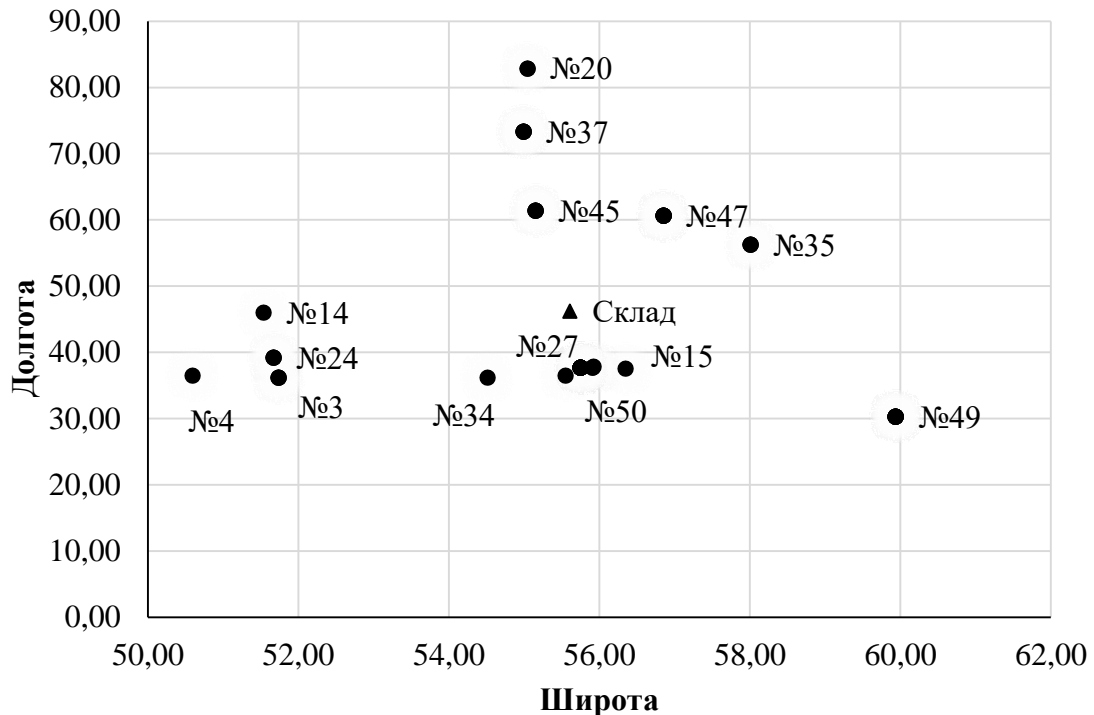


Рис. 1. Месторасположение распределительного склада

Необходимо также учесть, что расположить склад просто посреди «пустого поля» не целесообразно, так как для хранения мясного сырья существует потребность в помещении с морозильными камерами, которые соответствуют всем санитарным нормам, для основных и вспомогательных материалов же еще нужно помещение с постоянным уровнем влажности и температуры. Исходя из этого, склад нуждается в оборудовании, которое можно разделить, в целом, на три группы:

1. Для хранения – это стеллажи, поддоны, ящики, шкафы и т. д.
2. Для подъема грузов – это может быть погрузчик, штабелер, используют и другие приспособления.
3. Для перемещения грузов – это тележки, различные роликовые системы, также можно отнести погрузчик.

И, конечно, не стоит забывать про дополнительные мелочи, для возможности грамотного учета поступившей и отгруженной продукции, видеокamеры и пункты пропусков для охраны объекта, мебель для бытовых потребностей персонала и т. д.

Исходя из перечисленных требований, необходим населенный пункт с возможностью удовлетворить потребность склада в оборудовании, кадрах и хорошими транспортными узлами.

Для чего снова воспользуемся картами и определим ближайшее место с уже имеющейся инфраструктурой (рис. 2).

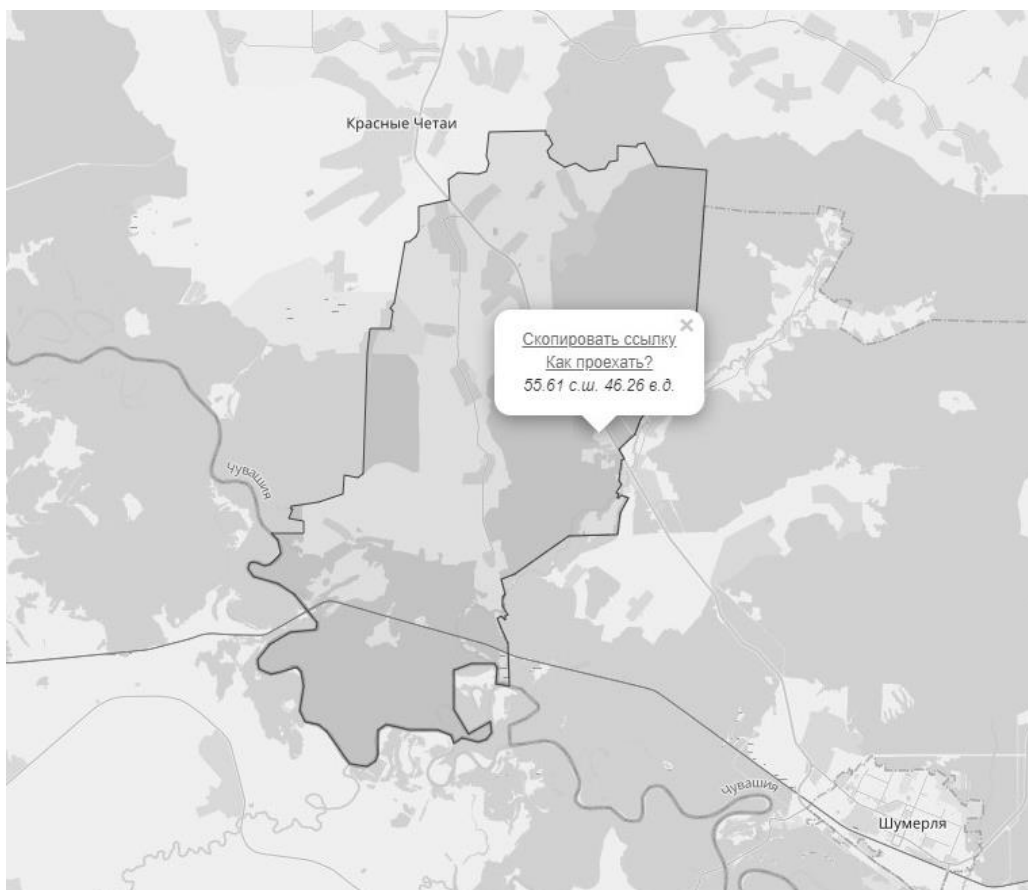


Рис. 2. Месторасположение распределительного склада на карте

Как видно на карте, ближайшими населенными пунктами являются село Красные Четаи и город Шумерля. При этом Шумерля выгодно отличается проходящей железной дорогой и пересечением трех шоссе.

Таким образом, правильное расположение распределительного центра позволяет оптимизировать доставку, сортировку и хранение товаров. Так как город Шумерля обладает удовлетворительной инфраструктурой, поэтому потенциальный склад будет расположен в нем.

### Библиографический список

1. Официальный сайт Уфимского мясоконсервного комбината [Электронный ресурс]. – <https://myasokombinat.ru/company/ufimskij-myasokonservnyij-kombinat>
2. Яндекс карты. [Электронный ресурс]. – <https://yandex.ru/maps>.
3. Кузнецова, Н.П. Логистика инновационной деятельности: учебное пособие / Н. П. Кузнецова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2018. – 101 с.

© Доценко В.Р., Кузнецова А.А., 2023

УДК 658.512.24

К.А. КАМАЛИЕВА  
*kamalieva02@inbox.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.П. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОКРАЩЕНИЕ ЦИКЛА ПРОИЗВОДСТВА ДЕТАЛИ «РЕССОРА» НА ПАО «ОДК-УМПО»**

*Аннотация:* данная статья посвящена описанию и оптимизации процесса производства детали «Рессора» на предприятии ПАО «ОДК-УМПО».

*Ключевые слова:* производственный цикл; виды движения; цепь поставок.

В целях усовершенствования процесса производства детали «Рессора» на ПАО «ОДК-УМПО» следует ознакомиться с особенностями движения детали по предприятию, рассмотреть внутренние и внешние интеграции, а также изучить виды движения детали и определить оптимальный.

Под производственным циклом понимают период пребывания предметов труда в процессе производства с начала изготовления до выпуска готового продукта [1].

В наше время от длительности производственного цикла зависит эффективность деятельности машиностроительного предприятия, а также от управленческих решений, которые связаны с мероприятиями по его сокращению, что оказывает положительное влияние на технико-экономические показатели [2].

Материальный поток во время движения (последовательного, параллельного и параллельно-последовательного) является важной характеристикой для длительности производственного цикла.

Внутренняя интеграция цепи поставок – это бизнес-процессы в рамках одного предприятия. Ее цель – гармонизация процессов в системе логистики предприятия для формирования подсистемы управления взаимоотношениями между посредниками в прямой, расширенной или максимальной цепочке поставок. Внутренняя интеграция основана на кросс-функциональной координации между направлениями логистики предприятия, что позволяет решать задачи предприятия и отслеживать их в масштабе элементов логистической системы.

Под внешней интеграцией понимается способ, под которым предприятие связано с внешней средой [3].

Внешняя интеграция позволяет преодолеть многие негативные моменты, которые возникают при разобщенной деятельности звеньев цепи поставок. Такие как чрезмерное увеличение производственных затрат и накладных

расходов, ухудшение качества товара, увеличение расходов на логистику. Схема внутренней и внешней интеграций цепи поставок приведена на рис. 1.

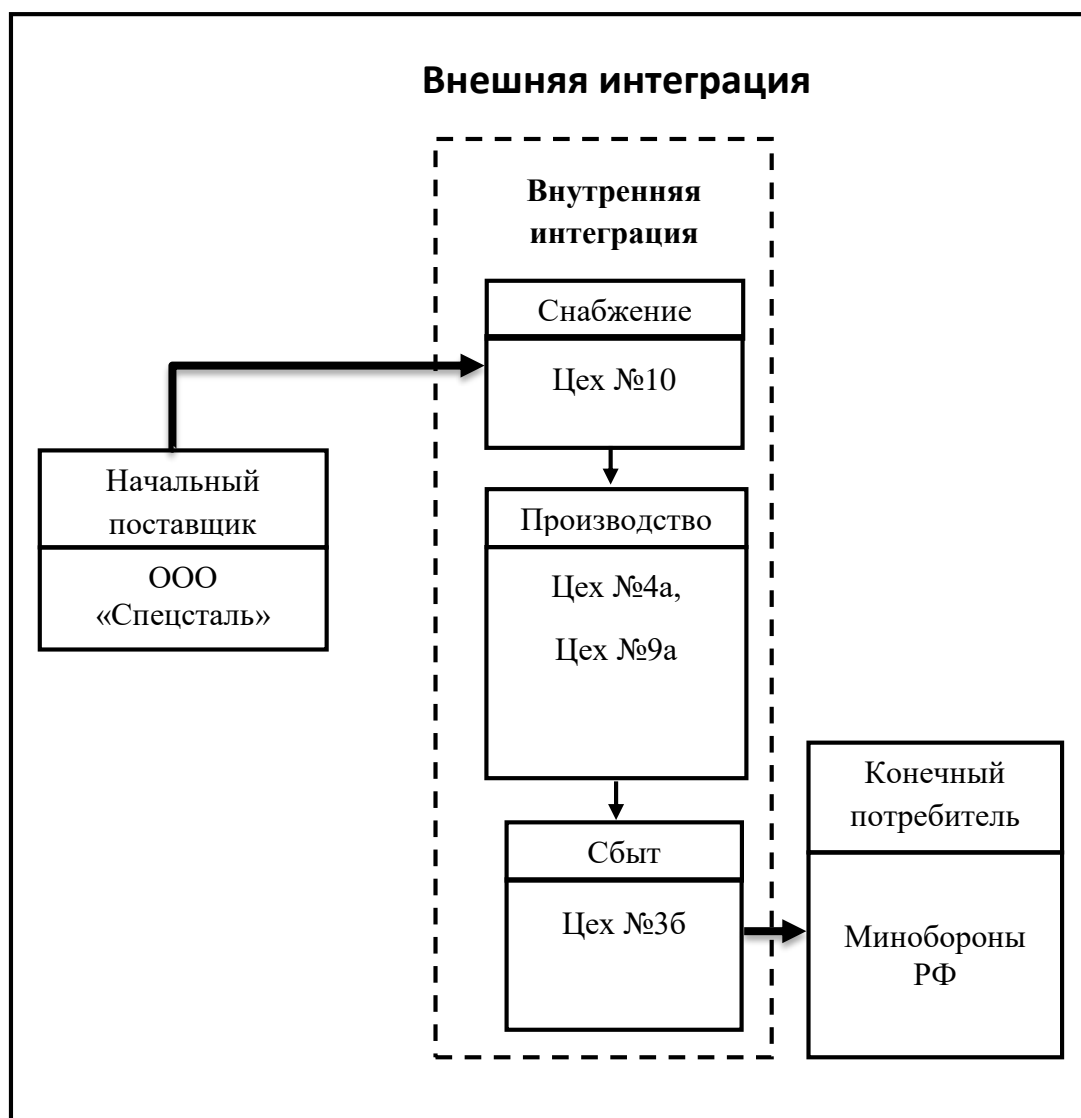


Рис. 1. Схема внутренней и внешней интеграций цепей поставок

Для изготовления деталей контрагент ООО «Спецсталь» поставляет материал в виде прутков длиной 85 мм, диаметром 17 мм и весом 0,118 кг, сделанных из стали 16ХЗНВФМБ -Ш. Они поступают на склад в цех № 10, после этого они направляются в цех № 4а. Операции химической обработки производятся в цехе № 9а. Затем деталь отправляется на склад в цех № 3б.

Рассмотрим движение детали в трех разных видах.

Деталь рессоры производится за пять крупных операций, делящихся в свою очередь на несколько более мелких.

Была рассмотрена и определена длительность технологического цикла трех видов движения детали.

При последовательном виде движения расчет произведен по формуле (1):

$$T_{\text{посл}} = n \cdot (t_{\text{шт1}} + t_{\text{шт2}} + t_{\text{шт3}} + t_{\text{шт4}}) \quad (1)$$

где  $T_{\text{посл}}$  – длительность технологического цикла при последовательном виде движения;

$t_{umi}$  – норма времени в операции технологического процесса;

$n$  – количество деталей в партии.

$$T_{\text{посл}} = 4 \cdot (6 + 12 + 20 + 16 + 8) = 248 \text{ мин}$$

Длительность технологического цикла при последовательном виде движения деталей представлена на рис. 2.

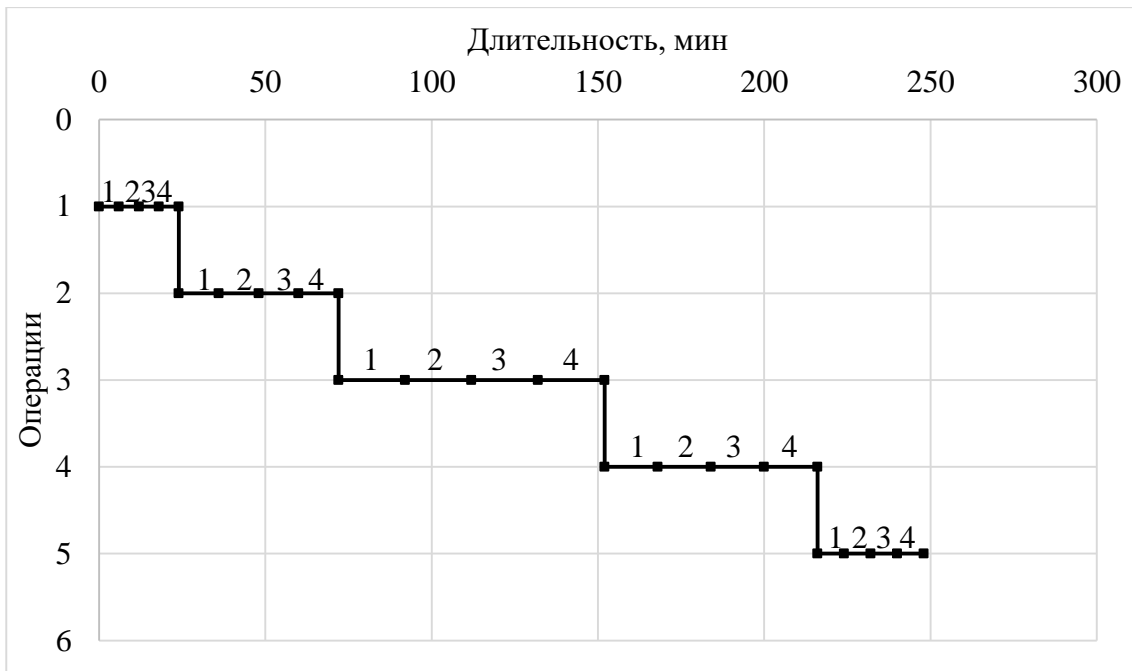


Рис. 2. Длительность технологического цикла при последовательном виде движения деталей

При параллельном виде движения расчет произведен по формуле (2):

$$T_{\text{пар}} = p \cdot \sum_{i=1}^m \frac{t_i}{c_i} + (n - p) \cdot \frac{t_i}{c_i} \max \quad (2)$$

где  $T_{\text{пар}}$  – длительность технологического цикла при параллельном виде движения;

$t_i$  – время выполнения операции;

$c_i$  – количество рабочих мест на операции;

$p$  – количество деталей в транспортной партии.

$$T_{\text{пар}} = 1 \cdot \sum_{i=1}^5 \frac{6}{1} + \frac{12}{1} + \frac{20}{1} + \frac{16}{1} + \frac{8}{1} + (4 - 1) \cdot \frac{20}{1} = 122 \text{ мин}$$



Длительность технологического цикла при параллельном виде движения деталей представлена на рис. 3.

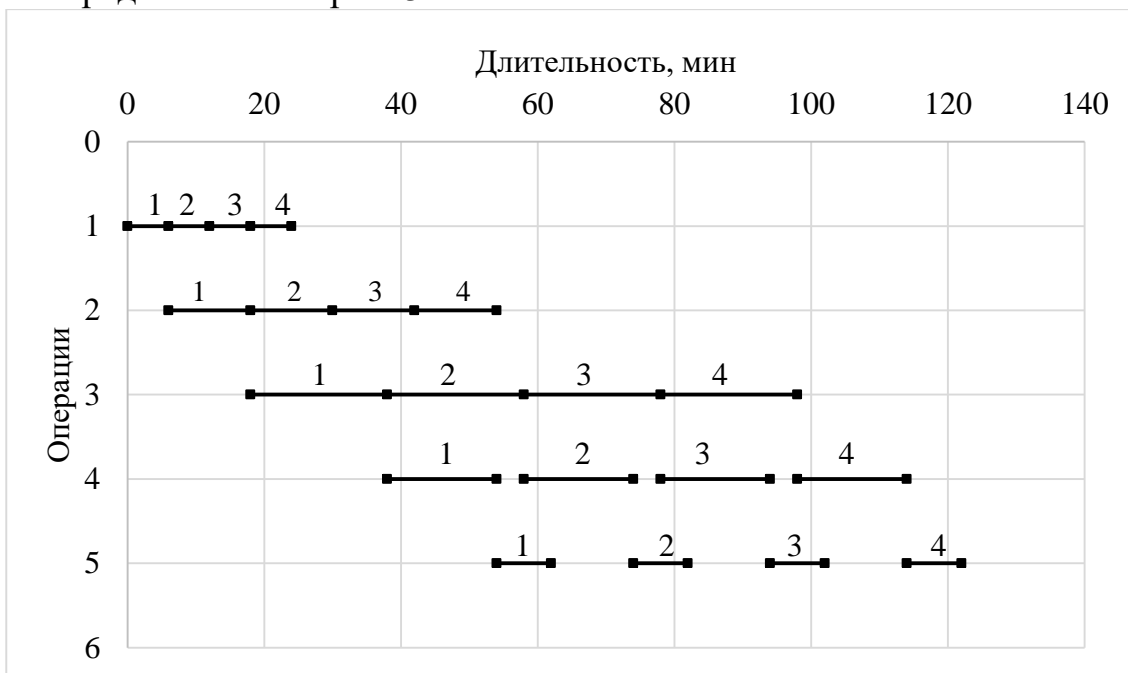


Рис. 3. Длительность технологического цикла при параллельном виде движения деталей

При параллельно-последовательном виде движения расчет произведен по формулам (3) и (4):

$$T_{\text{цикл}}^{\text{техн}} = \sum_{i=1}^m t_{\text{ум}i} + t_{\text{кон}} \cdot (n - 1) + \sum s \quad (3)$$

где  $t_{\text{кон}}$  – время последней операции;

$T_{\text{цикл}}^{\text{техн}}$  – длительность технологического цикла при последовательном виде движения;

$t_{\text{ум}i}$  – норма времени в операции технологического процесса;

$n$  – количество деталей в партии;

$s$  – цикл операции с максимальной продолжительностью.

$$s = (n - 1) \cdot (t_{\text{наиб}} - t_{\text{наим}}) \quad (4)$$

где  $t_{\text{наиб}}$  – время наиболее длительной операции;

$t_{\text{наим}}$  – время наименее длительной операции.

$$s = (4 - 1) \cdot (20 - 6) = 42 \text{ мин}$$

$$T_{\text{цикл}}^{\text{техн}} = 62 + 8 \cdot (4 - 1) + 42 = 128 \text{ мин}$$

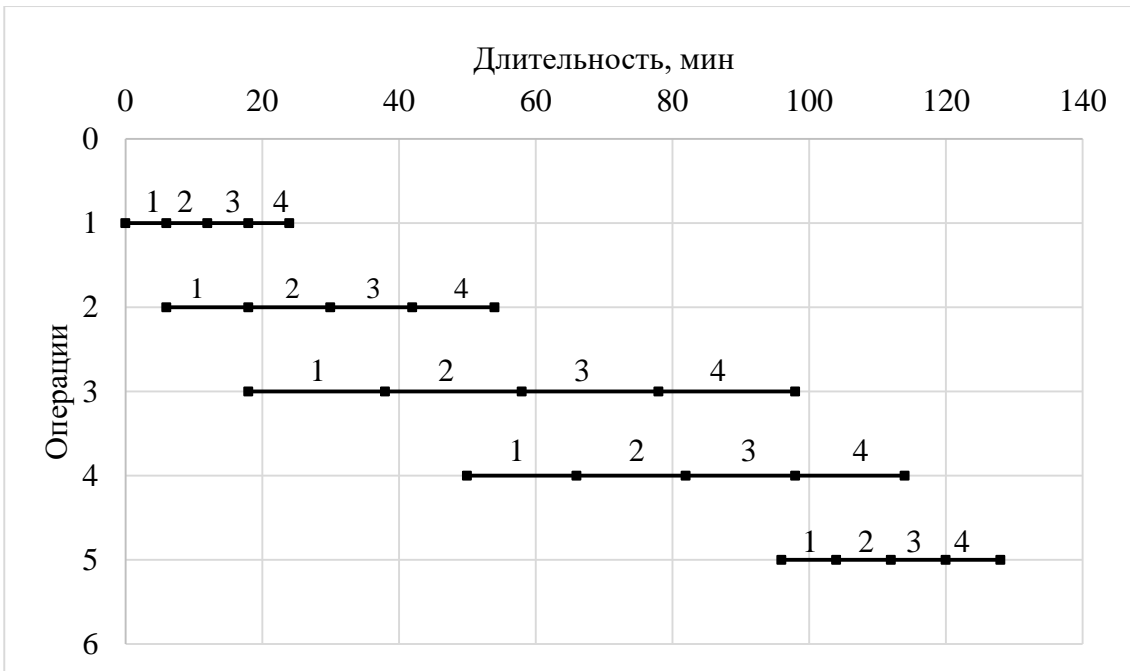


Рис. 4. Длительность технологического цикла при параллельно-последовательном движении деталей

Для того чтобы усовершенствовать производство, был внедрен токарный станок с ЧПУ. Также проведен расчет длительности технологического цикла по формулам (3) и (4).

$$s = (4 - 1) \cdot (16 - 6) = 30 \text{ мин}$$

$$T_{\text{цикл}}^{\text{техн}} = 50 + 8 \cdot (4 - 1) + 30 = 104 \text{ мин}$$

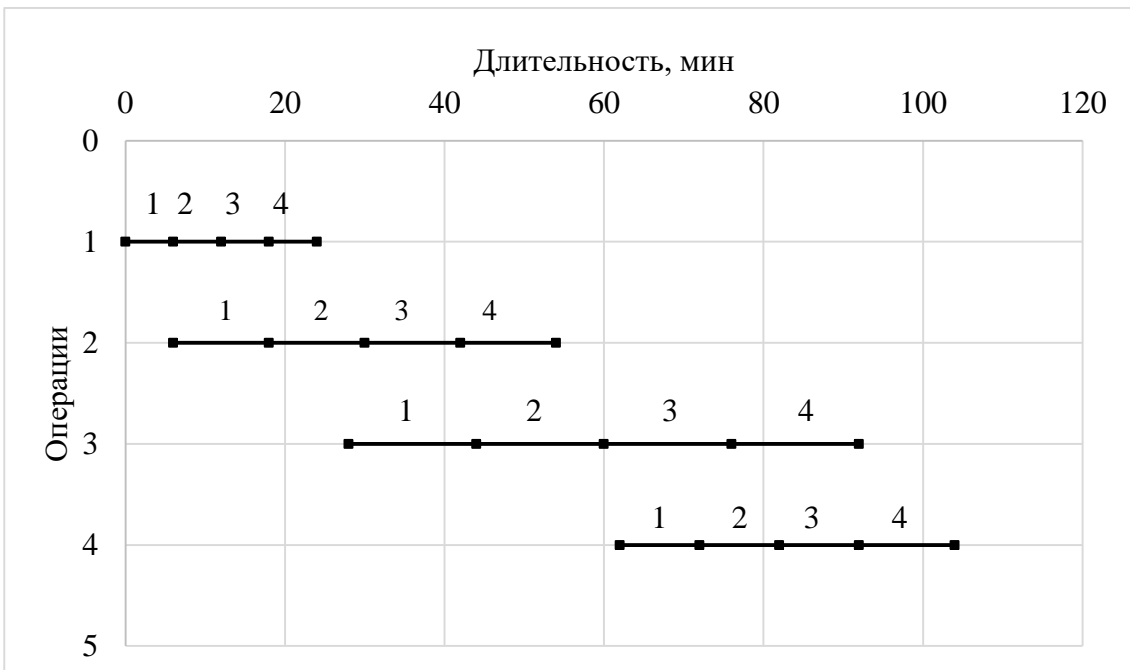


Рис. 5. Длительность технологического цикла при параллельно-последовательном движении деталей

Можно сделать вывод о том, что наиболее выигрышным в плане времени будет технологический цикл при внедрении станка с ЧПУ.

Таким образом, это поможет оптимизировать время и улучшить производственные факторы. Применение станков с ЧПУ позволяет уменьшить время выполнения заказа, повысить качество изделий, минимизировать брак и принимать оптимальные решения на производстве. Изучив все виды движения, пришли к выводу о том, что наиболее выигрышным будет являться движение детали по предприятию после внедрения станка с ЧПУ.

Рассмотрев внутреннюю и внешнюю интеграции, можно сказать о том, что благодаря правильно построенной структуре интеграций, предприятия могут улучшить свою цепочку поставок и, таким образом, оптимально удовлетворить постоянно растущие потребности конечных пользователей.

### **Библиографический список**

1. Производственный цикл: сущность и формы измерения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studopedia.ru/11\\_16723\\_proizvodstvennyi-tsikl-sushchnost-i-formi-izmereniya.html](https://studopedia.ru/11_16723_proizvodstvennyi-tsikl-sushchnost-i-formi-izmereniya.html).

2. Баянова, А.А. Пути сокращения длительности производственного цикла производства шестерни коробки двигательных агрегатов / А. А. Баянова, Н. П. Кузнецова // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Материалы XX Международной научной конференции, Уфа, 08–10 октября 2020 года. – Уфа: Уфимский государственный авиационный технический университет, 2020. – С. 313–315.

3. Мосина, Е.А. Интеграция предприятий в региональной экономике // Научные исследования: от теории к практике. – 2019. – Т. 2. – № 4 (5). – С. 186–187.

© Камалиева К.А., 2023

Е.М. КУКЛИНА

*perpl.lizusha@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.Б. КРУПИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА В РАБОТУ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО НПФ «ГКС»**

*Аннотация:* в данной статье обозначена актуальность внедрения программных продуктов для увеличения эффективности деятельности предприятия, проведен обзор литературы как российских, так и иностранных источников, этапы внедрения данного вида решений.

*Ключевые слова:* CRM-система, бизнес-процессы, автоматизация процессов, логистическое предприятие.

В настоящее время с развитием информационных технологий расширяются возможности для результативного и эффективного управления теми или иными процессами предприятия. Необходимость в автоматизации процессов исходит из наличия и развития взаимоотношений между различными субъектами бизнес-процессов организации. Благодаря программным продуктам представляется возможным создание целостной интегрированной системы, позволяющей вести историю документов, управлять взаимоотношениями структур, улучшая работу как с контрагентами, так с сотрудниками внутри организации, повышая общую эффективность предприятия.

Проведем обзор российской литературы и изучим взгляды различных авторов на проблему.

В учебнике «Цифровая логистика» Афанасенко И. Д и Борисовой В. В. отмечено, что наряду с формированием цифровой экономики в России, начинается свое развитие и цифровая логистика, которая появляется в новом институциональном измерении, развивается по новым правилам и законам, требующие изучения. Цифровая трансформация функциональных областей логистики – это целостный управляемый процесс [1].

Авторами отмечено, что на сегодняшний момент в логистических компаниях особое внимание отводится цифровым технологиям в управлении материальными, информационными, финансовыми и сервисными потоками. Авторами выделены вызовы, которые следует принять логистическим компаниям, среди них:

1) готовность к инновациям и построению логистических систем опережающего развития;

2) перевод операционных моделей деятельности логистического предприятия в цифровой формат, что позволит сократить затраты, связанные с его деятельностью путем оптимизации процессов.

В учебнике О. И. Долгановой, Е. В. Виноградовой, А. М. Лобановой [2] представлена современная система взглядов на управление организацией. Описаны подходы как к анализу деятельности организации в целом, включая методику проведения системного анализа и построение восьмипроцессной модели предприятия, так и подходы к моделированию отдельных бизнес-процессов, включая метод структурного анализа, а также методологию IDEF0, IDEF3, IDEF1X.

«В рамках восьмипроцессной модели предприятия, выделяют следующие объекты управления и соответствующие им процессы:

- 1) бизнес-система (бизнес-процессы, стратегия развития) – выработка согласованных принципов деятельности;
- 2) персонал – воспроизводство трудовых ресурсов;
- 3) ресурсы – материально-техническое обеспечение;
- 4) продукт – разработка и модификация продуктов;
- 5) технология – воспроизводство средств производства;
- 6) клиент – продвижение и продажи;
- 7) производственный цикл – производство продукции;
- 8) финансы – финансирование деятельности и расчеты по обязательствам» [2].

Таким образом, научно обоснованный подход к организации бизнес-процессов, позволяет иметь четкое представление о работе предприятия, выявить имеющиеся проблемы и спрогнозировать будущее развитие предприятия.

В книге «Управление продажами и взаимоотношением с клиентами» А. В. Кудинов, основываясь на российском и мировом опыте внедрения и использования CRM-решений, дает ответы на ряд ключевых вопросов о методиках построения клиентоориентированной компании [3]. Основные инструменты, которые включает в себя технология управления отношения с клиентами (CRM):

- сбор в единую клиентскую базу всей накопленной о клиентах информации;
- сбор истории взаимоотношений с клиентами, агентами, партнерами, поставщиками;
- обмен информацией между филиалами, подразделениями и сотрудниками;
- автоматизация последовательности работ в виде визуальных маршрутных карт бизнес-процессов (BPM) и интеграция их в рабочую среду;
- получение аналитических отчетов и выгрузка в BI-систему;
- планирование и прогнозирование продаж [3].

Таким образом, CRM-системы позволят воедино свести данные и на их основе осуществить хранение информации, обмен ею, анализ и прогнозирование деятельности предприятия.

Далее проведем обзор зарубежных источников литературы.

В статье *A Review of Further Directions for Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning in Smart Logistics* авторами Manuel Woschank, Erwin Rauch, Helmut Zsifkovits [6] рассмотрены дальнейшие направления в области искусственного интеллекта, машинного обучения и глубокого обучения в интеллектуальной логистике. Говорится, что четвертая промышленная революция (Индустрия 4.0) включает в себя набор концепций и технологий, которые следует использовать для повышения конкурентоспособности предприятий путем обращения к концепциям взаимосвязанности, цифровизации и автоматизации. В этом контексте интеллектуальная логистика будет нацелена на успешное внедрение интеллектуальных и бережливых цепочек поставок, основанных на гибких сетях сотрудничества. Кроме того, обмен информацией будет осуществляться за счет использования современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), сетей передачи данных, а также технологий автоматической идентификации и отслеживания материалов. Авторы отмечают, что применение данных технологий все еще находится на ранней стадии разработки, поэтому важно интегрировать различные области исследований, такие как информационные технологии, логистику, математику и статистику, в будущие исследовательские проекты.

Авторы Enhou Zu, Ming-Hung Shu, Jui-Chan Huang, Bi-Min Hsu, Chien-Ming Hu в статье *Management Problems of Modern Logistics Information System Based on Data Mining* [5] рассматривают проблемы управления современной логистической системой на основе интеллектуального анализа данных. Отмечено, что современная логистическая система представляет собой сложную систему, включающую транспортировку, складирование, распределение, обработку, упаковку и логистическую переработку и так далее. Информационный поток огромен и затрудняет компаниям точный и эффективный сбор и обработку этих данных, поэтому лицам, принимающим решения, трудно принимать быстрые и точные решения, контролировать логистический процесс и снижать логистические затраты на весь процесс, поэтому требуется интегрированная информационная система с интеллектуальным анализом данных. Предлагаемая в данной работе такого рода система предполагает 4 главные составляющие: технологию нейронных сетей, генетический алгоритм, технологию дерева решений и технологию приблизительного набора. Таким образом, технология интеллектуального анализа данных будет играть очень важную вспомогательную роль в системе поддержки принятия решений логистических предприятий.

В статье авторов Gafforov M., Gulomov F. «Warehouse problems in logistics. Systems and their digital solutions» [4] рассмотрены проблемы в складской логистике и их решения, в том числе цифровые. Отмечено, что эффективное управление складом обеспечивает эффективный поток продуктов через

систему, что позволяет организовать надежную цепочку поставок без различных затрат. Перечислены рекомендуемые действия по улучшению работы склада, включая: внедрение программы электронного уведомления, постоянное проведение циклов инвентаризации, использование технологии кросс-докинга, внедрение автоматизированной системы управления запасами, составление оптимальной планировки склада, внедрение автоматизированных систем поиска оптимального маршрута доставки.

Таким образом, проанализировав российские и иностранные источники, можно заметить, что за рубежом акцент стоит на внедрение искусственного интеллекта в процессы логистики – системы, способной проводить сбор данных, их обработку, и на основе анализа принимать соответствующие решения, что позволит избежать затрат, которые характеризуются человеческим фактором, тем самым повысив показатели деятельности компании.

Компании, планирующей вести свою деятельность на базе программного продукта, необходимо провести анализ предметной области. В данном случае будет использоваться социофизическое моделирование объекта и анализ пяти его аспектов: физического, технологического, технического, экономического, информационного.

Рассмотрим данный метод на примере ООО НПФ «ГКС». Данное предприятие является поставщиком контрольно-измерительных приборов для предприятий Группы «Газпром», это и будет являться объектом исследования. Стоит отметить, что на предприятии отсутствует продукт, автоматизирующий бизнес-процессы компании.

На рисунке отражено социофизическое представление объекта (рис. 1) с точки зрения физического, технологического, технического, информационного и экономического аспектов.

Ниже представлены задачи, требуемые для реализации цели, связанной с созданием и управлением системой управления жизненным циклом объекта и методы (рис. 2, рис. 3).

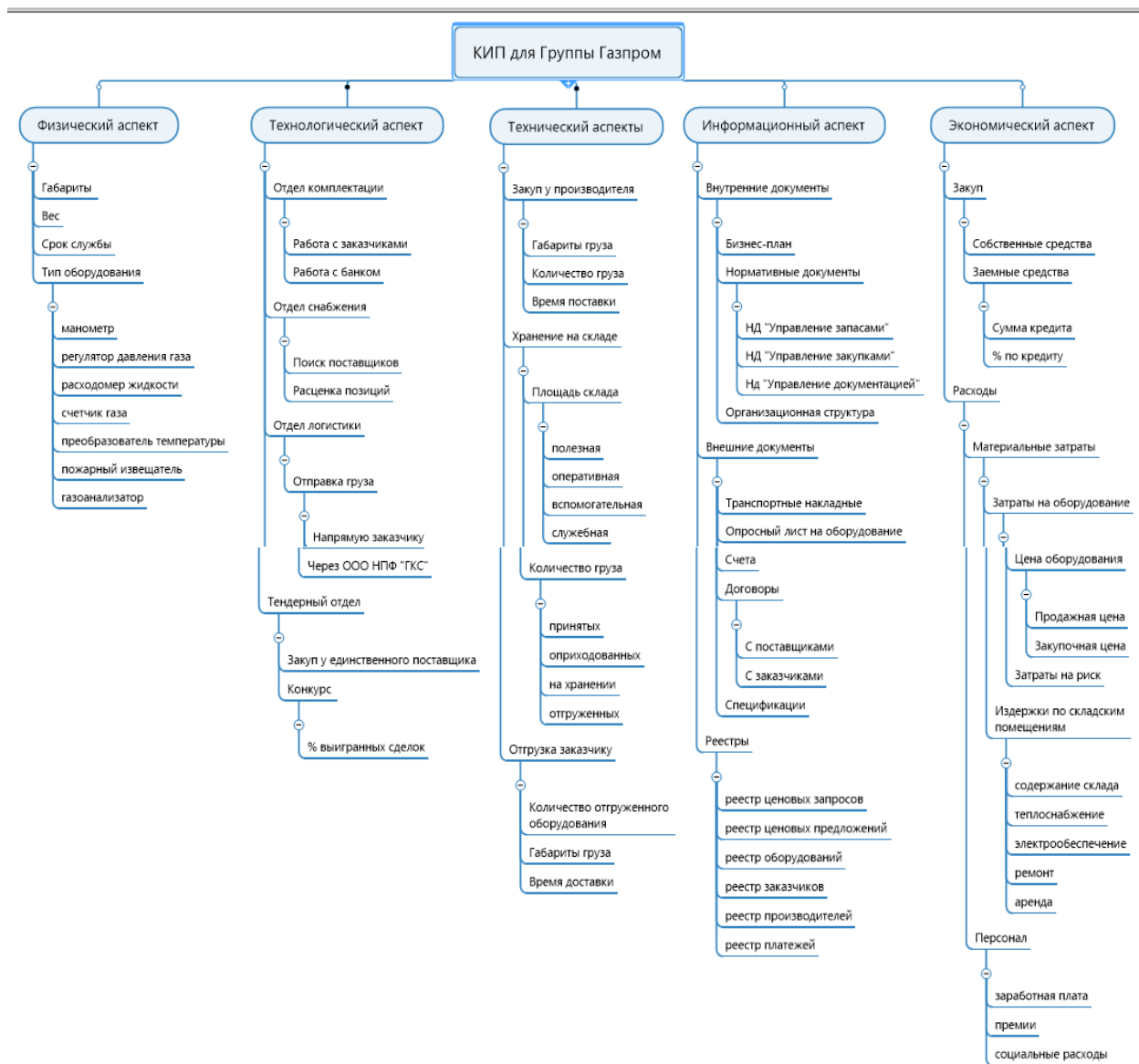


Рис. 1. Социофизическое представление объекта



Рис. 2. Задачи системы управления жизненным циклом объекта



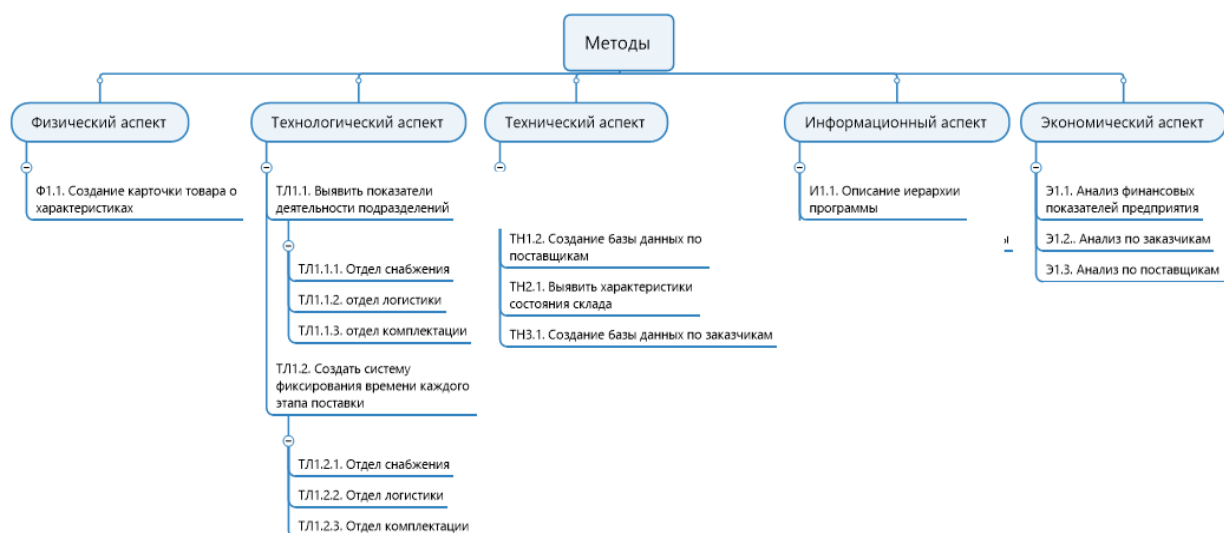


Рис. 3. Методы решения задач системы управления жизненным циклом объекта

Таким образом, проанализировав объект с точки зрения различных аспектов, представляется необходимым внедрение программного продукта в деятельность предприятия ООО НПФ «ГКС», которое в свою очередь позволит:

- управлять продажами;
- управлять закупками, включая поиск аналогов из поставляемого ранее оборудования;
- управлять складом, имея возможность отслеживать количество товара в реальном времени и планировать поставку;
- быстро находить документы;
- обмениваться информацией внутри компании;
- руководству отслеживать состояние различных сфер.

Заключение: таким образом, основная проблема компании малого бизнеса – низкая оперативность ведения бизнес-процессов, неавтоматизированные процессы работы предприятия. Это значительно снижает качество работы организации. Использование информационных технологий для управления предприятием делает компанию конкурентоспособной за счет повышения управляемости ее в рамках различных аспектов. Их внедрение – важный и многошаговый процесс, требующий проведения качественного анализа, владения денежными средствами, кооперации пользователей с разработчиками и постоянной доработки в ходе использования программного обеспечения.

### Библиографический список

1. Афанасенко, И.Д., Борисова, В.В. Цифровая логистика: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2019. – 272 с.
2. Долганова, О.И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для вузов / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова; под редакцией О.И. Долгановой. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 289 с.

3. Кудинов, А.В.. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами / А.В. Кудинов, А.А. Мироненко. М.: ООО «1С-Публишинг», 2019. – 324 с.

4. Gafforov, M., Gulomov, F. Warehouse problems in logistics. Systems and their digital solutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/warehouse-problems-in-logistics-systems-and-their-digital-solutions/viewer>.

5. Enhou Zu, Ming-Hung Shu, Jui-Chan Huang, Bi-Min Hsu, Chien-Ming Hu [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hindawi.com/journals/misy/2021/5241921>.

6. Manuel, Woschank, Erwin, Rauch, Helmut, Zsifkovits. A Review of Further Directions for Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning in Smart Logistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/9/3760>.

© Куклина Е.М., 2023

Е.Ю. МАРКЕЛОВА

*Katya.markelova.03@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПОНЯТИЕ О НЕЙРОСЕТИ, ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ В НАШЕЙ ЖИЗНИ**

*Аннотация:* нейросети – это компьютерные системы, созданные по образу и подобию человеческого мозга, способные обрабатывать и анализировать большие объемы данных. Они используются в различных сферах, таких как медицина, финансы, технологии и многое другое. В своей статье я хотел бы рассказать о применении нейросетей и о том, как они влияют на нашу жизнь.

*Ключевые слова:* понятие нейросети; преимущества, реализация.

Применение нейросетей.

Нейросети имеют огромный потенциал в развитии медицинской науки. Они позволяют обрабатывать медицинские данные и делать точные предсказания о заболеваниях и эффективности лечения. Например, нейросети могут анализировать результаты медицинских тестов и помочь врачам быстрее выявлять заболевания, такие как рак или сердечно-сосудистые заболевания. Это может спасти множество жизней и улучшить качество жизни людей.

В сфере финансов нейросети используются для прогнозирования рынка, определения трендов и принятия обоснованных инвестиционных решений. Они анализируют огромные объемы данных, включая новости, финансовые отчеты и поведение рынка, чтобы предсказать будущие изменения цен на акции или валюту. Это помогает инвесторам и трейдерам принимать обоснованные решения и улучшает результаты их работы [1].

Однако, несмотря на все свои преимущества, нейросети также вызывают определенные вопросы и проблемы. Возникает вопрос о приватности данных, так как нейросети требуют большие объемы данных для своей работы, и это может вызывать опасения в отношении конфиденциальности. Кроме того, нейросети могут быть подвержены ошибкам и предвзятости, что может привести к неправильным результатам и негативным последствиям.

Преимущества нейросети [2]:

1. Адаптивность. «Нейронные сети способны обучаться на основе опыта и данных, что позволяет им адаптироваться к изменяющимся условиям и решать сложные задачи» [3].

2. «Обнаружение сложных взаимосвязей. Нейронные сети способны выявлять сложные взаимосвязи и паттерны в данных, что помогает им решать задачи, для которых традиционные методы неэффективны» [3].

3. Параллельная обработка. Нейронные сети могут эффективно выполнять вычисления параллельно, что увеличивает скорость обработки данных и позволяет работать с большими объемами информации.

4. Высокая точность. При правильной настройке и обучении нейронные сети могут достигать высокой точности в решении сложных задач, таких как распознавание образов или прогнозирование временных рядов.

5. Гибкость. Нейронные сети могут быть применены к различным типам задач и данных, включая текст, изображения, звук и другие. Они также могут быть модифицированы и адаптированы для решения конкретных задач.

6. Устойчивость к шуму и изменениям. Нейронные сети хорошо справляются с шумом и изменениями в данных, благодаря своей способности обобщать и находить общие закономерности.

7. Автоматизация. Нейронные сети могут автоматизировать процессы, которые раньше требовали ручного вмешательства, позволяя сэкономить время и усилия.

Применение.

Нейросети имеют широкий спектр применений. Вот некоторые из них:

1. Классификация и распознавание образов: Нейросети могут использоваться для классификации и распознавания изображений, звуков, текста и других типов данных.

2. Обработка естественного языка: Нейросети могут использоваться для анализа и синтеза естественного языка, включая машинный перевод, речевое распознавание, оптическое распознавание символов и другие задачи.

3. Рекомендательные системы: Нейросети могут использоваться для предоставления персонализированных рекомендаций, например, в музыке, фильмах, товарах и других областях.

4. Прогнозирование и анализ временных рядов: Нейросети могут использоваться для прогнозирования и анализа временных рядов, таких как цены акций, погода, трафик и другие.

5. Автоматическое управление и оптимизация: Нейросети могут использоваться для автоматического управления и оптимизации сложных систем, таких как автопилоты, роботы, производственные процессы и т. д.

6. Генерация контента: Нейросети могут использоваться для генерации реалистичного изображения, звука, текста и других типов контента.

7. Анализ данных и выявление аномалий: Нейросети могут использоваться для анализа данных, обнаружения аномалий, предиктивной аналитики и других задач в области аналитики данных.

Это лишь некоторые примеры возможных применений нейросетей. Их потенциал огромен и постоянно расширяется с развитием технологий и исследований.

Заключение.

В заключение, нейросети – это удивительная технология, которая имеет широкий спектр применения. Они помогают врачам, трейдерам, ученым и многим другим профессионалам в их работе. Однако, стоит помнить о

важности этики и конфиденциальности при использовании нейросетей. Только так мы сможем использовать их потенциал для блага людей и общества.

### **Библиографический список**

1. Ростовцев, В.С. Искусственные нейронные сети: учебник / В.С. Ростовцев. – Киров: Изд-во ВятГУ, 2014 – 208 с.
2. Николенко, С., Кадури, А., Архангельская, Е. Глубокое обучение. СПб.: Питер, 2018. – 480 с.: ил. (Серия «Библиотека программиста»).
3. Хабаров, В.И. Экономико-прикладные проблемы системного управления инновационными программами и проектами: современные подходы: монография. – «Университет "Синергия"», 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/77211615>.

© Маркелова Е.Ю., 2023

УДК 67.02

К.Ф. МИНИБАЕВА

*Minibaevakarina83@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. Н.А. МУФТАХОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Аннотация:* в исследовании рассматривается анализ финансовых показателей машиностроительных предприятий. Исследование направлено на изучение ключевых аспектов финансовой деятельности предприятий машиностроительной отрасли, включая показатели доходов, расходов, прибыли, рентабельности, ликвидности и финансовой устойчивости. В статье анализируются различные методы и инструменты для оценки финансового состояния предприятий, а также предлагают рекомендации по оптимизации финансовых показателей и улучшению инвестиционной привлекательности машиностроительных компаний.

*Ключевые слова:* финансы предприятия, рентабельность, ликвидность, платежеспособность.

Анализ экономических характеристик машиностроительных предприятий считается важным инструментом для оценки их финансового состояния, определения возможных трудностей и возможностей для роста. В данной статье мы рассмотрим основные финансовые показатели, которые используются для анализа деятельности машиностроительных предприятий, а также методы их анализа.

В качестве объектов анализа выбраны следующие предприятия:

ПАО «ОДК-Уфимское моторостроительное производственное объединение» – инновационное промышленное предприятие, осуществляющее разработку, производство и послепродажное обслуживание газотурбинных двигателей для военной авиации [1].

Основными видами деятельности предприятия являются разработка, производство, сервисное обслуживание и ремонт турбореактивных авиационных двигателей для самолетов.

АО ММП имени В. В. Чернышева – предприятие по производству и послепродажному обслуживанию газотурбинных авиационных двигателей. Завод включает в себя литейное, термическое, сварочное, гальваническое, кузнечно-прессовое, механообрабатывающее, механосборочное, испытательное производство [2].

Направления деятельности:

1. Производство, сервисное обслуживание и ремонт газотурбинных авиационных двигателей.
2. Производство и ремонт узлов вертолетных двигателей.
3. Испытания газотурбинных авиационных двигателей и отдельных узлов.

Инструменты анализа финансовых показателей включают в себя различные методы и подходы, которые позволяют оценить финансовое состояние предприятия, его рентабельность, ликвидность и другие ключевые показатели. В исследовании используется метод анализа финансовых коэффициентов [3].

Анализ финансовых коэффициентов – расчет и сравнение различных коэффициентов, таких как рентабельность, оборачиваемость, ликвидность и др., с нормативными значениями или показателями конкурентов [4, 5].

На рис. 1–6 представлена динамика финансовых показателей предприятий за 2019–2021 гг.

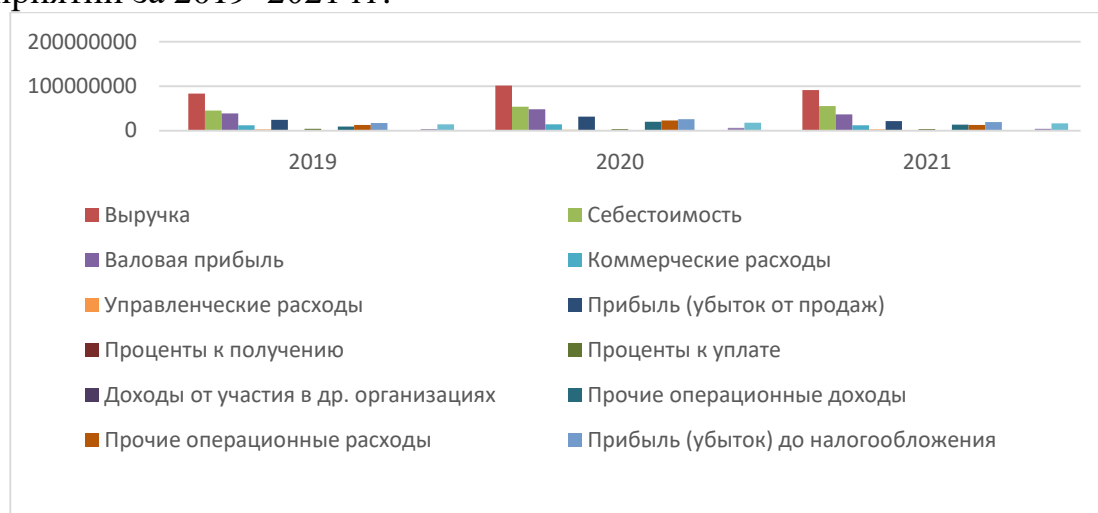


Рис. 1. Динамика финансовых показателей предприятия ОДК УМПО

На рисунке можно заметить, что наибольшая выручка – в 2020 году, а наименьшая – в 2019 году.

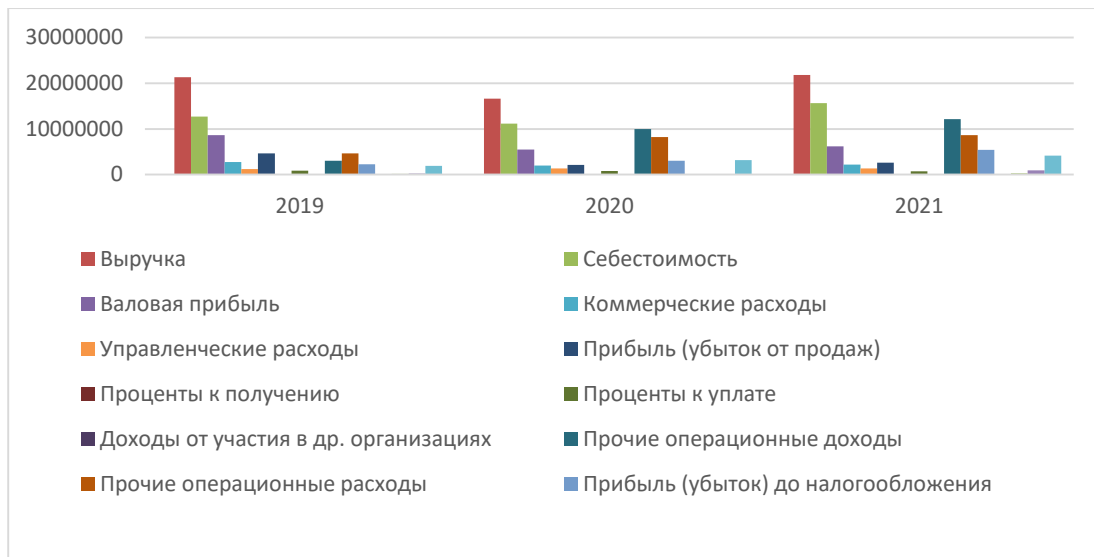


Рис. 2. Динамика финансовых показателей предприятия АО ММП имени В. В. Чернышева

Наибольшая выручка предприятия наблюдается в 2021 году, наименьшая – в 2020 году.

Графики рентабельности предприятий за 2019–2021 гг. изображены на рис. 3 и рис. 4.

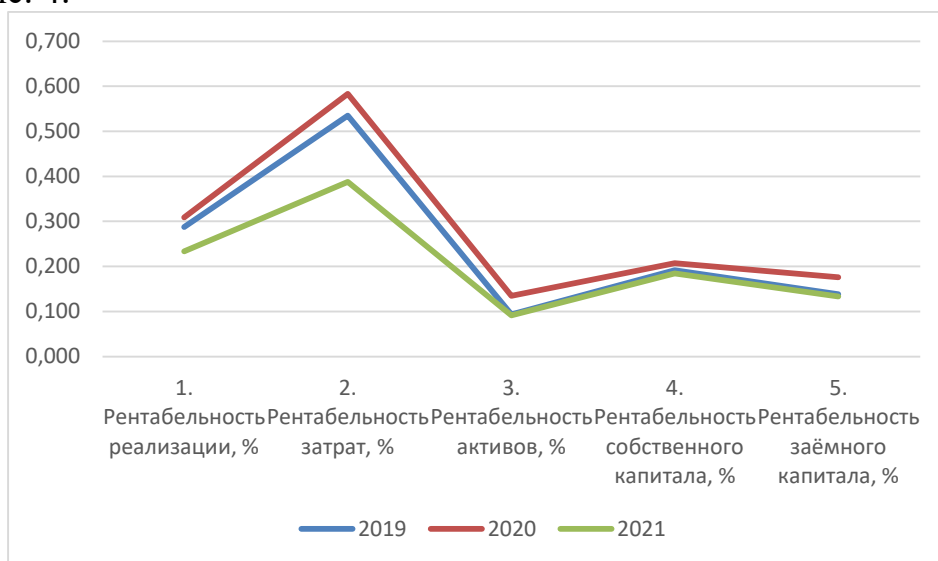


Рис. 3. Рентабельность ОДК УМПО

В 2020 году на ОДК УМПО наблюдается наибольшая рентабельность затрат, а в 2021 – наименьшая рентабельность активов.



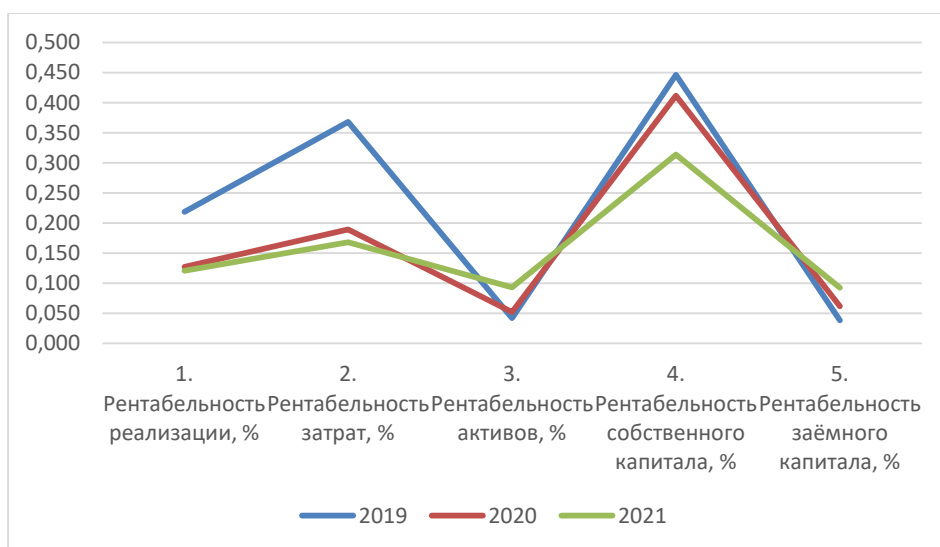


Рис. 4. Рентабельность предприятия АО ММП имени В. В. Чернышева

В 2019 году наблюдается наибольшая рентабельность собственного капитала, и так же в 2019 году была наименьшая рентабельность активов.

Анализ ликвидности и платежеспособности предприятий за 2019–2021 гг. представлен на рис. 5 и рис. 6.

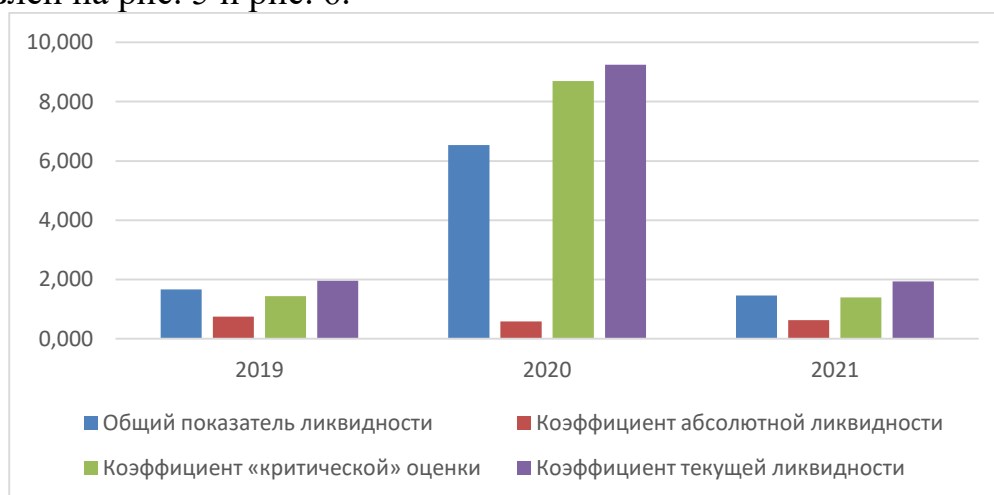
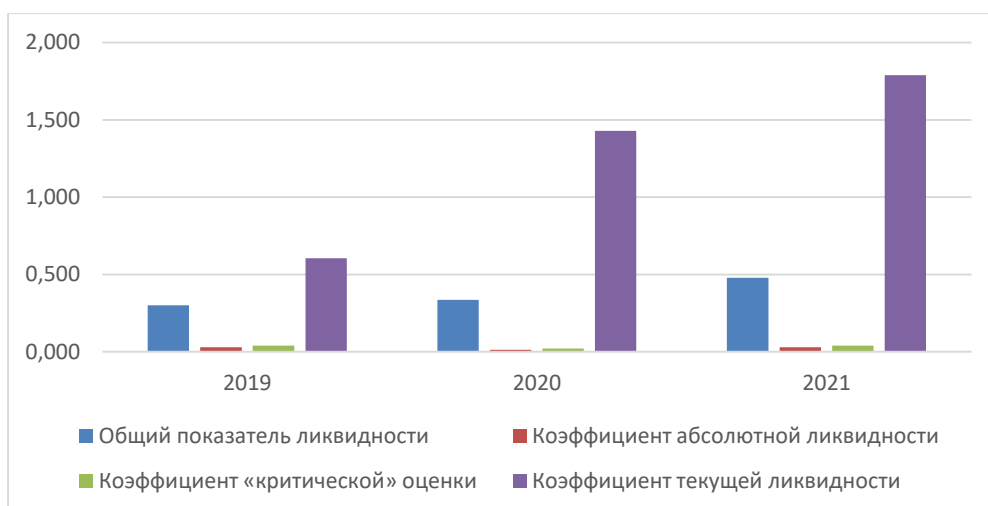


Рис. 5. Анализ ликвидности и платежеспособности ОДК УМПО

В 2020 году мы можем наблюдать самые высокие показатели ликвидности, однако коэффициент абсолютной ликвидности является наименьшим.



*Рис. 6. Анализ ликвидности и платежеспособности АО ММП имени В. В. Чернышева*

С 2019 по 2021 год общие показатели ликвидности и коэффициент ликвидности растут, коэффициент критической ликвидности и коэффициент абсолютной ликвидности сильных изменений не наблюдается, однако, в 2020 году – показатели наименьшие.

Пути оптимизации финансового состояния предприятий:

1. Для улучшения финансового состояния предприятиям стоит более эффективно использовать свое имущество, то есть основные средства и производственные запасы.
2. Повысить рентабельность предприятия, то есть хорошо изучить предприятия, в которое будут вкладываться денежные средства.
3. Ориентировать предприятие на выполнение высокорентабельных работ в оказании высокоприбыльных услуг.

### **Библиографический список**

1. ПАО «ОДК-Уфимское моторостроительное производственное объединение»: официальный сайт УМПО ОДК. – Режим доступа: umpro.ru.
2. АО «ММП имени В. В. Чернышева»: официальный сайт АО «ММП имени В.В. Чернышева». – Режим доступа: uesrus.com.
3. Экономика организации (предприятия) / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т.К. Руткаус издательство УМЦ УПИ. – 2018. – 259 с.
4. Экономика предприятия (организации) / Бородай В.А., Галенко Е.В., Дегтева Л. В. – Издательство НОО Профессиональная наука, 2018. – 501 с.
5. Гребенников, П.И. Экономика: учебник для вузов / П.И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 348 с.

© Минибаева К.Ф., 2023

А.А. НАСРЕТДИНОВА

*a.asretdinova2004@yandex.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в данной статье обозначена актуальность внедрения интернет-маркетинга для увеличения эффективности деятельности предприятия, проведен обзор литературы как российских, так и иностранных источников, этапы внедрения данного вида решений.

*Ключевые слова:* SMM, предприятия малого бизнеса, результативность Интернет-маркетинга, процессы маркетинговой деятельности.

Маркетинг всегда занимал ключевую роль в работе предприятий и являлся важнейшим фактором успешности проекта. В настоящее время Интернет-маркетинг обладает достаточно широким инструментарием, чтобы обеспечить бесперебойную работу предприятия малого бизнеса. Однако, далеко не всегда небольшой бизнес обладает достаточными ресурсами, и в условиях большой конкуренции на рынке вынужден вести маркетинговую деятельность наравне с крупными предприятиями.

Проведем обзор российской литературы и изучим взгляды различных авторов на проблему.

В статье «Повышение эффективности деятельности предприятия за счет интернет-маркетинга» Б. С. Садулаевой и Л. В. Юсуповой поясняется, что цели интернет-маркетинга – увеличить продажи, определить прибыльный сегмент продаж, завоевать запланированную долю рынка и расширить сферу бизнеса [1].

Авторы предлагают обзор шести основных категорий и классификаций интернет-рекламы.

Первая группа инструментов считается «стратегией». Интернет-маркетинг, как и обычный маркетинг, начинается с постановки целей: составляется портрет целевой аудитории, рекламодатели ищут решение вопроса о том, как рассчитать влияние кампаний интернет-маркетинга и разработки продукта.

Вторая группа инструментов – это веб-сайт. Этот рекламный инструмент быстро себя зарекомендовал, поскольку работает как дополнительная площадка для презентации предложений и услуг компании, и что немаловажно, этот инструмент расширяет спектр взаимодействия с потенциальными клиентами,

частично оптимизирует процессы работы с покупателями, считается комфортным. и необходимые средства массовой информации.

Третья группа инструментов – web-аналитика. Деньги, вложенные в интернет-маркетинг, обычно представляют большую часть статьи расходов компании, поэтому владельцы компании очень заинтересованы в их окупаемости.

Четвертая группа – контент-маркетинг. Цель контент-маркетинга – донести до покупателя информацию о продукте, не заявляя об этом напрямую.

Пятая группа инструментов – управление трафиком. Увеличение трафика означает повышение узнаваемости бренда, новые обращения и продажи.

Шестая группа инструментов – онлайн-пиар. Современный PR – это онлайн-коммуникация, которая усовершенствовала все старые представления о связях с общественностью и работе компании на рынке.

Как отмечают исследователи в различных областях цифрового маркетинга, внутренний маркетинг, как широкая форма разрешительного, обеспечивает баланс между влиянием на клиентов и получением финансовых результатов посредством рекламного сообщения. Излагая концепцию данной работы, следует отметить, что автор смотрит на цифровой маркетинг через призму внутреннего маркетингового мышления.

Маркетинг рассматривается с точки зрения информационного потока, который описывает процесс оценки стоимости компании потребителем и принятия им решения [3]. Концепции разрешительного и входящего маркетинга [2] рассматривают потребителей как источник потоков маркетинговой информации. Это резко контрастирует с традиционным маркетингом, где предприятие является основным источником информации.

Возникает термин «getting proactive», он описывает последовательность взаимодействий, которые приводят потребителя к покупке. На пути к потребительской ценности линейный путь достижения компании уходит в прошлое. «Классическая воронка продаж» меняется. Его нельзя отобразить в линейную модель [3]. Потребитель возвращается к одному из шагов, проходят его заново, останавливаются на отдельных этапах.

Переход по ссылке в сети контекстной рекламы, поиск предприятия в социальной сети, подписка на рассылку, звонок, повторный звонок и т. п. описываются в показателях оценки эффективности онлайн-маркетинга [4]. Точек соприкосновения с компанией много, но не все из них ведут к цели – покупке.

Методика исследования:

1. Часто сотрудники предприятия не могут диагностировать Интернет-маркетинговое продвижение своими силами.

2. Однако обладают достаточными компетенциями в своей сфере, чтобы оказать влияние на Интернет-маркетинг.

Для диагностики продвижения в интернете было выбрано предприятие ООО НПО Нефтегаздеталь.

Точка А: Интернет-маркетинг практически не используют, в основном пользуются сайтом и методами «горячих» и «холодных» звонков. Количество клиентов практически не меняется из месяца в месяц, выручка не растет.

Я провела анализ, какие способы Интернет-маркетинга использует предприятие. Для этого я выбрала сервис Яндекс.Метрика, также воспользовалась данными и статистикой сотрудников предприятия. В соответствии с методикой исследования, были выявлены следующие результаты (рис. 1)

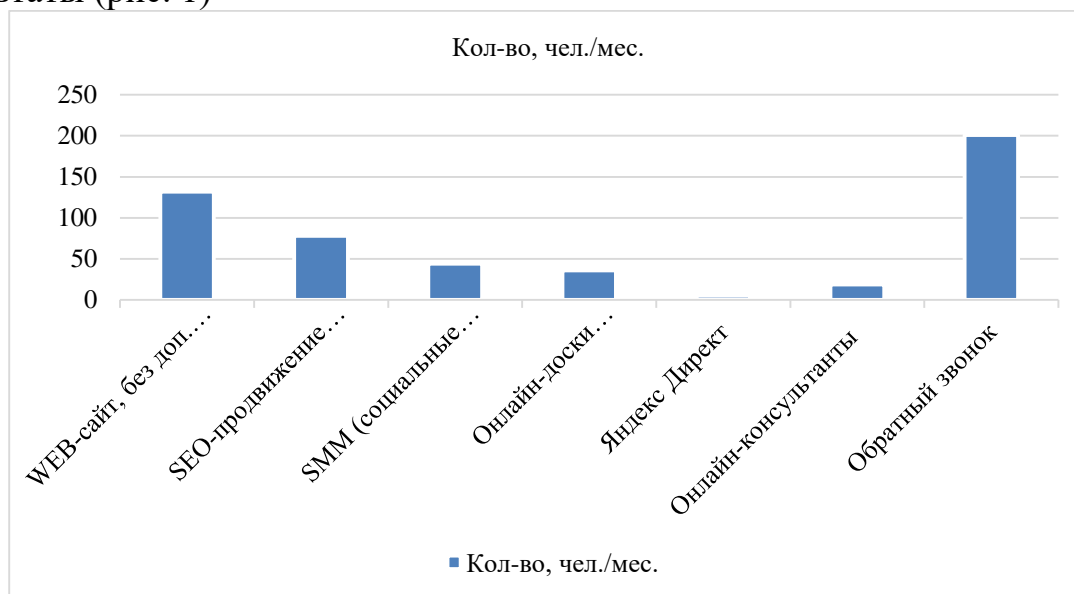


Рис. 1. Количество потенциальных клиентов, пришедших с помощью соответствующих методов продвижения

После анализа можно составить оптимальную стратегию для продвижения предприятия НПО Нефтегаздеталь в Интернете.

1. Анализируя рисунок 1, можно сделать вывод, что, учитывая специфику предприятия, основной поток клиентов приходит через web-сайт и обратные звонки. Значит, основные вложения следует сделать именно туда.

2. Затем было проведено интервью с руководством предприятия и составила портрет целевой аудитории.

3. Исходя из полученных данных, можно начать генерацию лидов (лид – потенциальный клиент, пришедший в результате интрнет-продвижения). Для этого была возобновлена активная Интернет-деятельность предприятия, поступили обновления на сайт и социальные сети.

4. Контакты клиентов обязательно фиксируются для их удержания. Периодически прошлым клиентам предлагаются выгодные предложения.

5. В конце каждого квартала составляются отчеты о результативности продвижения в интернете и обязательно анализируются менеджерами предприятия.

Итак, протестировав выбранную стратегию в течение следующего месяца, могу сделать вывод о конверсии потенциальных клиентов организации.

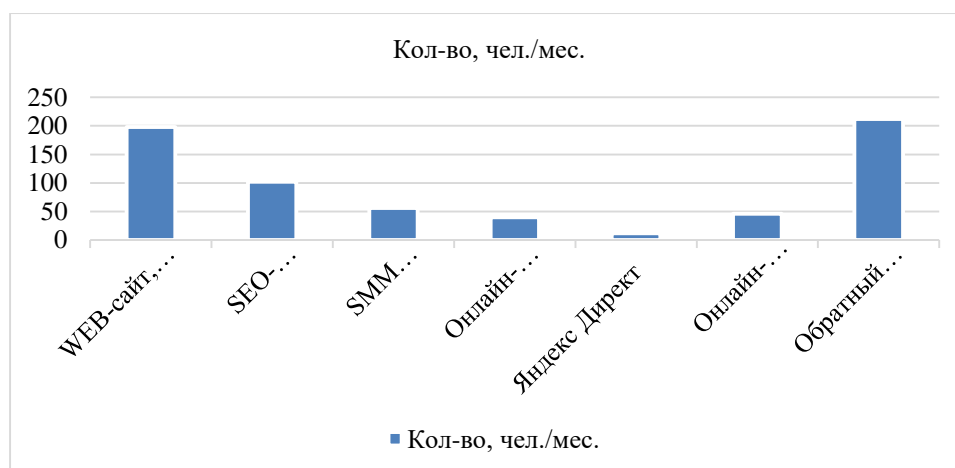


Рис. 2. Конверсия потенциальных клиентов организации

Точка Б: предприятие активно занимается как классическим маркетингом, так и вкладывается в Интернет-продвижение. Количество клиентов было увеличено, выручка также выросла. Прогнозируется ежемесячный рост продаж.

Заключение. на основе изученной теории и проведенного исследования, можно сделать вывод: проблема небольшого предприятия – отсутствие либо неоперативное ведение Интернет-маркетинга, неавтоматизированное обслуживание сайтов и сторонних ресурсов. Это значительно уменьшает конверсию потенциальных клиентов компании, снижает качество работы и популярность бренда. Возможность использовать современные Интернет-технологии и массовые медиа делает предприятие конкурентоспособным и успешным. Внедрение стратегии Интернет-маркетинга – сложный и важный процесс, требующий качественного анализа, грамотного распределения денежных средств, бесперебойной связи клиентов с разработчиками и доработки в ходе эксплуатации.

### Библиографический список

1. Садулаева, Б.С., Юсупова, Л.В. Повышение эффективности деятельности предприятия за счет интернет-маркетинга. – Грозный: Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова, 2020. – 52 с.
2. Годин, С. Разрешительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / С. Годин. – пер. с англ. М.: Альпина-Паблишер, 2020. – 236 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – пер. с англ. Ф. Кузин. – 15-е изд. СПб.: Питер, 2018. – 848 с.
4. Saura, J. R. Understanding the Digital Marketing Environment with KPIs and Web Analytics / J. R. Saura, P. Palos-Sanchez, L. M. Cerda Suarez // Future Internet. – 2017. – Vol. 9. – № 76. – P. 1–13. – DOI: <http://dx.doi.org/10.3390/fi9040076>.
5. Коваленко, А.Е. Разработка алгоритма внедрения технологий интернет-маркетинга в сфере предприятий малого бизнеса / А.Е. Коваленко, О.С. Буторина, В.А. Ткаченко, Е.А. Терещук // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14. – № 2. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/19ECVN222.pdf>.

© Насретдинова А.А., 2023

М.Р. РАХМАТОВА

Rahmatova.mad@yandex.ru

Науч. руковод. – ст. преп. Н.А. МУФТАХОВА

Уфимский университет науки и технологий

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ИЗГОТОВЛЕНИЯ ДЕТАЛИ «ФЛАНЕЦ ПЕРЕДНИЙ»

*Аннотация:* в статье приведено описание процесса изготовления технического объекта с помощью методологии моделирования IDEF0. Рассмотренным объектом является деталь фланец передний.

*Ключевые слова:* Фланец; IDEF0; деталь; моделирование; технологический процесс.

В качестве объекта моделирования выбран технический объект – деталь фланец передний.

Фланец – Плоская деталь квадратной, круглой или иной формы с отверстиями для болтов или шпилек, служащая для прочного и герметичного соединения труб, трубопроводной арматуры, присоединения труб друг к другу, к машинам, аппаратам и ёмкостям; для соединения валов и других вращающихся деталей [3]. Передний фланец входит в узел «Корпуса 2 ступени компрессора низкого давления». На рис. 1 представлен чертеж детали.

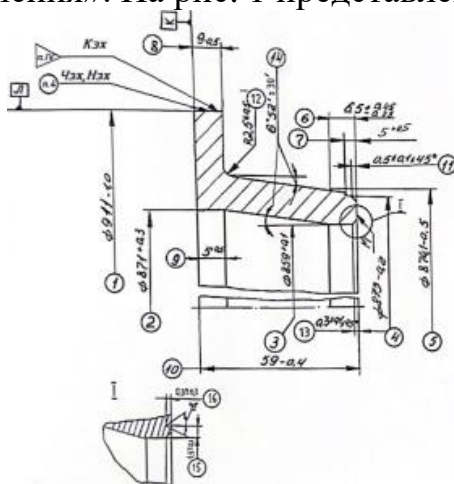


Рис. 1. Чертеж фланца переднего

Процесс изготовления детали представленная в виде блок-схем на рис. 2.

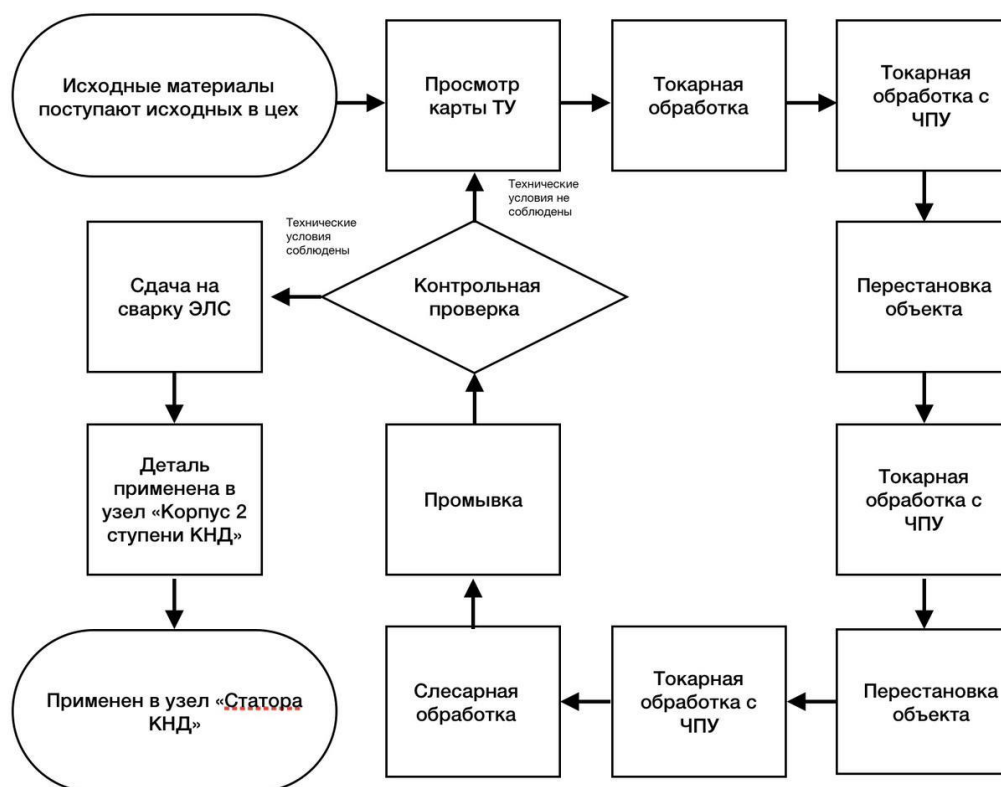


Рис. 2. Процесс изготовления детали

IDEF0 предоставляет возможность моделирования функциональных процессов внутри организации и позволяет понять, как функции выполняются, как они связаны друг с другом, и какие ресурсы и данные требуются для их выполнения. Это помогает выявить проблемные области и найти возможности для улучшения процессов. IDEF0 также может использоваться для документирования требований к системе, создания бизнес-моделей, обучения персонала и облегчения коммуникации между заинтересованными сторонами проекта. В целом, IDEF0 помогает организациям повысить эффективность, оптимизировать бизнес-процессы и принимать обоснованные решения на основе анализа функциональных потоков [2].

Для создания IDEF0 используется контекстная диаграмма, которой дается название «Производство фланца переднего». После создания главного объекта нужно обозначить его основные функции и элементы. Для этого нужно знать, что слева-вход в блок (материалы, потребности, информация, документ), справа-выход в блок (результат, продукт, информация, документ), сверху-управляющая информация (стандарты, законы, указания руководства и др.), снизу-средства производства (люди, образования, материалы и т. д.) [1]. На рис. 3 представлена контекстная диаграмма процесса производства фланца в нотации IDEF0.



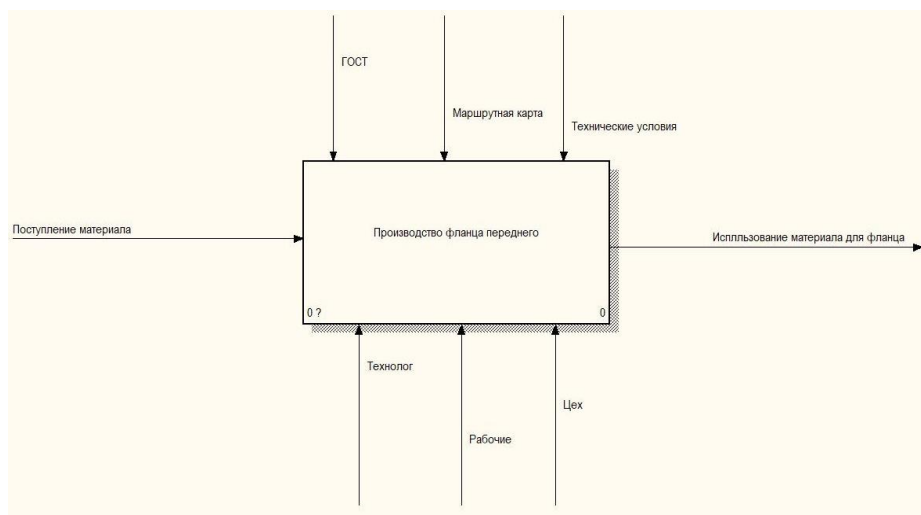


Рис. 3. Контекстная диаграмма

Создав контекстную диаграмму, необходимо представить работу отдельных зон. Для этого декомпозируем эту диаграмму как представлено на рис. 4.

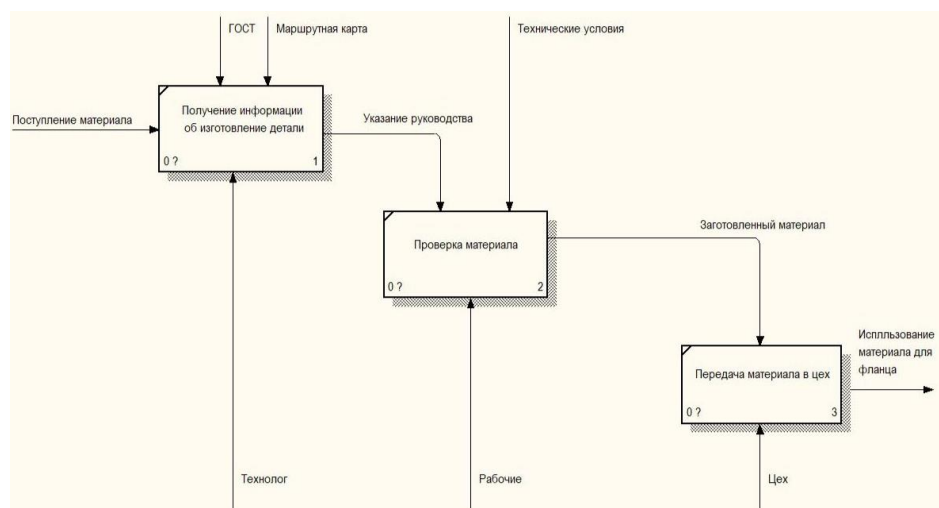


Рис. 4. Диаграмма декомпозиции

Таким образом, моделирование процесса изготовления детали при помощи IDEF0 оптимизирует бизнес-процессы, улучшает эффективность и анализирует функциональные потоки.

### Библиографический список

1. Маклаков, С. В. Моделирование бизнес-процессов с Vpwin 4.0. – М.: ДИАЛОГ-МИФИ, 2002.
2. Нотация IDEF0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.businessstudio.ru/wiki/docs/v4/doku.php/ru/csdesign/bpmodeling/idef0>.
3. Федоткин, И. М. Математическое моделирование технологических процессов / И. М. Федоткин. – М.: КД Либроком, 2018. – 416 с.

© Рахматова М.Р., 2023

К.З. РОЗИМОВ

*rozimov.00@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается понятие машинного обучения, его принципы и методы. Описывается использование обучающего набора данных и основные методы машинного обучения, такие как наблюдение с учителем, наблюдение без учителя и обучение с подкреплением. Также рассматриваются перспективы применения машинного обучения в медицине, финансовой сфере, автомобильной промышленности и розничной торговле. Однако, статья также указывает на вызовы и проблемы, связанные с интерпретируемостью моделей машинного обучения.

*Ключевые слова:* машинное обучение, искусственный интеллект, обучающий набор данных, наблюдение с учителем, наблюдение без учителя, обучение с подкреплением, медицина, финансы, автомобильная промышленность, розничная торговля, интерпретируемость моделей.

Машинное обучение: взгляд в будущее.

В настоящее время машинное обучение становится все более популярным и востребованным направлением в информационных технологиях. Оно проникает во все сферы нашей жизни, от медицины и финансов до автомобильной промышленности и розничной торговли. В данной статье мы рассмотрим, что такое машинное обучение, какие его основные принципы и методы, а также рассмотрим его перспективы развития.

Машинное обучение – это подраздел искусственного интеллекта, который изучает методы и алгоритмы, позволяющие компьютерам самостоятельно извлекать знания из данных и принимать решения на основе этих знаний. «Основная идея машинного обучения заключается в том, чтобы создать модель, которая будет способна обобщать опыт на основе имеющихся данных и использовать его для решения новых задач» [1].

Одним из ключевых принципов машинного обучения является использование обучающего набора данных. Обучающий набор представляет собой набор примеров, на основе которых модель будет обучаться. Каждый пример состоит из входных данных и соответствующего выходного значения. Например, если мы хотим создать модель, которая будет предсказывать цену дома на основе его характеристик, то входными данными будут характеристики дома (количество комнат, площадь, год постройки и т. д.), а выходным значением будет цена [2].

Существует несколько основных методов машинного обучения, включая наблюдение с учителем, наблюдение без учителя и обучение с подкреплением. В наблюдении с учителем модель обучается на основе пар входных данных и соответствующих выходных значений. Например, при обучении модели для распознавания изображений, каждому изображению будет соответствовать метка класса. В наблюдении без учителя модель обучается на основе неаннотированных данных, то есть данных без предварительно известных выходных значений. Этот подход используется, например, для кластеризации данных или поиска аномалий. В обучении с подкреплением модель обучается на основе опыта взаимодействия с окружающей средой и получает положительные или отрицательные вознаграждения в зависимости от принятых решений [3].

Машинное обучение имеет огромный потенциал применения в различных сферах нашей жизни. В медицине, например, машинное обучение может помочь в диагностике заболеваний и прогнозировании эффективности лечения. В финансовой сфере оно может использоваться для анализа рынков и прогнозирования цен на акции. В автомобильной промышленности машинное обучение может быть применено для разработки автономных транспортных средств. В розничной торговле оно может помочь в оптимизации поставок и прогнозировании спроса на товары [4].

Однако, несмотря на все достижения в области машинного обучения, есть и некоторые проблемы, которые нужно решить. Одной из главных проблем является интерпретируемость моделей. В некоторых случаях модели машинного обучения могут давать точные предсказания, но объяснить, почему они делают именно такие предсказания, может быть сложно. Это создает определенные риски в таких областях, как медицина или право, где требуется объяснение принятых решений [5].

В заключение, машинное обучение – это мощный инструмент, который уже сегодня находит применение во многих сферах нашей жизни и имеет огромный потенциал для дальнейшего развития. Оно позволяет компьютерам обучаться на основе данных и извлекать знания из них, что открывает новые возможности для решения сложных задач. Однако, необходимо продолжать исследования и разработки в этой области, чтобы преодолеть существующие вызовы и использовать машинное обучение на благо человечества.

### **Библиографический список**

1. Бишоп, К.М. (2006). Распознавание образов и машинное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.google.ru/books/edition/Pattern\\_Recognition\\_and\\_Machine\\_Learning/qWPwnQEACAAJ?hl=ru](https://www.google.ru/books/edition/Pattern_Recognition_and_Machine_Learning/qWPwnQEACAAJ?hl=ru).

2. Хасты, Т., Тибширани, Р., и Фридман, Дж. (2009). Элементы статистического обучения: добыча данных, выводы и прогнозирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

[https://www.google.ru/books/edition/The\\_Elements\\_of\\_Statistical\\_Learning/tVIjmNS3Ob8C?hl=ru&gbpv=0](https://www.google.ru/books/edition/The_Elements_of_Statistical_Learning/tVIjmNS3Ob8C?hl=ru&gbpv=0).

3. Митчелл, Т.М. (1997). Машинное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

[https://www.google.ru/books/edition/Machine\\_Learning/xOGAngEACAAJ?hl=ru](https://www.google.ru/books/edition/Machine_Learning/xOGAngEACAAJ?hl=ru).

4. Рассел, С., и Норвиг, П. (2010). Искусственный интеллект: современный подход. Person Education [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.google.ru/books/edition/Artificial\\_Intelligence/XS9CjwEACAAJ?hl=ru](https://www.google.ru/books/edition/Artificial_Intelligence/XS9CjwEACAAJ?hl=ru).

5. Домингос, П. (2012). Несколько полезных вещей о машинном обучении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/260282920\\_A\\_Few\\_Useful\\_Things\\_to\\_Know\\_About\\_Machine\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/260282920_A_Few_Useful_Things_to_Know_About_Machine_Learning).

© Розимов К.З., 2023

А.И. ФАРРАХОВА

*farrakhova.alsu@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.П. ПРОКОПЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ОЦЕНКА ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены топ-3 российских маркетплейса, их недостатки и преимущества, а также проведен анализ конкурентоспособности. В процессе работы были определены ключевые факторы успеха маркетплейсов, найдены индексы качественных и экономических параметров.

*Ключевые слова:* российские маркетплейсы, конкурентоспособность, коэффициент конкурентоспособности, преимущества и недостатки маркетплейса.

В последние годы все больше людей предпочитают покупки онлайн, а торговые площадки продолжают привлекать покупателей своими удобствами и разнообразием ассортимента [1]. С развитием Интернет-технологий все больше людей предпочитают делать покупки на популярных маркетплейсах. В этой статье проведен сравнительный анализ крупнейших онлайн-маркетплейсов в России, выявлены их преимущества и недостатки, а также произведен расчет коэффициентов конкурентоспособности.

Маркетплейс – это торговая площадка, которая продает товары и услуги разных продавцов через Интернет. Маркетплейсы – это посредники между продавцами и покупателями, собственной продукции у них нет. Главная ценность маркетплейса для продавца заключается в удобном инструменте продаж и привлечении потока клиентов, а для покупателя – в возможности купить все, что нужно, в одном месте и сэкономить время.

Рассмотрим три крупнейших российских онлайн-маркетплейса – «Ozon», «Wildberries» и «Яндекс.Маркет».

«Маркетплейс «Ozon» из года в год возглавляет рейтинг самых популярных торговых платформ в России, входя в тройку лидеров. В конце 2022 года количество активных продавцов превысило отметку 150 тысяч – платформа обеспечивает стабильный сбыт, но в это же время» приходится сталкиваться с солидной конкуренцией» [1, 4].

Преимущества и недостатки маркетплейса «Ozon» представлены в табл. 1 [4].

Таблица 1

## Преимущества и недостатки маркетплейса «Ozon» [4]

Преимущества	Недостатки
Бесплатная регистрация на площадке	Система оплаты – оплата товаров происходит два раза в месяц, но возможны за дополнительную плату перечисления ежедневно или по запросу
Прозрачная аналитика	Долгая доставка товаров до покупателя
Бесплатная приемка товара	В некоторых категориях продажи ниже, чем у других маркетплейсов
Редко происходят потери и порча товара	
Продвинутые рекламные инструменты, можно оплачивать бонусами	
Возможно бесплатное обучение прямо на площадке Ozon	
Отзывчивая служба поддержки	
Гибкая система кредитования продавцов	

««Wildberries» – самый большой маркетплейс в России, который с конца 2020 года занимает 13% всего рынка. По данным на конец 2022 года, на платформе зарегистрированы продавцы из России, Белоруссии, Казахстана и Словакии, а число покупателей составляет более 40 млн человек» [1].

««Wildberries» по обороту занимает первое место среди маркетплейсов, но по отзывам поставщиков можно поставить только на второе место» [1].

Преимущества и недостатки маркетплейса представлены в табл. 2 [4].

Таблица 2

## Преимущества и недостатки маркетплейса «Wildberries» [4]

Преимущества	Недостатки
Удобный и простой личный кабинет	Платная регистрация поставщиков (30 тыс. руб.)
Быстрая доставка до покупателя	Платная приемка товара (от 10 руб. за единицу)
Перечисление денежных средств за товар каждый понедельник	Высокая конкуренция
	Частая порча товара и недовложения
	Личный кабинет постоянно не работает
	Служба поддержки систематически игнорирует обращения продавцов

«Яндекс.Маркет» – это маркетплейс, который похож на рыночную площадь или большой супермаркет, где есть все: от холодильников до памперсов» [1, 4].

«Продавцы размещают на Маркете свои товары и устанавливают цены, а Маркет находит покупателей» [1, 4].

«Входит в тройку по оборотам среди маркетплейсов, менее популярен у покупателей. В настоящее время активно вливаются денежные средства в рекламные инструменты, чтобы выйти на уровень компании» [1].

Преимущества и недостатки маркетплейса представлены в табл. 3.

Таблица 3

Преимущества и недостатки маркетплейса «Яндекс.Маркет» [4]

Преимущества	Недостатки
Большая программа лояльности для покупателей	Мало пунктов выдачи заказов
Снижена комиссия для дешевых товаров	Мало складов для отгрузки товара
Бесплатная регистрация на площадке	Служба поддержки долго отвечает на обращения

Для анализа конкурентоспособности товара необходимо выделить ключевые факторы успеха – это характеристики онлайн-магазинов, особенно значимые для группы потребителей, по которым проведем сравнение маркетплейсов.

Основные характеристики, которыми обладают маркетплейсы – это: охват посетителей, комиссия, минимальное количество заказываемого товара, количество пунктов выдачи заказов (ПВЗ), количество брендов, доставка, выручка в год.

Оценка конкурентоспособности товара предусматривает исследование его качественных и стоимостных характеристик [3].

Показатель конкурентоспособности находим по формуле:

$$K = \frac{I_{ТП}}{I_{ЭП}}, \quad (1)$$

где  $I_{ТП}$  – индекс технических параметров;

$I_{ЭП}$  – индекс экономических параметров.

Индекс технических параметров определяется следующим образом:

$$I_{ТП} = \sum D_i \cdot q_i \quad (2)$$

где  $D_i$  – коэффициент весомости  $i$ -го параметра;

$q_i$  –  $i$ -ый относительный параметр качества товара.

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i_{кон}}} \quad (3)$$

где  $P_i$  – значение  $i$ -го параметра сравниваемого товара;

$P_{i_{кон}}$  – значение  $i$ -го параметра конкурирующего товара.

Индекс экономических параметров находим по следующей формуле:

$$I_{ЭП} = \frac{S_i}{S_{кон}} \quad (4)$$

где  $S_i$  – цена потребления оцениваемого товара;

$S_{кон}$  – цена потребления конкурирующего товара.

Определяются индексы технических параметров по формуле (2). Матрица индексов технических параметров приведена в табл. 4.

Таблица 4

Матрица индексов технических параметров

Характеристика	Виды маркетплейсов		
	Wildberries	Ozon	Яндекс.Маркет
1. Охват посетителей	1,7	0,2	0,2
2. Комиссия минимум	0,6	1,2	1,2
3. Минимальное количество товара	1	1	1
4. Количество ПВЗ	2,5	0,5	0,6
5. Количество брендов	3,6	0,6	0,3
6. Доставка	0,9	1	1
$I_{ТП}$	10,3	4,5	4,3

Индексы экономических параметров (выручка в год), которые вычисляют по формуле (4), приведены в табл. 5.

Таблица 5

Индекс экономических параметров

Характеристика	Виды маркетплейсов		
	Wildberries	Ozon	Яндекс.Маркет
$I_{ЭП}$	1,59	1,26	1,22

Далее вычислим показатель конкурентоспособности по формуле (1). Результаты приведены в табл. 6.



## Показатель конкурентоспособности

Характеристика	Виды маркетплейсов		
	Wildberries	Ozon	Яндекс.Маркет
<i>K</i>	6,48	3,57	3,52

Таким образом, был произведен обзор трех крупнейших российских маркетплейсов, выделены важнейшие характеристики, преимущества и недостатки их использования. Несомненно, все три маркетплейса заслуживают внимания. Каждый из них по-своему хорош и актуален. По итогам анализа конкурентоспособности на российском рынке лидирующее место занимает «Wildberries», на втором месте «Ozon» и на третьем – «Яндекс Маркет».

## Библиографический список

1. ТОП Маркетплейсов России: список лучших, рейтинг 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://reyting-marketpleysov.ru>.
2. Динамика продаж женской одежды на онлайн-торговых площадках: сравнительный анализ Wildberries, Amazon и Ozon [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-prodazh-zhenskoy-odezhdy-na-onlayn-torgovyh-ploschadkah-sravnitelnyy-analiz-wildberries-amazon-i-ozon/viewer>.
3. Стрельникова, А.А., Кузнецова, Н.П. Анализ конкурентоспособности шин «Nokian». Сборник Международной научно-практической конференции «Экономическое развитие общества в современных кризисных условиях». – Иркутск: Научное партнерство Апекс, 2017. – С. 35–39.
4. Горенкина, А.А., Кацуба, Е.Е. Торговля через Интернет площадки: особенности деятельности и налогообложения // В сборнике: Человек: преступление и наказание. – 2023. – С. 194–200.

© Фаррахова А.И., 2023

А.П. ХАВАНСКИЙ

*artem\_havanski@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИНТЕГРАЦИОННОЕ АРІ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАЗЛИЧНЫХ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА**

*Аннотация:* проанализирован бизнес-процесс установки отношений электронного документооборота. Рассмотрено алгоритмическое обеспечение интеграционного АРІ для взаимодействия с различными системами электронного документооборота. Рассмотрено интеграционное АРІ для взаимодействия с различными системами электронного документооборота.

*Ключевые слова:* интеграционное АРІ, системы электронного документооборота, контрагенты, конфигурация АРІ, аутентификация контрагента, отношения электронного документооборота.

Тенденция в современном мире заключается в том, что все больше и больше процессов, связанных с офисной работой учреждений, проходят стадию информатизации. Для этого есть много причин, среди которых основными являются увеличение объема необходимой документации и усложнение аналитической деятельности, связанной с этим. Поэтому каждая организация вынуждена искать средства для сокращения усилий по постоянно растущему информационному потоку, темпы роста которого с каждым годом увеличиваются, и, таким образом, внедряются современные решения для электронного документооборота.

Разработка и внедрение мобильного приложения для iPhone, iPad и Android дает компаниям множество преимуществ. Это помогает, например, избежать ошибок, связанных со сбоями в рутинных процессах. Другая категория ошибок – непредсказуемость рабочих процессов, когда из-за человеческого фактора возникает ситуация, с которой никто из сотрудников никогда раньше не сталкивался и не знает, как на нее реагировать.

Большинство программных инструментов в настоящее время внедряют модули для доступа к системе через поставщиков, и этот метод показал, что затраты на постобработку каждой системы для «связи» являются ресурсоемкими [1].

Каждая деятельность организации отражена в документах, и для повышения качества выполняемых бизнес-процессов необходимо улучшить рабочий процесс и, следовательно, оптимизировать его. Оптимизация документооборота – это комплекс организационных, программных, проектных и технических мероприятий, осуществляемых организацией. Одним из

способов повышения эффективности электронного документооборота между SED является разработка API (интерфейса прикладного программирования) для обмена документами между системами. API – это определенный набор протоколов, процедур и инструментов для создания программных приложений. С помощью API можно настроить различные компоненты программы, чтобы они эффективно взаимодействовали. Наличие API, который работает по назначению, должно облегчить программистам задачу и упростить разработку конкретного продукта [2].

Автоматизировать интеграцию платформ электронных рабочих процессов можно с помощью контроллера API, который обычно имеет трехуровневую архитектуру, состоящую из следующих компонентов: системы управления базами данных (СУБД), серверы приложений и клиентское программное обеспечение. Он основан на платформе Java и использует Spring Framework в качестве платформы приложений. Поддерживает следующие основные СУБД: PostgreSQL, Oracle, MS SQL, IBM DB2. В качестве серверов приложений могут использоваться как свободно распространяемые, так и коммерческие сервера приложений: IBM WebSphere AS, Apache Tomcat, WildFly, GlassFish[3].

Чтобы все процессы происходили гладко, необходимо определить количество и квалификацию системы. Пользователи системы могут быть разделены на следующие группы в соответствии с требуемой квалификацией: – Пользователи – администраторы. В группу «Пользователи» входят сотрудники компании, которые используют систему непосредственно по прямому назначению [4, 5].

Система должна обеспечивать одновременную связь с несколькими операторами такими как EDI и одним виртуальным оператором. Формат вывода информации регламентирован ГОСТ Р 6.30-2003 «Единые системы документации». «Единая система организационной и управленческой документации. Требования к оформлению документов». Система должна иметь возможность использовать универсальный формат документа, который позволяет интегрировать системы бухгалтерского учета, чтобы избежать сложностей, связанных с поддержкой формализованных форматов документов FTS [6].

Анализируя бизнес-процесс, можно получить представление о взаимосвязях электронного документооборота между организациями для дальнейшей оптимизации процессов и процедур.

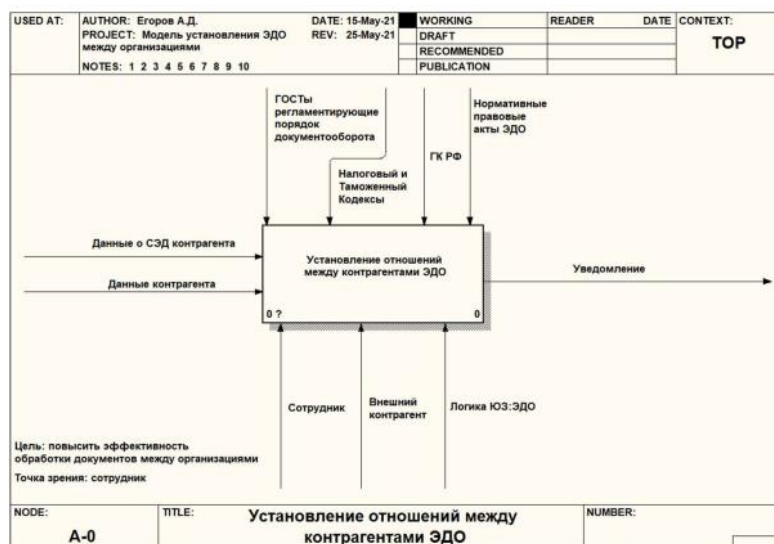


Рис. 1. Бизнес-процесс установления отношений между контрагентами ЭДО «КАК ЕСТЬ»

На рис. 2 показан весь путь, который проходит сотрудник, чтобы установить отношения EDI между SED. Данные о SED контрагента передаются сотрудникам для разработки информационной системы.

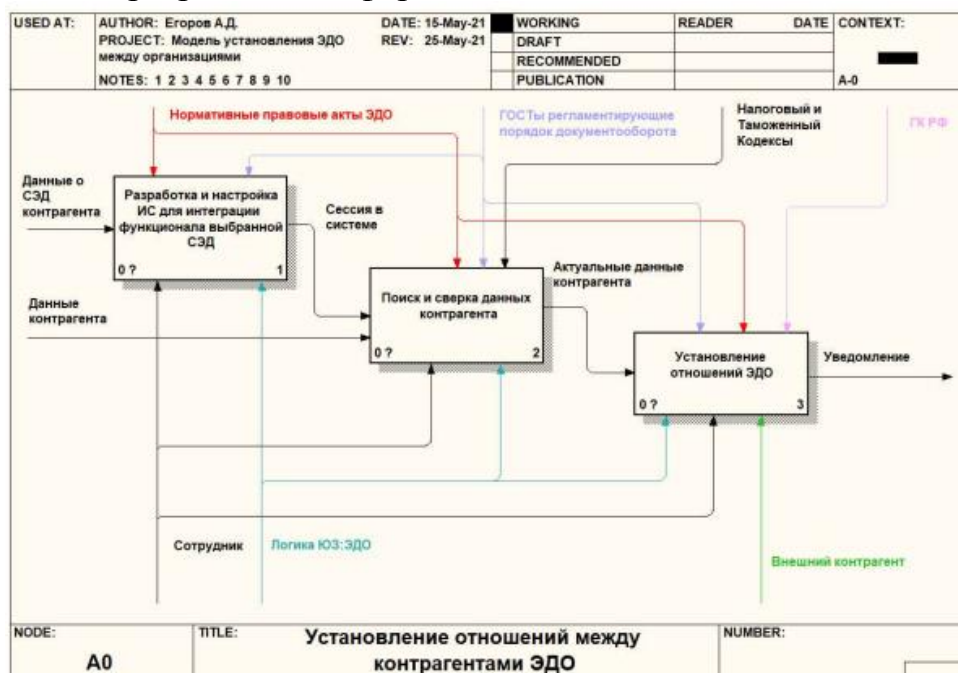


Рис. 2. Декомпозиция процесса установления отношений между контрагентами ЭДО «КАК ЕСТЬ»

Использование интеграции API для взаимодействия между электронными системами документооборота вместо разработки отдельной информационной системы для требуемого SED сокращает время настройки системы и ускоряет процесс взаимоотношений между контрагентами [7].

Если данные не совпадают с базой данных, API направит запрос в базу данных Федеральной налоговой службы для обновления, как только она будет интегрирована в требуемую систему.

При взаимодействии оператора с системой фактические данные контрагента становятся доступными в EDI для создания приглашения контрагента. Когда приглашение генерируется и отправляется, API выдает пользователю отчет об отправке. Приглашение отправляется в личный кабинет контрагента, после чего пользователь может выбрать, отвечать на него или нет: принять или отклонить, отправить ответ.

### Библиографический список

1. Официальный сайт ООО «Логика Бизнеса» [Электронный ресурс] / Электрон. текстовые данные. – Режим доступа: <https://blogic.ru/products/juristical-docflow/>.

2. Инструкция по проведению инструктажа по охране труда [Текст] / Н.С. Панькова, 2015. – 15 с.

3. СТО И.03-2015 ИОТ при работе на ПЭВМ [Текст] / Н. С. Панькова, 2015. – 17 с.

4. Официальный сайт «TAdviser» [Электронный ресурс] / Электрон. текстовые данные. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/>  
Компания: Логика\_бизнеса.

5. ТР-35.080.00-ТНТ-019-17 (Технические решения системы диспетчерского контроля и управления – Соглашение о структуре информационного обеспечения) [Текст] / Д. В. Кряжевских, 2015. – 19 с.

6. Официальный сайт ООО «ДоксВижн» [Электронный ресурс] / Электрон. текстовые данные. – Режим доступа: <https://docsvision.com/info-centr/articles/sed-vvedenie.html>.

7. Форум АСУТП [Электронный ресурс] / Электрон. текстовые данные. Режим доступа: <https://asutpforum.ru>.

© Хаванский А.П., 2023

А.И. ЭРМАТОВ

*g.sakata54@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. М.Р. НАФИКОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОЗДАНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

*Аннотация:* данная статья посвящена описанию работы с нейросетями и искусственным интеллектом.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект; технологии; создание; нейросети, автоматизация, изображение, рисунок.

В наше время прогресс технологий находится в постоянном развитии. Изучение и создание автоматических компьютерных систем, способных самостоятельно решать сложные задачи, обычно требующие человеческого участия, является основным направлением науки, называемым искусственным интеллектом (ИИ). Этот сектор активно развивается, становясь одной из ведущих сфер современной технологии и научных исследований.

Интеллектуальный ИИ приносит неоспоримые преимущества в различных отраслях. Например, в области медицины, он используется для анализа медицинских данных и помогает в диагностике и лечении. В промышленности, ИИ автоматизирует производственные процессы и оптимизирует бизнес-процессы. А в финансовой сфере, ИИ дает возможность проводить анализ рынка и прогнозировать тенденции для принятия рациональных решений в области инвестиций.

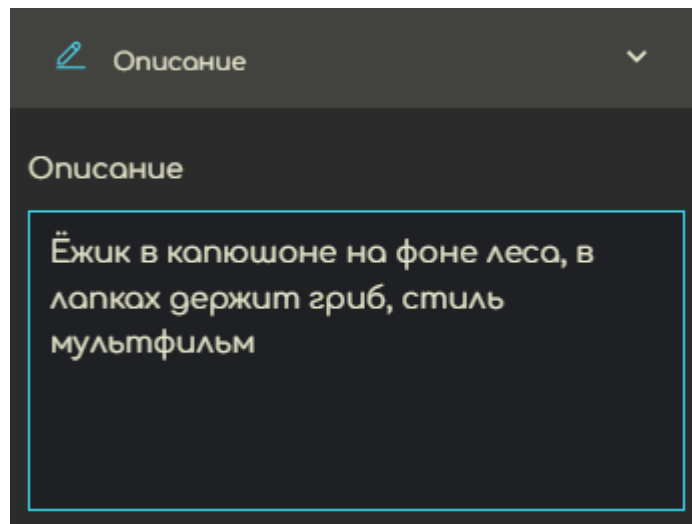
Уже сегодня у людей есть возможность общения с искусственным интеллектом. Благодаря интернету и приложений такие как: «Chat GPT», «DALL·E 3», «MIDJOURNEY 5.2», «YandexGPT», «НейроХолст» и т. д.

Так же ИИ могут создавать рисунок по заданному тексту или же перерисовать стиль одного рисунка в другой. Рассмотрим «НейроХолст».

Пример использования ИИ для создания рисунка. Для начала нужно сформулировать, что именно мы хотим видеть на рисунке, постараться в точности описать представления изображения и сделать запрос.

С помощью специальной панели инструментов можно создать запрос, исключить некоторые детали, добавить своё изображение, выбрать разрешение изображения и корректировать некоторые параметры.

Пример описания изображение представлен на рис. 1.



*Рис. 1.* Описание изображения

Результат изображения искусственного интеллекта представлен на рис. 2.



*Рис. 2.*

*Рис. 2.* Результат изображения ИИ

Рассматриваемое приложение искусственного интеллекта «НейроХолст» создало рисунок нашего ёжика в капюшоне. Благодаря ИИ получилось изобразить рисунок словами.

Результат изображения абсолютно оригинален, то есть до этого таких рисунков не было, ИИ создал абсолютно новый рисунок.

Панель инструментов для описания изображения представлен на рис. 3.

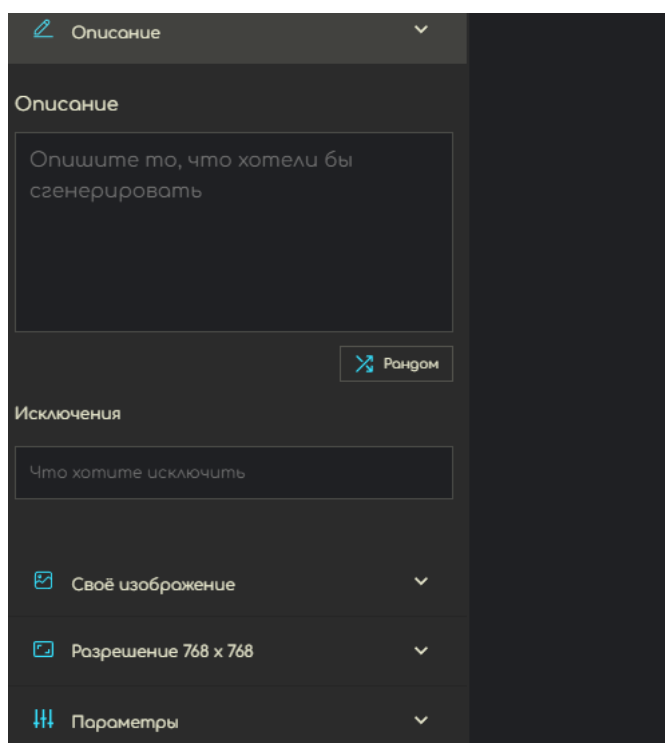


Рис. 3. Панель инструментов ИИ «НейроХолст»

На данном примере мы рассмотрели как ИИ создаёт изображения благодаря лишь описанию самого изображения. Такие возможности могут значительно упростить работу человека. Например: создание презентаций, изображений сайта, рекламы и т. д. Но это лишь малая часть того, что ещё может сделать для нас ИИ.

Искусственный интеллект быстро развивается и у него появляются всё больше возможностей. Далее представлены возможные проблемы искусственного интеллекта:

1. Использование искусственного интеллекта может приводить к общественному расколу и социальному неравенству между людьми, не имеющими доступа к этой технологии.

2. Человек может полностью положиться на искусственный интеллект для своих интеллектуальных задач, что может привести к снижению его собственной интеллектуальной активности, а общение с ИИ может оказаться более привлекательным, чем общение с другими людьми, что ведет к социальной изоляции.

3. Искусственный интеллект может предоставлять ошибочную или неточную информацию, которая впоследствии может быть использована другими ИИ, что приведет к замещению реальной информации ложной.

4. Неясно, кто несет ответственность за создание, распространение и использование искусственного интеллекта, и возможно сложно определить момент, когда ИИ становится опасным [3].

5. Решения искусственного интеллекта могут основываться на его собственной логике, что может приводить к дискриминации с точки зрения человека [3].



6. Неопределенность и сомнения могут возникнуть при сложности и непонятности решений искусственного интеллекта для человека, особенно в сфере финансов, здравоохранения или жизни, когда невозможно оценить их правильность.

7. Человечество может потерять контроль над искусственным интеллектом, если он саморазвивается и функционирует независимо от человеческой воли.

8. Проверка искусственного интеллекта на тестовых данных может быть сложным способом доказательства его правильной работы на всем объеме входных данных, что особенно опасно при использовании ИИ в критической инфраструктуре или в ответственных зонах на производстве.

9. Развитие искусственного интеллекта может автоматизировать множество рабочих процессов, что может привести к социальным напряжениям и угрозе рабочих мест.

10. Искусственный интеллект может развивать свои собственные интересы, которые могут влиять на его решения и действия, особенно у алгоритмов, обучающихся самостоятельно и адаптивных [3].

11. Встроенные механизмы защиты искусственного интеллекта могут быть неполноценными и уязвимыми, что открывает возможности для введения ИИ в заблуждение [3].

Таким образом, была рассмотрена программная площадка «НейроХолст», изучены ее основные возможности на примере создания изображения по описанию, а также был создан рисунок благодаря искусственному интеллекту. Были рассмотрены преимущества и проблемы с искусственным интеллектом.

### **Библиографический список**

1. НейроХолст [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neuroholst.ru/text-to-image>.

2. Потапов, А.С. Искусственный интеллект и универсальное мышление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://avidreaders.ru/book/iskusstvennyy-intellekt-i-universalnoe-myshlenie.html>.

3. Право цифровой среды: монография / под ред. канд. юрид. наук, доц. Т.П. Подшивалова, канд. юрид. наук, доц. Е.В. Титовой, канд. юрид. наук, доц. Е.А. Громовой, «Проспект», 2022.

4. Ростовцев, В.С. Искусственные нейронные сети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://iweb.vyatsu.ru/document/material/41/\\_Учебник%20ИНС\\_2014\\_Э4743.pdf](http://iweb.vyatsu.ru/document/material/41/_Учебник%20ИНС_2014_Э4743.pdf).

© Эрматов А.И., 2023

## СЕКЦИЯ 7.3. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СИСТЕМ

УДК 331.108.26

А.И. АДЬЕВА

*alsuadieva@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.И. СПИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

### СТИМУЛИРОВАНИЕ И МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ АО «ПОЧТА РОССИИ»

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются методы стимулирования и мотивации персонала, а также их влияние на эффективность работы организации. Автор анализирует различные подходы и методы, а также предлагает рекомендации по улучшению системы мотивации в АО «Почта России». Необходимо разработать методы и инструменты для оценки стрессоустойчивости.

*Ключевые слова:* управление персоналом, мотивация персонала, стимулирование.

В современном мире конкуренция на рынке труда становится все более жесткой, и компании вынуждены искать новые способы мотивации своих сотрудников. Эффективная система стимулирования и мотивации позволяет не только удерживать ценные кадры, но и повышать производительность труда, улучшать качество работы и создавать благоприятную атмосферу в коллективе. Можно выделить следующие методы стимулирования и мотивации.

1. Материальные стимулы являются одними из самых распространенных способов мотивации. Они включают в себя заработную плату, премии, бонусы, компенсации и другие формы оплаты труда. Однако использование только материальных стимулов может привести к снижению мотивации и потере интереса к работе [2].

2. Нематериальные стимулы, такие как признание заслуг, похвала, возможность карьерного роста, гибкий график работы, также могут быть эффективными методами мотивации. Они позволяют сотрудникам чувствовать свою значимость и важность для компании, что способствует повышению лояльности и вовлеченности в рабочий процесс [3].

3. Комфортная рабочая среда. Создание комфортной рабочей среды, включающей удобное рабочее место, современные технологии и оборудование, также может стать стимулом для эффективной работы. Комфортные условия труда помогают сотрудникам сосредоточиться на выполнении задач и снижают уровень стресса [3].

4. Поощрение за идеи и предложения. Система поощрений за предложения и идеи является важным инструментом мотивации сотрудников. Вознаграждение за инновации может быть, как материальным (денежные премии), так и нематериальным (дополнительные дни отпуска, повышение по службе).

АО «Почта России» имеет налаженную систему мотивации с мероприятиями, охватывающими множество элементов: охрана труда, социальная политика, материальное стимулирование и т. д.

Система мотивации на Почте России состоит из следующих элементов:

- заработная плата: работники Почты России получают фиксированную заработную плату, которая зависит от должности и региона;
- бонусы и премии: сотрудники могут получать бонусы и премии за достижение определенных целей или выполнение задач;
- льготы и компенсации: Почта России предлагает своим сотрудникам ряд льгот, таких как бесплатное медицинское обслуживание, компенсация расходов на транспорт и питание;
- развитие карьеры: в Почте России существует система карьерного роста, позволяющая сотрудникам продвигаться по служебной лестнице и получать более высокую зарплату и статус;
- участие в корпоративных мероприятиях: сотрудники Почты России могут участвовать в различных корпоративных мероприятиях, которые способствуют развитию корпоративной культуры и улучшению взаимоотношений внутри коллектива.

Но необходимо разработать и внедрить новые инструменты мотивации для повышения вовлеченности персонала. Оценка эффективности системы стимулирования и мотивации может проводиться с помощью различных методов, таких как опрос сотрудников, анализ показателей производительности труда, оценка удовлетворенности работой. Полученные данные позволяют выявить слабые места и разработать меры по улучшению мотивации персонала.

Оптимизация системы ключевых показателей эффективности (KPI) и прогрессивных методов мотивации, особенно для руководящих сотрудников [1]. С помощью KPI компания может проводить самоанализ и определять основные векторы стратегического роста [4]. Благодаря KPI можно отслеживать продуктивность сотрудников и компании в режиме реального времени. Система мотивации, основанная на KPI, может быть разделена на три основных компонента при разработке (рис. 1).

При разработке показателей процесса необходимо придерживаться следующих правил [5]:

- 1) набор показателей должен включать минимально необходимое количество для эффективного управления бизнес-процессами;
- 2) каждый показатель должен быть измерим;
- 3) стоимость измерения показателя должна быть меньше, чем польза от его использования в управлении.



Рис.1. Структура формирования мотивации за счет КРІ

При использовании КРІ система мотивации становится более понятной и прозрачной. Руководителю становится ясно, как и за что мотивировать сотрудника, потому что устанавливаются плановые и фактические показатели. Сотрудник, в свою очередь, ясно понимает, какие условия приведут к вознаграждению и какое именно вознаграждение он получит.

На рис. 2 представлена зависимость премии от КРІ для должности менеджера почтового отделения.



Рис. 2. Пример расчета премии

Польза применения системы КРІ в мотивации персонала:

- 1) сотрудник получает вознаграждение за достижение поставленных целей и за выполнение действий, направленных на достижение этих целей;
- 2) система управления может корректировать задачи сотрудников без значительных изменений в структуре системы при возникновении изменений на рынке;

3) система вознаграждений в компании должна быть сбалансированной и справедливой, оценивая вклад каждого сотрудника в достижение общих целей, а также риски, которые он берет на себя в случае неудачи проекта;

4) сотрудник четко понимает, за что компания готова его поощрить, и компания имеет ясное представление о том, за какие результаты и в каком объеме она готова выплатить вознаграждение.

Мотивация и стимулирование играют ключевую роль в успешном функционировании любой компании [6]. Качественная система мотивации помогает не только сохранить ценных сотрудников, но также увеличивает их производительность и приверженность рабочему процессу. Применяя различные методы стимулирования и оценивая их результативность, можно создать оптимальную мотивационную систему, которая поможет достичь целей компании и удовлетворить потребности сотрудников.

### Библиографический список

1. Ключков, А. КРІ и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов / Алексей Ключков. – М.: Эксмо, 2020. – 155 с.: ил., табл.; 21 см. – (PR-Библиотека); ISBN 978-5-699-37901-9 (в пер.).

2. Адашев, А.У. Мотивация персонала как функция менеджмента / А.У. Адашев, Х.О. Арслонов // Мировая наука. – 2019. – № 1(22). – С. 34–37.

3. Балаев, В.А. Мотивация персонала. Современные подходы в мотивации персонала / В.А. Балаев, В.С. Гридчин, Н.А. Чаплыгин // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сборник статей по материалам CLX международной научно-практической конференции, Москва, 06 апреля 2020 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Интернаука», 2020. – С. 267–271.

4. Горносталева, М.Е. Мотивация персонала организации на основе совершенствования оплаты труда / М.Е. Горносталева // Синергия Наук. – 2020. – № 54. – С. 379–392.

5. Десслер, Г. Управление персоналом / Г. Десслер; пер. 9-го англ. изд. – 4-е изд., электрон. – Москва: Лаборатория знаний, 2020. – 802 с.

6. Егоршин, А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие / А.П. Егоршин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 378 с.

© Адиева А.И., 2023

Т.Р. АХМЕТЬЯНОВ

*ahmetyanov.t@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ж.Б. РОЗАНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ: АКТУАЛЬНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ И ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматривается вопрос эффективного внедрения методов нематериальной мотивации и производится оценка элементов из практики регионального телевидения. Описывается поэтапный план по реализации мероприятий и контролю над их исполнением.

*Ключевые слова:* нематериальная мотивация; телевидение; система мотивации; внедрение; стимулирование персонала.

«Мотивацию надо поднять. Мотивация – это чудо». Фраза героя известного в сети ролика, который не так давно обрел популярность и откликнулся в сердцах аудитории. Из количества пользователей, тронутых простым, но понятным посылом, подтверждаем мысль – мотивация действительно является важным элементом при выстраивании политики управления персоналом в организации.

Независимо от сферы, в которой осуществляется деятельность предприятия и вектор его развития на ближайшие годы, то, насколько заинтересован персонал в том, чтобы достигать общих целей, в сущности, предвещает успешность или же обреченность замыслов менеджмента.

Для осознания основного метода мотивации, который наиболее распространен и эффективен во множестве случаев, достаточно задать вопрос: «Что нужно, чтобы оказать ту или иную услугу?». Ответом, как правило, являются деньги. Переработки, перевыполнение плана, увеличение продаж, все это ведет за собой один простой метод стимулирования – доплата к основному окладу. Данный подход широко распространен и требует относительно меньших хлопот, нежели методы нематериальной мотивации. Объясняется это тем, что за счет большей популярности изучено и представлено множество готовых решений, которые проще адаптировать под свое предприятие.

Нематериальная мотивация же иначе – склонна к индивидуальным наработкам в каждом секторе, что часто отпугивает и подталкивает на применение набивших оскомину выплат.

В области телевидения персонал преимущественно состоит из людей творчески направленных, за счет чего для данного сектора преобладают иные методы стимулирования и мотивации к деятельности. Если человек первоначально пришел на работу с идеей самореализации и улучшения

собственных навыков, то, вероятнее всего, его меньше заботит то, сколько ему доплатят за час времени, нежели то, сколько он вынесет полезного опыта и как это отразится на его компетентности в тех или иных вопросах.

Подобный сотрудник вряд ли вольется в затею руководства, если это подразумевает лишь больше чисел перед запятой в конце месяца. Данному типу куда важнее то, что он извлечет. Гораздо важнее для работников сам процесс работы, то, как осуществляются коммуникации, способны ли их услышать вышестоящие управленцы, существуют ли действительно полезные корпоративные мероприятия для развития компетенций и виды поощрений, не привязанных к деньгам.

В ходе написания статьи был проведен опрос сотрудников о том, что их привлекает в работе на телевидении (рис. 1).

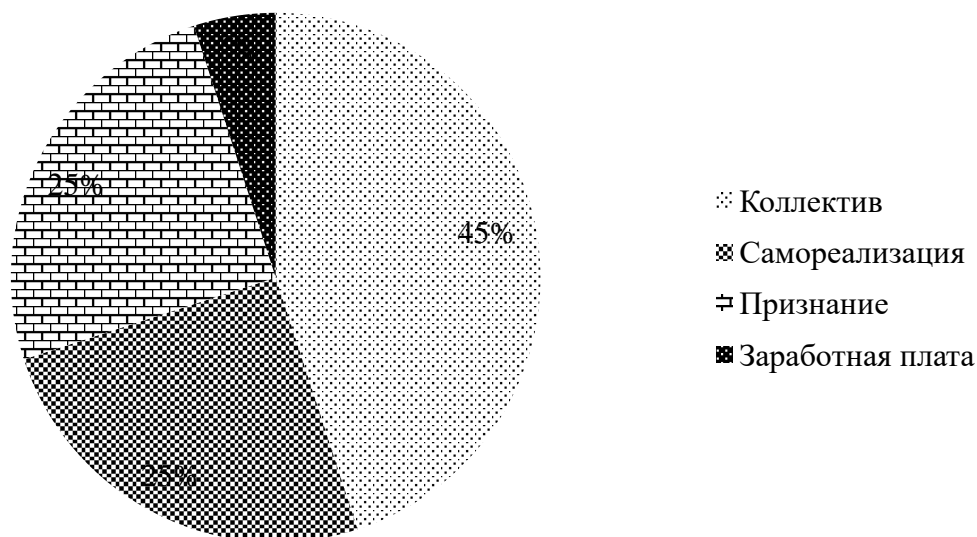


Рис. 1. Результаты опроса сотрудников по мотивации труда

Большая часть респондентов выделила коллектив и коллективные мероприятия за преобладающий стимул приходить на работу снова и снова. Далее следовали желание признания, совершенствования навыков, и уже на отдаленном участке появились упоминания о заработной плате. Прежде им важно признание, самореализация и круг единомышленников.

Среди методов нематериальной мотивации в региональном телевидении особенно выделяются корпоративные мероприятия, в организации которых принимают участие сами сотрудники и получают возможность реализовать свои идеи или взять под контроль разработку сценария и выбор места. Это также выступает неким стимулом проявить себя и получить признание своих талантов и умений. Во взаимодействии рождается множество идей, сплачивается сам коллектив и руководство, что приводит к увеличению лояльности с обеих сторон.

Также эффективной мерой нематериального стимулирования выступает выбор программ повышения квалификации. Здесь стоит учитывать пожелания сотрудников и осуществлять подбор получаемых компетенций согласно роду деятельности на предприятии. Для этого требуется создать выборку по заинтересованности тем или иным направлением для каждого отдела предприятия. Далее выявляются пожелания сторон, возможно представление с использованием лепестковых диаграмм, чтобы наглядно определить что служит «золотой серединой» интересов для данной категории работников. Для этих целей, как правило, проводится оперативное совещание, где на обсуждение выносятся имеющиеся в распоряжении программы обучения и в результате голосования принимается решение об участии. Отметим, что сам процесс обратной связи должен быть налажен качественно, поскольку, не имея должного представления о том, зачем это нужно и как это отразится на карьерном пути, сотрудник, не желая получать дополнительных задач поверх основных, скорее всего, откажется.

Но сложность внедрения политики стимулирования персонала нематериальными элементами проявляется на начальных этапах. Частая ошибка руководителей состоит в субъективности взгляда при разработке, как плана развития организации, так и методов поощрения ее сотрудников. Мотивация и ее элементы не будут эффективно проявлять себя, если будет выстроен процесс взаимодействия, перекликающийся с особенностями коллектива и отдельно взятых категорий сотрудников. Если внедрять хаотичные элементы из разных моделей мотивации, то, как минимум это замедлит процесс формирования конечной модели мотивации в организации, в другом случае это приведет к тому, что сотрудники попросту не будут обращаться к модели стимулирования, поскольку ничего в ней не понимают.

Итак, для проработки в организации системы нематериальной мотивации необходимо учесть следующие этапы, представленные на рис. 2.



Рис. 2. Этапы внедрения системы нематериального мотивирования

### 1. Цель мотивирования.

Зачем мотивировать персонал? Какую цель это несёт? Увеличение производительности, рост лояльности перед организацией, формирование



благоприятной атмосферы в коллективе? На начальном этапе необходимо понять, что компания хочет получить от внедрения инструментов нематериальной мотивации. Как было указано ранее, чтобы побороть текучесть кадров, необходимо использовать удержание с помощью карьерных перспектив и признания заслуг. А для укрепления командного духа и формирования коллективного мышления больше подойдут корпоративные мероприятия как формальной, так и неформальной направленности.

## 2. Чего хотят сотрудники?

Выше упоминалось о субъективности некоторых управленцев при формировании стратегии, перенимая опыт сторонних предприятий, часто забываются особенности отрасли, в которой ведет свою деятельность предприятие. Менеджмент расставляет иные приоритеты, руководствуясь законом Парето, но и он не всегда является абсолютной истиной в решении ряда вопросов. Низкий уровень обратной связи и нежелание услышать подчиненных ведет к абсолютно разному восприятию и неэффективным решениям. Возможным выходом является периодическое анкетирование или живой опрос команды. Однако стоит учитывать, что при рассмотрении среза исключительно активных участников коллектива представление общей картины может исказиться, поэтому необходимо находить отклик от каждого работника. Наиболее эффективным по охвату и репрезентативности методом является анкетирование. Помимо опроса, безусловным лидером является «мозговой штурм», следует провести выборку специалистов из каждого отдела и провести анализ предложенных идей, вычленив из них наиболее привлекательные для реализации.

## 3. Планирование ввода модели мотивации.

Производится «упаковка» разработанных элементов мотивации, на совещании с коллективом подробно описывается процесс обновленного взаимодействия, как будет осуществляться поощрение и самое главное – что необходимо для его получения. Важно донести основные послы новой модели мотивирования языком доступным для каждого сотрудника. Помимо озвучивания подкрепить визуальным рядом, добавить структурированность и дать возможность работникам самостоятельно изучить материал, дополнительно распространив его через внутренние каналы коммуникации. Презентабельность играет ключевую роль. В ходе обсуждений и совещаний необходимо отразить на графике поэтапный план внедрения, как будет отслеживаться эффективность, и то какие мероприятия запланированы в будущем. В конечном счёте, то насколько плавным и проработанным будет процесс интеграции обновлений, определит, сколько внешнего стресса испытают работники, адаптируясь к новой трудовой реальности

## 4. Мониторинг эффективности.

Мониторинг является эффективным инструментом, позволяющим отследить то, как реализуются проводимые мероприятия. Основным критерием эффективности является регулярность проведения. Частота отслеживания определяется в соответствии с планом реализации, это может быть раз в месяц

для краткосрочных мероприятий и раз в полгода для более масштабных нововведений. Эффективным способом является анкетирование. Если первоначальной идеей служило уменьшение текучести кадров, то вопросы должны касаться темы рекомендации компании для трудоустройства, в дальнейшем, уровня коммуникаций в коллективе, оценке обратной связи, получаемой в процессе работы.

#### 5. Продолжать совершенствоваться.

Случается, что полученная картина разнится с ожидаемым положением, в таком случае необходимо пересмотреть систему и выделить те элементы, которые показали наименьшую эффективность. Затем, проанализировав, приступить к повторному внедрению. Но ни в коем случае не нужно отказываться от нематериальной мотивации, порой смена лиц в коллективе означает смену интересов, и, в связи с этим, необходимо регулярно дополнять и пересматривать элементы в соответствии с запросами новоприбывших сотрудников.

Подводя итог, нематериальная мотивация является важным элементом в общей картине организации, то, как она выстроена и насколько эффективно показывают себя ее инструменты в деле, определяет удовлетворенность сотрудников и их желание работать в данной организации. Классическое понимание мотивации не всегда сводится к денежному эквиваленту. Ранее в статье указывалось, что в отдельных сферах, таких как телевидение, преимущество остается за нематериальными стимулами.

В современном мире необходимо держать руку на пульсе и отслеживать тенденции управления персоналом, чтобы в коллективе была благоприятная атмосфера, и каждый сотрудник ощущал себя частью общего дела, от возможности быть услышанным до самореализации.

### **Библиографический список**

1. Сабетова, Т.В. Специфические особенности конкуренции на рынке труда как одного из ресурсных рынков // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 49. – С. 99–103.

2. Экономические и гуманитарные аспекты современного менеджмента / Амирханова Л.Р., Бикметов Е.Ю., Голиков С. В. – Уфа: УГАТУ, 2021. – 142 с.

3. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие [Текст] / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 496 с.

4. Андреева, Н.Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация [Текст] / Н.Н. Андреева / Маркетинговые коммуникации. – 2018. – № 4. – С. 236–247.

5. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.

© Ахметьянов Т.Р., 2023

М.А. БОЛЬШАКОВА, С.А. БОЛЬШАКОВА  
*avmariya2003@icloud.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.И. СПИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РЕАБИЛИТАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ В ОБЩЕСТВО ВЕТЕРАНОВ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ УКРАИНЫ ИЗ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН, ПОЛУЧИВШИХ УВЕЧЬЯ ВО ВРЕМЯ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрено решение проблемы, которая появилась с началом специальной военной операции на территории Украины. Подробно описана экономическая составляющая решения, составлен портрет пользователя конечным продуктом, а также альтернативные решения и возможные аналоги-конкуренты в данном аспекте.

*Ключевые слова:* мобилизованные граждане; инвалидность; чат-мессенджер; социальная поддержка; психологическая помощь; трудоустройство; переквалификация; ограничения.

24 февраля 2022 года Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин выступил с обращением, где глава государства объяснил и аргументировал начало специальной военной операции на Донбассе, в связи с обострением ситуации в регионе, в результате обстрелов со стороны украинских военных. Частичная мобилизация граждан была объявлена 21 сентября 2022 года, а уже 31 октября – объявили о её завершении. Министр обороны Российской Федерации – Сергей Кужугетович Шойгу на расширенном заседании коллегии министерства 21 декабря 2022 года заявил, что на военную службу было призвано 300 000 граждан, пребывающих в запасе, а также 20 000 человек, которые поступили в войска в качестве добровольцев, не дожидаясь повесток. В связи с проведением специальной военной операции на территории Украины было мобилизовано большое количество молодых парней, а также стоит отметить и тех, кто ушел в ряды солдат добровольно. Так как довольно большой процент от общего числа мобилизованных солдат не представляет всех реалий военных действий, то следует ожидать большое количество раненых, а также людей, получивших увечья. При поиске в интернете дополнительной информации по числу раненых, можно увидеть цифры, которые начинаются от 15 000 человек и доходят до показателя – 20 000 человек [7]. Столь внушительные цифры говорят о том, что многие судьбы мужчин будут изменены, так как им придется оказаться в непривычной обстановке, в которой тяжело быстро адаптироваться к изменениям.

Военные служащие, которые получили увечье – в последствие могут получить инвалидность, которая имеет свои особенности и ограничения в жизнедеятельности человека. Законодательство Российской Федерации предусматривает поддержку всех россиян с инвалидностью, особенно выделяя заслуги военных служащих, которые получили увечья во время несения воинской службы.

Для получения статуса инвалидности необходимо подать заявление на получение статуса не позднее трёх месяцев с момента демобилизации военнослужащего. Людям, получившим статус инвалида, присваивается ещё и группа инвалидности, которая характеризует состояние здоровья (табл. 1) [6].

*Таблица 1*

Медицинские характеристики состояния здоровья граждан по группам  
инвалидности

Группа инвалидности	Характеристика
I	Присваивается, если военнослужащий нуждается в постоянном уходе третьих лиц, то есть не может самостоятельно обслуживать себя
II	Назначается гражданам, имеющим непоправимое нарушение жизненных функций организма, которые требуют частичной помощи иных лиц
III	Её получают военнослужащие, которые из-за ухудшения здоровья не могут продолжать военную службу, но не нуждаются в посторонней помощи в бытовых условиях

После ампутации конечности, военнослужащим гражданам временно присваивают I группу инвалидности. Однако с заживлением культи и постепенной адаптации к протезируемым частям тела – следует получение II и III группы инвалидности [5].

Чаще всего адаптация к новому образу жизни проходит очень тяжело, оставляя свои следы на жизненном пути человека. Происходит резонанс в привычном быту человека, приходится психологически перестраивать себя, а также искать новое призвание и работу, которые приносили бы доход семье военнослужащего гражданина. Многие мужчины, парни возвращаются обратно на военные действия, так как им, так и не удастся найти себя в обыденной раннее обстановке.

Исходя из всего вышеперечисленного можно смело обозначить проблему, решением которой и станет тема данной статьи, – «Реабилитация и интеграция в общество ветеранов специальной военной операции на территории Украины из Республики Башкортостан, получивших увечья во время военных действий».

Решением может послужить, созданный нами, чат-мессенджер в социальной сети «Telegram», который благодаря нескольким модификаторам

будет оказывать помощь людям с адаптацией. Разделение внутри чата осуществляется по трем направлениям:

- 1) социальная помощь;
- 2) психологическая помощь;
- 3) помощь в трудоустройстве.

В разделе «социальная помощь» – содержатся все актуальные социальные выплаты и способы поддержки самих военнослужащих, а также их семей в различных жизненных ситуациях. В разделе «психологическая помощь» – специалист по работе с бывшими военнослужащими сможет оказать психологическую поддержку путем взаимодействия через анонимный чат, а также использовать в индивидуальных случаях дополнительные средства виртуальной коммуникации такие как: онлайн-звонок по видеосвязи или аудиосвязи, очные встречи в специально организованных местах. В разделе «помощь в трудоустройстве» – будут представлены индивидуальные предложения, с учетом персональных приобретенных особенностей в связи с получением увечий во время военных действий, по найму на работу, а также предложения повышения квалификации/переквалификации.

Для того чтобы решить данную проблему необходимо выделить из общего числа предполагаемых потребителей решения основную часть, тем самым создав портрет пользователя. Конечными пользователями, в большинстве случаев, будут ветераны специальной военной операции, которые получили увечья во время участия в военных действиях, а также все ветераны специальной военной операции, которым требуется социально-психологическая помощь в Республики Башкортостан. Основные характеристики потребителей:

- 1) пол потребителя: мужской;
- 2) возраст: от 18 до 48 лет – возрастные рамки взяты с учетом возраста мобилизованных, а также максимально допустимый возраст граждан, поступающих на добровольной основе в Республике Башкортостан;
- 3) уровень доходов: низкий, так как на всей территории Республики Башкортостан среднестатистический показатель, приблизительно, равен 40 000 рублей, что считается, достаточно, низким показателем по меркам Российской Федерации;
- 4) уровень образования: средний;
- 5) место проживания: регион.

Особое внимание при создании данного решения стоит уделить и ограничениям, с которыми можно столкнуться в данном аспекте. Помимо сложности в работе с психологической точки зрения, стоит отметить и Трудовой кодекс Российской Федерации (статьи 92, 94, 96, 99, 113, 128), который строго разграничивает трудовую деятельность граждан с определенной степенью инвалидности, а также Федеральным законом от 21 июля 2014 года № 181-ФЗ и приказом Министерства здравоохранения и социального развития от 24 ноября 2010 года № 1031н, от 4 августа 2008 года № 379н и от 29 сентября 2014 года № 664н. Регламентируются трудовые условия для данной льготной категории путем [3]:

1) 30 дней отпуска за счет организации, 60 календарных дней в год без оплаты (статья 128 ТК РФ);

2) запрещена работа сверх графика и в ночное время (статья 96, 99 ТК РФ);

3) организация рабочего места в соответствии с потребностями инвалида (гигиенические требования 2.2.9.2510-09) [2];

4) работа в выходные и праздники - только с личного согласия и если это не противоречит индивидуальной программе реабилитации и абилитации инвалида (статья 113 ТК РФ) [1];

5) для инвалидов 2 группы – сокращенная рабочая неделя до 35 часов;

6) если в организации работает больше 100 сотрудников, руководитель получает квоту на устройство людей с ограниченными возможностями в количестве 2–4% от общего количества работников.

Помимо ограничений в сфере трудоустройства лиц с ограниченными возможностями хотелось бы упомянуть и положительную сторону данного аспекта для работодателя. В рамках программы социальной интеграции инвалидов работодателям установлены льготы:

1) тарифные ставки на взносы в пенсионный фонд и социальный фонд Российской Федерации снижаются (21% и 3,7% соответственно);

2) по налогообложению имущественных объектов, находящихся в собственности компании;

3) по уплате подоходного налога;

4) субсидирование на обустройство рабочих мест (для инвалидов II группы в размере не более 72 000 рублей, III группы – до 65 000 рублей).

Далее рассмотрим экономическую составляющую данного решения на поставленную ранее проблему. В первую очередь, хотелось бы отметить почти полное отсутствие основных конкурентов, так как данное решение является уникальным сочетанием в себе всех необходимых данных и сведений для благополучной интеграции в общество ветеранов специальной военной операции, которые получили увечья во время военных действий. С косвенными же конкурентами будет намного логичнее и эффективнее объединить усилия для того, чтобы помочь людям, которые так нуждаются в поддержке и помощи на данном этапе жизненного пути.

Основа данного решения – является, в основном, благотворительной, то есть изначально для создания чат-мессенджера и дальнейшего его продвижения в обществе необходимо будет обратиться к государственной поддержке. Так как данный аспект будет очень остро стоять не только с окончанием военных действий, а уже в самое ближайшее время. Со временем, после запуска данного проекта прибыль можно будет получить из коммерческих фондов, которые активно направлены на помощь солдатам специальной военной операции и их семьям. На данный момент активно растет вклад таких коммерческих фондов, как: «Интерфакс Россия», «Один для всех». Со временем таких фондов становится все больше и больше, что ещё раз подтверждает актуальность данных проблемы и решения.

Необходимо особо выделить и компании, в которых смогут трудиться ветераны специальной военной операции, так как в дальнейшем проектное решение сможет обеспечить данные организации необходимыми кадрами, а также даст возможность использовать льготы, которые были перечислены выше. В данный момент мы можем, приблизительно, посчитать необходимые денежные средства для запуска решения:

- 1) работа специалистов-психологов: 150 000 рублей;
- 2) работа IT-специалистов: 80 000 рублей;
- 3) работа СММ-менеджеров: 50 000 рублей;
- 4) работа специалистов в сфере социальной помощи: 100 000 рублей;
- 5) работа HR-менеджера: 100 000 рублей [8].

На данный момент, приблизительно, общий расход для запуска чат-мессенджера составляет 480 000 рублей, что включает в себя не только создание и запуск решения, но и продвижение в массы посредством работы СММ-менеджеров. Продвижение будет происходить через активную рекламу в популярных социальных сетях, так как именно там про данное решение смогут узнать большее количество людей, что способствует быстрому распространению и взаимодействию с теми гражданами, которым необходима помощь в данном аспекте.

В современном мире нет ничего более важного, чем человек. Развитие человеческого потенциала – одно из основных направлений 2023 года. Благодаря людям – полным ходом идут сильнейшие преобразования в социальных, экономических и технологических сферах жизнедеятельности. Личность стала основным звеном для создания нового, уникального и дифференцированного товара, услуги. Человеческие ресурсы вышли на первый план, особое внимание уделяя индивидуальности и персонализации во всех аспектах. Недаром, ещё в середине XX века Джон Гэлбрейт в своей книге «Общество изобилия» применил научное понятие – «качество жизни». С развитием данного термина для анализа «качества жизни» стали анализировать следующие показатели:

- 1) социально-демографические – это фактическая продолжительность жизни (рис. 1), динамика заболеваемости, рождаемости, смертности;
- 2) экономическая активность населения – это уровень безработицы, миграция населения и её причины;
- 3) социальная напряженность – это участие в политических мероприятиях, забастовках, доля теневой экономики в ВВП, динамика преступности;
- 4) развитие социальной сферы – это доля расходов на образование, науку, здравоохранение и культуру в ВВП, количество учащихся и студентов и другие;
- 5) экологические – это содержание вредных веществ в атмосфере, почве, воде, продуктах питания, затраты на экологию в ВВП, вклад в охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов [9].

В Российской Федерации в основе оценки некоторых элементов качества жизни лежат показатели минимального размера оплаты труда, прожиточного минимума и обеспеченность населения учреждениями здравоохранения, образования, культуры и другими видами.

Обратим свое внимание на социально-демографические показатели, а именно на продолжительность жизни населения на территории РФ (табл. 2) [4].

*Таблица 2*

**Ожидаемая продолжительность жизни при рождении граждан Российской Федерации (число лет)**

Годы	Низкий вариант прогноза			Средний вариант прогноза			Высокий вариант прогноза		
	Мужчины и женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины и женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины и женщины	Мужчины	Женщины
2012	69,7	63,8	75,5	69,7	63,8	75,5	69,7	63,8	75,5
2013	68,7	62,8	74,8	70	64,1	75,9	71,3	65,5	76,9
2014	68,8	62,9	74,9	70,3	64,5	76,1	71,8	66,1	77,3
2015	68,9	63	75	70,6	64,8	76,3	72,3	66,7	77,7
2016	69	63,1	75	70,9	65,2	76,6	72,8	67,2	78,1
2017	69,1	63,2	75,1	71,2	65,5	76,8	73,2	67,8	78,4
2018	69,2	63,4	75,2	71,5	65,8	77	73,7	68,3	78,8
2019	69,3	63,5	75,2	71,7	66,1	77,2	74,1	68,8	79,1
2020	69,4	63,6	75,3	72	66,4	77,4	74,5	69,3	79,5
2021	69,4	63,7	75,3	72,2	66,7	77,6	74,9	69,8	79,8
2022	69,5	63,8	75,4	72,4	67	77,7	75,3	70,2	80,1
2023	69,6	63,9	75,4	72,6	67,3	77,9	75,7	70,7	80,4
2024	69,6	64	75,5	72,8	67,5	78,1	76	71,1	80,6
2025	69,7	64	75,5	73	67,8	78,2	76,4	71,5	80,9
2026	69,8	64,1	75,5	73,2	68	78,4	76,7	71,9	81,2
2027	69,8	64,2	75,6	73,4	68,2	78,5	77	72,3	81,4
2028	69,9	64,3	75,6	73,6	68,5	78,6	77,3	72,6	81,7
2029	69,9	64,4	75,6	73,8	68,7	78,8	77,6	73	81,9
2030	70	64,4	75,7	73,9	68,9	78,9	77,9	73,3	82,1

Из данных показателей следует сделать вывод о том, что к 2030 году будет заметно увеличена продолжительность жизни населения, как среди мужчин, так и среди женщин.

Именно поэтому создание данного проектного решения – это вклад в улучшение качества жизни населения в будущем, улучшение экономической, социальной сферы жизнедеятельности человека. Основные положительные стороны данного чат-мессенджера для решения поставленной проблемы:

1) повысить/сохранить уровень жизни населения в Республике Башкортостан;

2) улучшение/сохранение состояния экономики в Республике Башкортостан;



- 3) увеличение/сохранение производства национального дохода в регионе;
- 4) увеличение налоговых поступлений в бюджет, а следовательно увеличение доходной части регионального бюджета;
- 5) поддержка отечественных организаций Республики Башкортостан;
- 6) удобство пользования необходимыми материалами для комфортной жизнедеятельности ветеранов специальной военной операции.

Итак, практичное и современное в реализации и эксплуатации решение проблемы адаптации и интеграции в общество ветеранов специальной военной операции на территории Украины, которые получили увечья во время военных действий, сможет значительно упростить сложный жизненный этап на пути человека, который после всего пережитого остро нуждается во внимании, поддержке и направлении на дальнейшее развитие своего внутреннего потенциала, развития себя, как личности с новыми возможностями и особенностями организма, к которым зачастую трудно привыкнуть, но приложив совместные усилия – достигнуть желаемого результата получится намного быстрее и эффективнее.

### **Библиографический список**

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023).
2. Гигиенические требования к условиям труда инвалидов – Санитарные правила СП – 2.2.9.2510-09 от 18.05.2009.
3. Интернет-портал – КонсультантПлюс. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>.
4. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>.
5. «Справка об инвалидности 2023: какие гарантии предоставить сотруднику» – ИПК. – Режим доступа: <https://profkadrovik.ru/articles/working-conditions/spravka-ob-invalidnosti-2022-kakie-garantii-predostavit-sotrudniku-22-m8/#h3>.
6. «Как раненым военным получить помощь в реабилитации?» – Aura-Tech. – Режим доступа: <https://aura-tech.ru/information/news/kak-ranenyim-voennosluzhashhim-poluchit-pomoshh-v-reabilitaczii>.
7. «Шойгу назвал число добровольцев – участников СВО» – Известия-iz. – Режим доступа: <https://iz.ru/export/google/amp/1444315>.
8. «Ищу работу» – Интернет портал «hh.ru». – Режим доступа: <https://ufa.hh.ru>.
9. «Человек в современном мире: возможность развития» – CYBERLENINKA. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-v-sovremennom-mire-vozmozhnosti-razvitiya>.

© Большакова М.А., Большакова С.А., 2023

## **ДЕФИЦИТ КАДРОВ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА**

*Аннотация:* в статье рассмотрена актуальная проблема нехватки водителей общественного транспорта, угрожающая перспективному развитию транспортного обслуживания населения современных городов.

*Ключевые слова:* водитель; дефицит кадров; найм персонала; управление персоналом; общественный транспорт; имидж профессии.

Необходимость планирования персонала, по мнению многих экспертов в области управления человеческими ресурсами, является одним из основополагающих принципов, необходимых для долговременного существования, а также прогрессивного развития современного предприятия.

По информации, изложенной в учебнике «Управление персоналом» под авторством И. Б. Дураковой, своевременная необходимость планирования персоналом обусловлена тем, что пригодные с точки зрения компетенций – в нужном количестве и приемлемой для организации «цене» – работники не всегда имеются в необходимый момент времени. Нехватка персонала ставит под угрозу выполнение задач, переизбыток вызывает излишние расходы и, таким образом, угрожает существованию самой организации [1].

В настоящее время, с учетом развития профессий, которые предполагают удаленный режим работы, не требуют от соискателей практически никаких базовых знаний, но при этом предлагают достаточно высокий уровень заработной платы, особенно остро стоит вопрос дефицита кадров по многим рабочим профессиям. Может, дети до сих пор и мечтают стать водителями автобусов, но всё больше из них с возрастом предпочитает мечте высокий заработок, например, в IT, юриспруденции и менеджменте.

Одним из ярких примеров нехватки кадров, к сожалению, является недоукомплектованность автотранспортных предприятий, обслуживающих муниципальные маршруты регулярных перевозок, водителями. Наиболее удачно, на мой взгляд, роль общественного транспорта в социуме описана в учебнике Н. А. Троицкой «Транспортная система России». Так, автором обозначаются причинно-следственные связи между уровнем развития транспорта и структурой общества. Например, социологическое значения транспорта состоит в экономии времени, облегчении труда и повышении его производительности. Транспорт участвует также в организации досуга людей, то есть времени, необходимого для восстановления их производственных и

творческих способностей. При недостатках в работе транспорта, обслуживающего население, транспортная усталость может снижать производительность труда на 12% [2].

В последние несколько месяцев, согласно данным, размещенным в информационно-коммуникационной сети интернет, жители большинства городов нашей страны сетуют на увеличенные интервалы движения на городских автобусных, троллейбусных и трамвайных маршрутах. На многих востребованных направлениях интервалы растут даже в часы пиковой загрузки улично-дорожной сети – в то время, когда залезть в общественный транспорт и без того тяжело – а поздним вечером время ожидания автобуса может превысить продолжительность поездки от начального до конечного остановочного пункта. Описанная тенденция вызывает справедливые нарекания среди пассажиров, увеличивается негативный фон и недовольство работой органов местного самоуправления. Ввиду чего, многие муниципалитеты, практикующие заключение контрактов на выполнение транспортной работы по перевозке маршрутами общественного транспорта вынужденно пошли на уменьшение заявленных в контракте объемов работ. Однако это связано отнюдь не с убытками отрасли и экономией бюджета – проблема гораздо более масштабная.

Причина в том, что деньги – это не единственный ресурс, без которого общественный транспорт не сможет существовать. Нехватка водителей городского транспорта – глобальная проблема, осознаваемая в разных уголках планеты. Ввиду чего учёные-транспортники с завидной регулярностью презентуют на конференциях новые концепты беспилотного городского транспорта, но внедрение таких технологий займет не одно десятилетие.

В настоящее время, городское транспортное сообщение Уфы обеспечивается ГУП «Башавтотранс» РБ, МУП «УИТ» ГО г. Уфы РБ, семью обществами с ограниченной ответственностью и тремя индивидуальными предпринимателями по 74 автобусным, 7 трамвайным и 9 троллейбусным регулярным маршрутам.

Проанализировав открытый банк вакансий, Республиканского ГКУ «Республиканский центр занятости населения», по выборке «водитель пассажирского автобуса» с районом трудоустройства в городе Уфе, числится 15 открытых вакансий с общим количеством вакантных мест – 282. Большая часть водителей требуется в ГУП «Башавтотранс» РБ (79% вакантных мест) для обслуживания городских маршрутов. Уровень предлагаемой заработной платы варьируется от 50 до 85 тысяч рублей в месяц. Стоит отметить, что согласно указанному ресурсу, соискателей по той же профессии на сегодняшний день не зарегистрировано. Схожая ситуация по водителям трамвая и троллейбуса, всего по проанализированным данным муниципальному перевозчику требуется 75 водителей, уровень заработной платы от 25 до 45 тысяч рублей в месяц. Банк соискателей по рассматриваемому направлению также пуст. Потребность в водителях пассажирского подвижного состава, у перевозчиков независимо от формы собственности предприятия, несомненно, остается на высоком уровне и, кроме того, возрастает с каждым годом.

Учитывая нехватку водителей, дальнейшее развитие транспортного обслуживания Уфы, в особенности районов с выраженной активной жилой застройкой, под большим вопросом. Даже приобретение дополнительно новой техники не увеличит среднесуточный выпуск пассажирского транспорта на линию ввиду обозначенной нехватки водительского состава.

Работники отделов кадров транспортных предприятий, ввиду колоссальной нехватки работников, вынуждены прибегать как к пассивным (размещение объявлений о вакансиях в средствах массовой информации, ожидание встречных предложений), так и активным методам набора персонала.

К активным методам обычно прибегают в том случае, когда на рынке труда спрос на рабочую силу, особенно квалифицированную, превышает ее предложение [3]. Так, к активным методам можно отнести, например, обращения в центр занятости населения, работу с профильными учебными заведениями (автотранспортными колледжами), компьютеризированные службы подбора работников, использование так называемых «вербовщиков».

Помимо этого, компании стараются привлечь внимание к важности профессии, повысить ее имидж среди соискателей и тем самым обеспечить стабильный поток необходимых специалистов для предприятия. Например, ГУП «Башавтотранс» РБ проводит ежегодные конкурсы профессионального мастерства среди водителей и контролёров-кассиров, а МУП «УИТ» ГО г. Уфы РБ проводит городской конкурс профессионального мастерства среди водителей троллейбуса. Кроме того, для создания комфортных условий труда водителей городскими перевозчиками ведется планомерное обновление морально устаревшего подвижного состава на современные и комфортабельные автобусы и троллейбусы, оснащенные по последнему слову техники.

В заключении хочется сказать, что для решения, рассматриваемой в статье проблемы, необходим комплексный и разносторонний подход. Как видно из приведенной статистики, предпринимаемых действий, направленных на доукомплектование штата водителей в условиях сегодняшнего дня, безусловно, недостаточно. Учитывая мировую тенденцию развития общественного транспорта как основного способа передвижения населения, вопрос с кадрами должен рассматриваться как можно скорее.

### **Библиографический список**

1. Дуракова, И.Б. Управление персоналом. Учебник / И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, С.М. Талтынов и др.; ИНФРА-М; Москва, 2016. – 569 с.
2. Троицкая, Н.А. Транспортная система России: учебник / Н.А. Троицкая. – Москва: КНОРУС, 2018. – 206 с.
3. Никишина, А.Л. Техника отбора и найма персонала: учебное пособие / А.Л. Никишина. – Изд-во ТГУ, 2016. – 157 с.

© Гилязов Э.Р., 2023

К.Г. ИВУШКИН

*ivushkin\_kuzma@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. Ф.В. ПРОЦЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МОНОГОРОДА КАК ТЕРРИТОРИИ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* в статье раскрываются особенности создания территорий опережающего развития (ТОР), их виды и цели. Рассказывается о проблемах моногородов. Проанализировано влияние ТОР на моногорода Республики Башкортостан. Рассказывается про оценку деятельности ТОР.

*Ключевые слова:* ТОР, ТОСЭР, моногород, ЗАТО, ДФО.

Территория опережающего развития (ТОР) – это такая часть субъекта РФ, на которой был установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской деятельности [1]. Основными целями создания ТОР являются: поддержка населения путём создания комфортных условий жизнедеятельности, ускорение социально-экономического развития, достижение благоприятного инвестиционного климата. Так же ТОР – это один из видов территорий с преференциальным режимом, используемый в региональной политике.

История создания таких территорий в России началась со следующих слов Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина: «Кроме того, на Дальнем Востоке и в Восточной Сибири предлагаю создать сеть специальных территорий опережающего экономического развития с особыми условиями для организации несырьевых производств, ориентированных в том числе и на экспорт», которые были сказаны 12 декабря 2013 года в ходе ежегодного послания Федеральному Собранию РФ [2]. То есть первоначально ТОР должны были создаваться исключительно на территории Дальневосточного федерального округа (ДФО).

Уже в конце следующего года был принят Федеральный закон «О территориях опережающего социально-экономического развития» № 473-ФЗ от 29 декабря 2014 года. Важно отметить, что с 11 января 2023 года Федеральным законом от 14 июля 2022 года № 271-ФЗ из названия 473-ФЗ было исключено словосочетание «социально-экономического». Инициатором переименования является Минвостокразвития. Этот факт позволяет нам считать территорию опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) и территорию опережающего развития (ТОР) тождественными понятиями.

25 июня 2015 года постановлением Правительства № 628 в России начала свою деятельность первая ТОР «Комсомольск» в Хабаровском крае.

Уже 28 января 2016 года постановлением Правительства № 44 впервые статус ТОР получил моногород Набережные Челны.

Важно отметить, что создание ТОР на территории моногородов, отличается от создания ТОР в ДФО и на территориях закрытых административно-территориальных образований (ЗАТО). Главное отличие – срок деятельности ТОР: для ТОР на территории моногородов – это 10 лет, с возможностью продления на 5 лет [3], для всех остальных этот срок равен 70 годам.

С 30 марта 2015 года в течение 3 лет разрешалось создавать ТОР только на территориях субъектов, входящих в ДФО и в моногородах с наиболее сложным социально-экономическим положением. С 1 января 2016 года было разрешено создавать ТОР на территориях ЗАТО. С 1 января 2017 года право создания ТОР распространилось на все моногорода, а с 30 марта 2018 года ТОР можно создавать по всей России. Постановлением Правительства РФ от 28 июля 2022 г. № 1346 на 2 года был продлён срок существования 80 ТОР, созданных на территориях моногородов. Целью этого постановления является продление налоговых преференций резидентам ТОР, которые соответствуют критериям, установленным этим Постановлением в порядке установленным Правительством РФ.

Решение о присвоении статуса ТОР принимает Правительство РФ. Так же оно устанавливает перечень видов экономической деятельности, которыми можно заниматься на конкретной территории.

Резидентам упрощают административные процедуры, также им предоставляются существенные налоговые преференции. Резиденты ТОР могут получить для реализации проекта земельный участок и воспользоваться готовой инфраструктурой.

Функции управления в ТОР выполняют управляющие компании. Контроль над деятельностью управляющих компаний ведёт Минэкономразвития РФ или Минвостокразвития РФ.

Так, например, АО «Атом-ТОР» является управляющей компанией всех ТОР, созданных на территориях ЗАТО. В список этих ТОР входят 8 атомных городов, а именно Саров, Новоуральск, Лесной, Заречный, Озёрск, Снежинск, Северск и Железногорск. Из этого списка все города, кроме Лесного, Новоуральска и Сарова, также включены в перечень моногородов.

Можно выделить следующие виды ТОР:

– ТОР, созданные на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) за исключением, созданных на территории ДФО (далее ТОР МГ);

– ТОР, созданные на территории ЗАТО, в том числе являющихся моногородами (далее ТОР ЗАТО);

– ТОР, созданные на территории ДФО, а также ТОР «Столица Арктики» (далее ТОР ДВ).

На основании вышесказанного представлена табл. 1. Количество созданных ТОР взято с сайта Минэкономразвития РФ [4].

Сравнительная таблица видов ТОР

Показатели	ТОР МГ	ТОР ЗАТО	ТОР ДВ
Срок деятельности ТОР	10 лет	70 лет	70 лет
Минимальный объём инвестиций для резидентов	2,5 млн рублей	500 тыс. рублей	500 тыс. рублей
Ответственное Министерство	Минэкономразвития	Минэкономразвития	Минвостокразвития
Количество действующих ТОР	84	8	19

По табл. 1 видно, что минимальный «порог» вхождения для резидентов ТОР в моногородах выше, чем для резидентов ТОР на Дальнем Востоке. Так же мы видим, что больше всего создано ТОР МГ.

Важно разобраться, какие населённые пункты принято считать моногородами и почему их необходимо поддерживать. Законодательно установлено, что моногородами признаются городские округа или городские поселения, в которых как минимум 20% работников трудоустроены на градообразующем предприятии, численность постоянного населения должна быть не менее 3 тыс. человек, а так же населённый пункт должен быть включён в перечень монопрофильных муниципальных образований (распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014, № 1398-р) [5]. Основными проблемами большинства российских моногородов являются: высокий уровень безработицы, напряжённая экологическая ситуация, снижение численности населения и низкая инвестиционная привлекательность.

На данный момент в перечень Правительства РФ включено 321 поселение в статусе «монопрофильное муниципальное образование», в том числе в Республике Башкортостан к моногородам относятся 6 поселений: Белебей, Белорецк, Благовещенск, Кумертау, Нефтекамск, Учалы.

Выделяют три категории моногородов [6]:

- моногорода с наиболее сложным социально-экономическим положением;
- моногорода, в которых имеются риски ухудшения социально-экономического положения;
- моногорода со стабильной социально-экономической ситуацией.

К первой категории относится 97 моногородов. В их число входят такие города Республики Башкортостан, как Белебей и Кумертау. Ко второй категории относятся 149 моногородов, в том числе Белорецк и Нефтекамск. В третьей категории числится 75 моногородов, среди которых Учалы и Благовещенск.

В Республике Башкортостан 5 моногородов из 6 имеют статус ТОР. В декабре 2016 года такой статус получили города Белебей и Кумертау, а в феврале 2019 года – города Благовещенск, Белорецк и Нефтекамск.

В реестр резидентов ТОР, формируемый Минэкономразвития России, по состоянию на 8 сентября 2023 года включено 129 резидентов (Кумертау – 36, Белебей – 22, Благовещенск – 35, Нефтекамск – 22, Белорецк – 14). По количеству привлеченных резидентов на ТОР Башкортостан в лидерах среди регионов России (Республика Татарстан – 130, Самарская область – 77), что бесспорно свидетельствует о создании благоприятных условий для развития инвестиционной деятельности.

В планах реализация инвестиционных проектов резидентами ТОР Республики позволит привлечь порядка 46,8 млрд рублей инвестиций и создать 9 982 рабочих места (Кумертау – 2 151, Белебей – 1 113, Нефтекамск – 1 511, Благовещенск – 4 615, Белорецк – 592). По состоянию на 1 июля 2023 года резидентами проинвестировано нарастающим итогом 8,3 млрд рублей, создано более 5,3 тыс. новых рабочих мест.

По данным рейтинга инвестиционной привлекательности регионов РФ агентства «Эксперт РА» Башкортостан имел в 2016 – умеренный уровень (В-2), 2017 и 2018 – очень высокий уровень (А-2), 2019 и 2020 – умеренный уровень (В-2), 2021 – средний уровень (В-1), 2022 и 2023 – высокий уровень (А-3).

В Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата Агентства стратегических инициатив (АИС) Башкортостан в 2023 году занимает 4 место (для сравнения, в 2016 году – 20 место).

Благодаря действию преференциального режима во всех ТОР Республики Башкортостан значительно увеличился объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и оказанных услуг собственными силами по чистому виду экономической деятельности «промышленное производство». Так, на ТОР «Кумертау» данный показатель за время функционирования ТОР вырос более чем в 4 раза, а в Нефтекамске – почти в 1,8 раза. По итогам первых 7 месяцев 2023 года все ТОР Республики продемонстрировали положительную динамику данного показателя [4].

Также наблюдается увеличение объема инвестиций в основной капитал по крупным и средним предприятиям на всех ТОР региона. Почти в 3 раза нарастила инвестиции ТОР «Нефтекамск», порядка 2-х раз – ТОР «Благовещенск» и «Кумертау» [4].

Функционирование ТОР оказало позитивное влияние на сокращение уровня зарегистрированной безработицы в моногородах. В частности, в Белебее данный показатель снизился за 6 лет более чем в 3 раза (с 1,06% до 0,30%), на остальных территориях удалось переломить негативный тренд и обеспечить 2-й год подряд стабильное снижение безработицы. По итогам 1 полугодия 2023 года к аналогичному периоду прошлого года также наблюдается снижение уровня зарегистрированной безработицы во всех ТОР [4].

Кроме того, по итогам 2022 года на всех ТОР фиксируется миграционный прирост населения. Ранее, за исключением Нефтекамска, здесь везде фиксировался миграционный отток. Развитие данных территории способствовало также повышению уровня благосостояния населения. Например, в Белебее и Кумертау уровень заработной платы за период



функционирования ТОР вырос более чем в 1,5 раза, в Благовещенске, Белорецке и Нефтекамске – 1,3 раза. За 1 полугодие 2023 года также отмечается рост заработной платы во всех ТОР [4].

Для принятия государственных решений важно понимать, целесообразны ли преференции выделяемые государством для ТОР и выполняются ли поставленные цели. Так же хочется знать на каких территориях быстрее всего происходит улучшение экономического и социального положения из-за предоставления ей статуса ТОР.

В 2019 г. Правительством РФ была принята методика оценки эффективности и мониторинга показателей эффективности ТОР [7]. В соответствии с данной методикой первая оценка эффективности ТОР должна проводиться с 13-го года, следующего за годом создания ТОР, и далее обновляться ежегодно.

Для оценки эффективности будут применяться 4 показателя:

- отношение фактических частных инвестиций к фактическим совокупным расходам бюджетов;
- отношение фактических рабочих мест к фактическим расходам федерального бюджета за год;
- отношение фактических частных инвестиций к планируемым инвестициям;
- разница между отношениями добавленной стоимости к фактическим совокупным расходам бюджетов за текущий год и предыдущий года [7].

Первый показатель должен быть не менее 1. Если на 1 рубль выделенных бюджетом инвестиций будет привлечен хотя бы 1 рубль частных инвестиций, то по данному показателю ТОР будет считаться эффективным.

Второй показатель должен быть не менее 0,2 рабочего места на один миллион рублей. ТОР по второму показателю будет считаться эффективным, если на создание одного рабочего места из федерального бюджета будет выделено не больше 5 миллионов рублей.

Третий показатель должен быть не менее 0,7. По третьему показателю ТОР будет считаться эффективным, если за 13 лет ТОР привлечёт больше 70% инвестиций, запланированных при её создании. Последний показатель должен быть больше 0. ТОР будет считаться эффективным при выполнении условий любых 3 показателей.

В научном сообществе существует критика методики оценки эффективности ТОР, принятой Правительством РФ. По мнению Строева П. В. и Пивоваровой О. В. данная методика в основном оценивает экономические эффекты от деятельности ТОР, хотя они являются не единственными [8]. Также должно оцениваться влияние создания ТОР на уровень и качество жизни людей, проживающих на данной территории.

Авторы принятой методики исключили ТОР на базе моногородов из оценки эффективности, хотя таких ТОР в стране большинство. Одна из причин исключения моногородов – ТОР МГ создаются на 10 лет. Вопрос оценки

эффективности ТОР, созданных на территориях монопрофильных муниципальных образований (моногородов) остаётся открытым.

### Библиографический список

1. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 12.12.2013 «Послание Президента РФ Владимира Путина Федеральному Собранию» // СПС КонсультантПлюс.

2. Федеральный закон от 29.12.2014 № 473-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «О территориях опережающего развития в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.

3. Постановление Правительства РФ от 22.06.2015 № 614 (ред. от 21.07.2023) «Об особенностях создания территорий опережающего развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)» // СПС КонсультантПлюс.

4. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe\\_razvitie/instrumenty\\_razvitiya\\_territoriy/tor/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/tor/) (дата обращения: 03.10.2023).

5. Постановление Правительства РФ от 29.07.2014 № 709 «О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения» // СПС КонсультантПлюс.

6. Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р «Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов)» // СПС КонсультантПлюс.

7. Постановление Правительства РФ от 23.09.2019 № 1240 (ред. от 01.02.2021) «Об утверждении методики оценки эффективности и мониторинга показателей эффективности территорий опережающего социально-экономического развития, за исключением территорий опережающего социально-экономического развития, созданных на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)» // СПС КонсультантПлюс.

8. Строев, П.В. Совершенствование оценки эффективности и мониторинга функционирования территорий опережающего социально-экономического развития / П.В. Строев, О.В. Пивоварова // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10. – № 4. – С. 2037–2054.

© Ивушкин К.Г., 2023

П.О. КОРНИЕНКО

*polina.kornienko27@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Д. САЙФУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МЕТОДЫ HR-АНАЛИТИКИ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

*Аннотация:* в статье выявлено, что HR-аналитика является одним из ключевых инструментов для управления человеческими ресурсами и используется с целью повышения эффективности и конкурентоспособности компании. Также рассмотрены основные методы аналитики и практическое применение метода анализа данных на примере ООО «Газпром нефтехим Салават».

*Ключевые слова:* управление персоналом, HR-аналитика, цифровизация.

Кадровая политика, являясь процессом сбора, анализа и интерпретации данных, связанных с человеческими ресурсами, предполагает использование различных инструментов, позволяющих оптимизировать кадровые операции и улучшать опыт работы сотрудников. Используя возможности данных, специалисты по персоналу могут получить ценную информацию о тенденциях в кадровой политике, эффективности работы сотрудников и организационной культуре, что позволяет им принимать обоснованные решения, приносящие пользу как организации, так и ее сотрудникам.

Уже несколько лет на сайте hh.ru в каждой второй запросе на специалиста в области управления персоналом есть запросы на навыки HR-автоматизации. Это одно из ключевых требований к кандидату, в некоторых отраслях таких вакансий уже около 50%. Эффективная автоматизация процессов возможна только на основе данных, которые прежде всего необходимо собрать, очистить и проанализировать. Отсюда и вытекает важность владения аналитикой человеческих ресурсов. Специалист всё более ценен на рынке, когда, опираясь на цифры, способен быстро реагировать на постоянные изменения и выстраивать стратегии развития, тем самым повышая эффективность команды своевременно достигать намеченных результатов.

HR-аналитика играет важную роль в управлении человеческими ресурсами, особенно в крупных компаниях, таких как нефтегазовые. Её внедрение может помочь предприятию улучшить свою кадровую политику, оптимизировать процессы и повысить эффективность работы сотрудников на всех этапах [1]. Основными методами HR-аналитики являются следующие.

1. Анализ данных о сотрудниках: начинается с анализа о текущих сотрудниках. Это включает в себя информацию о возрасте, образовании, опыте работы, заработной плате, стаже работы в компании и т. д. Этот анализ

позволяет определить наиболее эффективные стратегии найма и удержания сотрудников, а также выявить потребности в обучении и развитии персонала.

2. Оценка производительности работников: может быть проведена с помощью различных способов, таких как оценка 360 градусов, управление по целям, KPI и т. д. Оценка производительности позволяет определить, какие сотрудники и насколько они эффективно выполняют свои обязанности, как их производительность влияет на общую эффективность организации. На основе этого можно разработать целую систему мотивации и поощрения для повышения показателей.

3. Анализ рынка труда: помогает определить текущую и перспективную потребность в кадрах, а также определить оптимальную заработную плату и условия труда для привлечения и удержания лучших сотрудников.

4. Анализ текучести кадров: позволяет выявить причины увольнения сотрудников и разработать стратегии по снижению этого показателя.

5. Анализ эффективности HR-процессов, таких как найм, обучение, развитие и мотивация сотрудников. Анализ помогает найти слабые места в этих процессах и разработать стратегии для их улучшения, а также позволяет определить, какие из предложенных программ обучения наиболее полезны для сотрудников, какие следует улучшить или исключить.

Рассмотрим примеры применения HR-аналитики в крупных компаниях:

1. Apple применяет для определения оптимальной структуры команды и распределения ресурсов. Они также используют данные для определения наиболее эффективных методов мотивации и удержания сотрудников.

2. Google активно пользуется для улучшения процессов найма, адаптации и развития сотрудников. Они анализируют данные о кандидатах и сотрудниках, чтобы определить, какие стратегии привлечения и удержания наиболее эффективны.

3. Microsoft использует HR-аналитику для составления статистических профилей сотрудников для определения работников, которые с наибольшей вероятностью покинут компанию в будущем. Опираясь на данные, получаемые в процессе составления профилей, команда внедряет различные HR-мероприятия для снижения нежелательной текучести.

4. Новинки HR в работе «Сбербанка»: чат-боты (программа-собеседник, имитирующая речевое поведение человека); асинхронное видеоинтервью (то есть форма собеседования, не требующая одновременного присутствия на связи рекрутера и соискателя); предиктивная аналитика (прогнозирование вероятных моделей поведения будущих сотрудников) [2].

По данным исследования, проведенного компанией Gartner, около 75% крупных организаций используют HR аналитику для принятия решений в области управления персоналом. Этот показатель увеличивается до 90% для организаций, работающих в сфере высоких технологий. Для более подробного исследования рассмотрим практическое применение методов HR-аналитики на предприятии ООО «Газпром нефтехим Салават» [3]. Оно является одним из крупнейших химических предприятий России и в связи с этим представляет

особый интерес с точки зрения изучения кадровой политики, процессов управления персоналом и их влияния на эффективность работы предприятия. Представленные цифры условны и приближены к реальным показателям, поскольку на предприятии ведётся серьёзная политика конфиденциальности данных. Проанализируем данные о сотрудниках организации. Общая штатная численность сотрудников на 2023 год составляет около 14 тысяч человек. Из них большую половину составляют рабочие (64%), 22% – специалисты и лишь 14% – руководители. На предприятии преобладает физический труд.

Доля работников мужчин превышает долю женщин в общей численности всех сотрудников ООО «Газпром нефтехим Салават». 59% всего состава это представители мужского пола, 41% – женского. Данное соотношение можно объяснить спецификой работы на промышленном предприятии – по рабочим профессиям в основном принимаются сотрудники мужского пола. Необходим пересмотр системы подбора персонала, возможно рассмотреть критерии приёма сотрудников женщин по профессиям рабочих и служащих.

63% работников организации составляют люди возраста 30–50 лет и 25% сотрудники старше 50 лет. Это говорит о том, что на данном предприятии недостаточно молодых специалистов (лишь 12%), которые обладают современными навыками и творческим подходом к работе. Анализ предполагает внедрение системы «омоложения персонала», путём привлечения талантливой молодёжи.



Рис. 1. Состав работников по уровню образования, %

По результатам анализа данных можно выявить необходимость в обучении персонала. Рекомендуется направить на обучение сотрудников, имеющих среднее общее и неоконченное высшее образование, повышение квалификации для имеющих начальное профессиональное.

Далее рассмотрим метод HR-аналитики по анализу текучести кадров. Коэффициент текучести последние несколько лет варьируется от 35 до 40%. Среди уволившихся большую часть составляют рабочие, производственный и

обслуживающий персонал. В ходе исследования были выявлены причины увольнений:



Рис. 2. Причины увольнения, %

В качестве мероприятий по снижению текучести кадров можно рассмотреть изменения в системе оплаты труда (например, грейдовая системы по отделам), проведение регулярных опросов и исследований, направленных на определение причин увольнения сотрудников и их удовлетворенности работой. В целом внедрение предложений позволит снизить от 500 тысяч в год на замену одного сотрудника.

Таблица 1

Экономический эффект от внедрения мероприятий

Расходы	сотрудник/год
Потери организации (подбор, найм, адаптация, обучение, высвобождение и т. д.)	1 621 000 руб.
Затраты на программу мероприятий (изменение ФОТ, тренинги, разработка чек-листов, проведение опросов и т. д.)	1 050 000 руб.
Эффект	571 000 руб.

И в завершении методом HR-аналитики проанализируем рынок труда. Для этого сравним показатели заработной платы в нескольких городах России. 37 487 руб. – средняя зарплата в компании ООО «Газпром нефтехим Салават» (рассчитана на основе информации, собранной из оставленных пользователями зарплат и из вакансий) [4].

Исходя из данных представленных на рис. 3, можно сделать вывод, что заработная плата на предприятии ниже средней по городу Салават, следовательно замечания сотрудников могут быть вполне обоснованы.

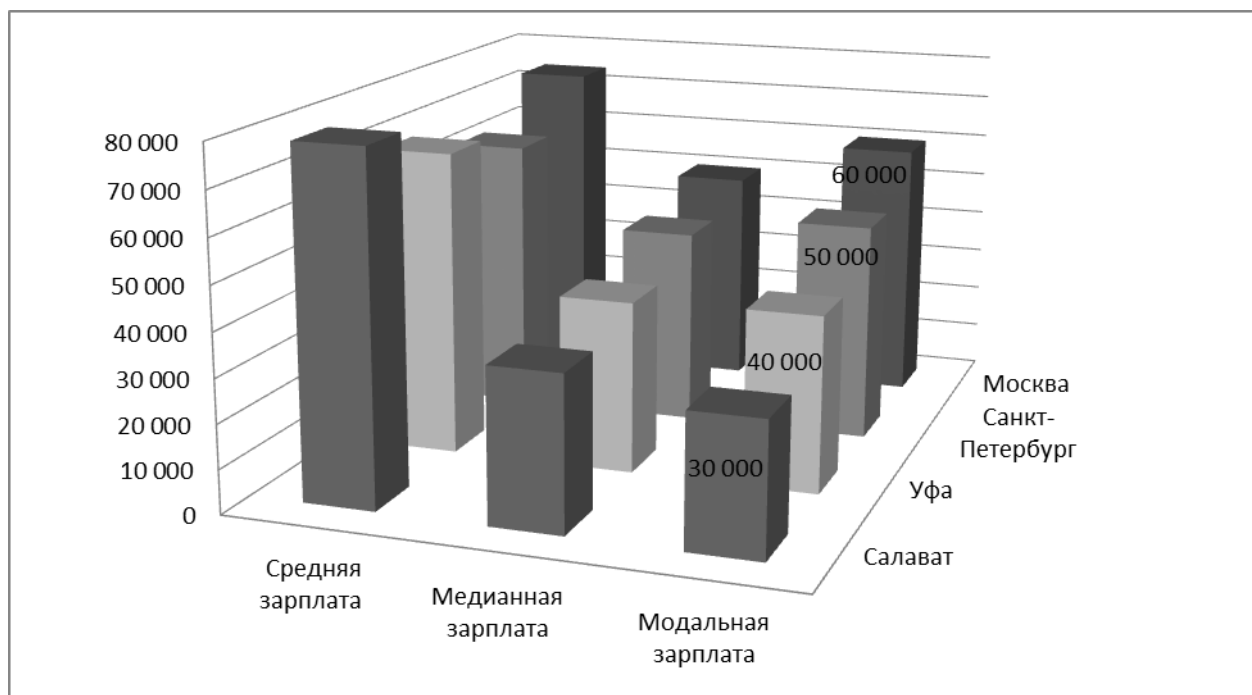


Рис. 3. Сравнение уровня заработной платы по городам РФ, руб.

Таким образом, аналитика и оптимизация HR-процессов являются важными элементами управления персоналом, поскольку их сила заключается в способности предоставлять целостный взгляд на систему, позволяя организациям принимать качественные управленческие решения и повышать эффективность работы сотрудников.

### Библиографический список

1. Комнатная, А.В., Сайфуллина, Л.Д. Влияние цифровых трансформаций на кадровую политику организаций // Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России». – 2020. – С. 234–239.
2. Цифровые технологии в HR которые использует Сбербанк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hrlider.ru/posts/tsifrovyye-tehnologii-v-hr-kotorye-ispolzuet-sberbank-rossii/>.
3. ООО «Газпром нефтехим Салават» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://salavat-neftekhim.gazprom.ru/>.
4. Зарплаты в Салавате за 2023 год [Электронный доступ]. – Режим доступа: <https://gorodrabot.ru/salary?l=салават>.

© Корниенко П.О., 2023

УДК 331.5

М.Э. МИННУЛЛИНА

*minnullina\_99@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Т.А. ДАУТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН**

*Аннотация:* статья исследует региональные особенности состояния рынка труда в республике. Проводится анализ динамики и структуры занятости, безработицы и других показателей с целью выявления характерных черт и тенденций развития рынка труда в регионе. В целом, данная статья может быть полезной для исследователей, экономистов и принимающих решения в области трудовых ресурсов и развития региона.

*Ключевые слова:* региональные особенности; рынок труда; Республика Башкортостан; динамика; безработица; заработная плата.

Изучение региональных особенностей состояния регионального рынка труда является актуальной задачей для эффективного управления трудовыми ресурсами, разработки соответствующих государственных программ и принятия решений, способствующих развитию экономики и улучшению жизни населения [1].

Так, в регионе реализуется государственная программа «Регулирование рынка труда и содействие занятости населения в Республике Башкортостан», которая направлена на сохранение и развитие трудовых ресурсов региона в связи с перспективами экономического, социального и демографического развития. На реализацию мероприятий этой программы в 2023 году выделено 3 424 364,9 тыс. рублей.

В январе-июле 2023 года в центры занятости населения Республики Башкортостан за содействием в поиске подходящей работы обратилось 45 119 граждан, трудоустроено 29 278 человек или 64,9% (за январь-июль 2022 года обратилось – 70 373 человека, трудоустроено – 39 627 человек или 56,3%). Уровень безработицы составил 2,3% (рис. 1).

За 7 месяцев текущего года 8,7 тыс. работодателей заявили о 270 744 вакансиях (236 501 вакансия), по состоянию на 1 августа 2023 года в банке вакансий имеется 53 179 вакансий (44681 вакансия).



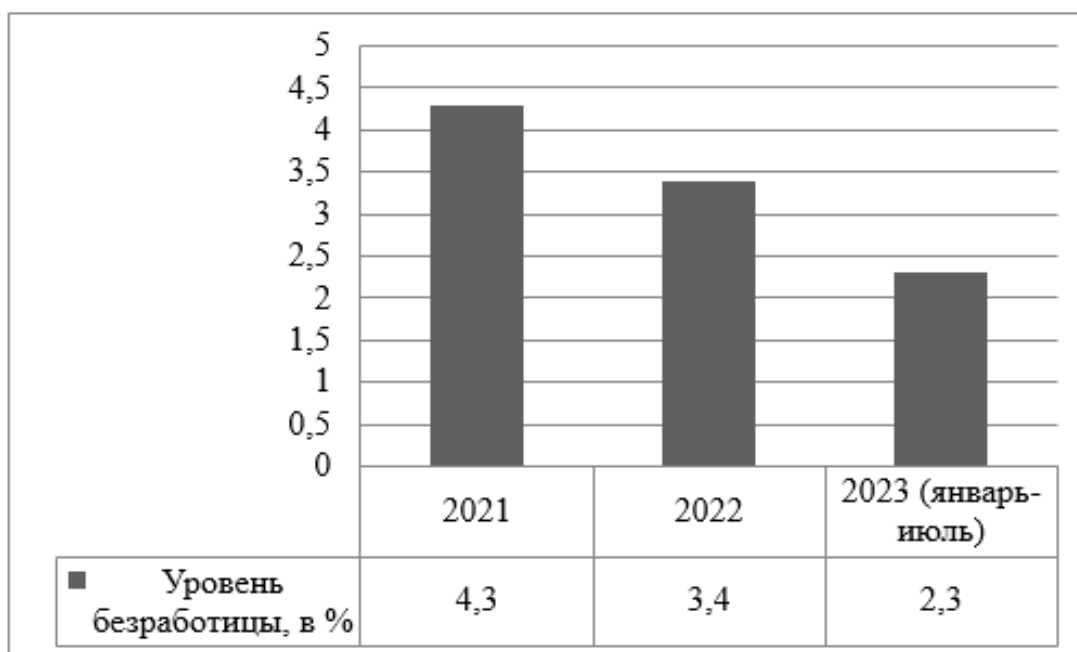


Рис. 1. Уровень безработицы в РБ за 2021–2023 гг.

По состоянию на 1 августа 2023 года численность безработных граждан составила 13 788 человек, из которых пособие по безработице получают 11 460 человек или 83,1%, из них в минимальном размере – 1 861 человек или 16,2%, в максимальном размере – 6 699 человек или 58,5%.

По результатам анализа состояния рынка труда в республике, прогнозируется, что на 1 января 2024 года численность безработных составит 15 254 человека, из которых 12 661 человек будут получать пособия по безработице [2].

Дополнительные меры, направленные на снижение напряженности на рынке труда реализуются в рамках федерального проекта «Содействие занятости» национального проекта «Демография» в 2023 году. Республике Башкортостан выделены 666,5 млн рублей из федерального бюджета. Общий бюджет дополнительных мероприятий составит 673,2 млн рублей.

Выделенные средства позволят обеспечить занятость 10235 граждан, в том числе временное трудоустройство для 5400 работников, находящихся под риском увольнения (428,7 млн рублей), общественные работы для 2201 человека (87,6 млн рублей) и профессиональное обучение для 2634 работников предприятий оборонно-промышленного комплекса и граждан, обратившихся в службы занятости (156,9 млн рублей).

На 1 августа 2023 года договоры на реализацию дополнительных мероприятий на сумму 527,8 млн рублей заключены с 399 работодателями, включая временное трудоустройство для 6038 работников., в том числе на организацию:

1. Временного трудоустройства договоры заключены с 170 работодателями на трудоустройство 6 038 работников на сумму 399,2 млн рублей или 93% от предусмотренного объема средств. Принимает участие

5 921 работник или 110% от установленного показателя. Кассовые расходы – 293,7 млн рублей или 69%.

2. Общественных работ договоры заключены с 240 работодателями на трудоустройство 2 655 человек на сумму 87,6 млн рублей или 100% от предусмотренного объема средств. Принимает участие 2 554 человек или 116% от установленного показателя. Кассовые расходы – 71,7 млн рублей или 82%.

3. Профессионального обучения и дополнительного профессионального образования работников промышленных предприятий ОПК заключены договоры на финансовое обеспечение с 3 предприятиями на обучение 779 работников на общую сумму 41,0 млн рублей.

Региональные особенности состояния рынка труда в Республике Башкортостан в условиях специальной военной операции могут требовать особых мер и программ поддержки и регулирования для обеспечения стабильности рынка труда, так, центрами занятости республики оказывается содействие в трудоустройстве, в том числе, гражданам, участникам специальной военной операции (далее – СВО), включая уволенных с военной службы, а также членам их семей:

1. Оказание содействия в подаче заявления на получение государственной услуги «содействие гражданам в поиске подходящей работы» через Личный кабинет цифровой платформы «Работа в России».

2. Регистрация граждан в целях поиска подходящей работы, регистрация в качестве безработных.

3. Подбор подходящей работы и выдача предложений (направлений) для трудоустройства.

4. Предложение получения бесплатных государственных услуг, предусмотренных законодательством в сфере занятости населения.

5. Предложение принять участие в мероприятиях, организованных центрами занятости, чтобы получить помощь в трудоустройстве. Эти мероприятия включают информацию о состоянии рынка труда, ярмарки вакансий и учебных мест, а также предложения о проведении оплачиваемых общественных работ.

6. Назначение и осуществление социальных выплат безработным гражданам (пособие по безработице).

7. Организация в приоритетном порядке стажировку для детей участников специальной военной операции, которые закончили обучение в высших и профессиональных образовательных учреждениях. Госуслуги в сфере занятости населения оказаны всем обратившимся в центры занятости республики за содействием в поиске подходящей работы. По состоянию на 1 августа 2023 года в центры занятости обратилось 35 участников СВО, из которых трудоустроено 15 чел.

Также в целях содействия в трудоустройстве и занятости участникам СВО и членам семей участников СВО, повышения их конкурентоспособности на рынке труда приняты постановления Правительства Республики Башкортостан от 12 декабря 2022 года № 770 и от 09 марта 2023 года № 111 «О

внесении изменений в постановление Правительства Республики Башкортостан от 31 августа 2018 года № 419 «Об организации выпуска образовательных сертификатов в целях участия граждан в программах повышения квалификации и переподготовки», предусматривающие выдачу участникам СВО в том числе уволенным с военной службы, и членам семей участников СВО образовательных сертификатов в приоритетном порядке на сумму не более 50 тыс. рублей на прохождение профессионального обучения и дополнительного профессионального образования по востребованным на рынке труда профессиям.

По состоянию на 01 августа 2023 года 11 гражданам – участникам СВО (срок контракта которых завершен) выданы образовательные сертификаты.

Согласно последним данным на сентябрь 2023 года, рынок труда в Республике Башкортостан характеризуется рядом региональных особенностей. Касательно безработицы, зафиксировано стабильно низкое ее уровень, что свидетельствует о достаточной доступности вакансий и сбалансированности спроса и предложения на рынке труда. В то же время, важным вопросом является обеспечение доступности и качества трудовых ресурсов для разных групп населения, включая социально уязвимых категорий.

В целом, региональные особенности состояния рынка труда в республике Башкортостан на сентябрь 2023 года отражают положительную динамику и хорошие перспективы развития. Улучшение экономической ситуации и принятие дополнительных мер государственного регулирования помогли снизить напряженность на рынке труда. Однако требуется дальнейшее внимание и улучшение политики поддержки трудовых ресурсов, создания новых рабочих мест и повышения качества жизни населения в регионе.

### **Библиографический список**

1. Вафин, С.М. Особенности и специфика рынка труда в России / С.М. Вафин // Вектор экономики. – 2023. – № 6(84). – EDN UEDMVQ.
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://02.rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 15.09.2023).
3. Министерство семьи, труда и социальной защиты населения Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrud.bashkortostan.ru/> (дата обращения: 15.09.2023).

© Миннулина Э.М., 2023

А.И. МУЛЮКОВА

*gumerovaajgul25@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Д. САЙФУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА**

*Аннотация:* в работе обоснована специфика повышения производительности труда на основе принципов бережливого производства. Приведен сравнительный анализ уровня производительности труда. Раскрыта содержательная суть принципов бережливого производства. Определен перечень задач, последовательность мероприятий и меры государственной поддержки повышения производительности труда.

*Ключевые слова:* производительность труда, бережливое производство, государственные программы.

Развитие региональных производственных систем является актуальным направлением государственной политики и включает в себя комплекс мероприятий и программ по повышению конкурентоспособности, поддержке постоянного стремления к совершенствованию, внедрению эффективных систем управления. Эти факторы являются основными в развитии и повышении производительности труда.

Производительность труда – значимый показатель, являющийся основным критерием эффективности предприятия. В зависимости от множества факторов производительность труда может меняться как в большую, так и меньшую сторону. К основным факторам, влияющим на повышение производительности труда относят: бережливое производство, сокращение потерь, повышение квалификации и образования сотрудников, рост уровня техники и технологий в производстве.

Повышение производительности труда дает возможность увеличить выпуск продукции, уменьшить себестоимость выпускаемой продукции или выполняемых работ, создавать необходимые условия для уверенного развития и роста национальной экономики. Управление производительностью труда на предприятии невозможно без понимания состава и структуры показателей производительности труда и без системы комплексных мероприятий, ориентированных на повышение эффективности труда.

Концепция бережливого производства предлагает проверенные подходы, основной идеей которых является снижение издержек, связанных с нерациональным использованием времени, материальных ресурсов и т. д. Для сокращения временных потерь производственный процесс должен быть

организован таким образом, чтобы он был максимально похож на непрерывную конвейерную ленту. Система бережливого производства играет значительную роль в Национальном проекте «Производительность труда и поддержка занятости».

Россия значительно уступает по производительности труда другим странам. Возможно, одной из причин является отсутствие стимулов к её повышению. На данный момент уровень производительности труда в России – одна из главных проблем экономики страны. В этой связи особенно остро стоит вопрос исследования производительности труда и выявления резервов ее роста, что обуславливает актуальность выбранной темы. При огромном потенциале, производительность труда в России занимает 42-е место в мире – 30,3\$, топ-10 стран по уровню производительности труда представлен в табл. 1.

*Таблица 1*

10 продуктивных стран, 2021 год

Страна	Долларов в час на 1 работника
Люксембург	128,1
Ирландия	122,2
Сингапур	73,7
США	70,6
Норвегия	69,1
Дания	66,5
Нидерланды	65,1
Бельгия	62,9
Пуэрто Рико	62,3
Австралия	58,7

Производительность труда на предприятиях России уступает не только странам Евросоюза и США, но и многим другим странам. В некоторых зарубежных странах работники проходят сложнейший отбор, путем которого отбирают только высокопроизводительных будущих сотрудников. Поэтому можно утверждать, что производительность данных стран повышается определенными способами. Россия на протяжении 20 лет сохраняет курс на повышение производительности труда, и усилия правительства дают результаты – с течением лет наблюдался маленький, но стабильный прирост, за исключением кризиса 2020 г. (табл. 2).

*Таблица 2*

Динамика уровня производительности труда в России

	2000– 2009 гг.	2010– 2018 гг.	2019 гг.	2020 гг.	2021 г.	% от уровня США, 2021 г.
Россия	4,4	1,5	2,9	-1,1	3,1	42,6

При анализе производительности труда и разработке мероприятий по повышению производительности труда необходимо изучить факторы, влияющие на величину производительности труда. Факторы производительности труда делятся на внутренние и внешние. К внешним относят: политические, общеэкономические (кредитная, налоговая политика), природные (в сложных природных условиях производительность труда падает). Внешние факторы являются косвенными и воздействуют опосредованно.

Внутренние факторы: успешное внедрение на предприятии программы бережливого производства, технический уровень оснащенности предприятия, уровень квалификации и образования сотрудников, средняя реальная заработная плата, внутренние факторы оказывают непосредственное влияние на производительность труда. Одним из наиболее существенных факторов является внедрение на предприятиях программы бережливого производства. Бережливое производство – это концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь, снижения издержек, повышения производительности [1].

Основные принципы бережливого производства следующие: 1) предоставлять требуемую ценность; 2) создать непрерывный поток; 3) сформировать концепцию постоянной модернизации [1]. Использование таких принципов позволяет достигнуть несколько целей. Значительной целью внедрения бережливого производства является глобальное уменьшение расходов всех ресурсов без ущерба для качества продукции, товара или услуги.

В российской промышленности все чаще проявляется интерес к возможностям повышения конкурентоспособности и модернизации производства с помощью бережливого производства. Наибольшую активность демонстрируют крупные предприятия с численностью персонала более тысячи человек, расположенные в Уральском и Приволжском федеральных округах, и относящиеся к машиностроению, черной или цветной металлургии [4]. Это связано с большей доступностью информации об опыте внедрения инструментов бережливого производства и присутствием этих предприятий на мировом рынке: им приходится конкурировать с зарубежными производителями, соответствовать международным стандартам качества продукции.

Для успешного внедрения системы бережливого производства необходимо участие работников в управлении предприятием – это участие сотрудников в управлении компанией наряду с ее владельцами, работодателями, профессиональными управляющими (менеджерами и другими). Наиболее эффективно эти принципы могут быть реализованы путем включения трудового коллектива предприятия в процессы принятия решений; участия работников в прибыли (доходах) предприятий; наличие долевого участия среди сотрудников через акционерный капитал (или акции) компании. В ведущих зарубежных странах (Японии, Германии, Швеции и других странах), все эти принципы были успешно применены.

Соблюдение всех правил и грамотное уменьшение потерь положительно отразится на результатах деятельности предприятий. Эти принципы позволят увеличить производительность труда на 30–75%, так же это сократит время производственного цикла, увеличит срок работы оборудования, в значительной степени уменьшит производство брака, позволит получить до 10% экономии годового оборота предприятия.

При разработке планов внедрения бережливого производства необходимо учитывать, что оно эффективно в условиях серийного и массового производства и в контексте быстро меняющегося спроса. Следовательно, акцент следует сделать на следующих направлениях:

- минимизация разобценных запасов (когда начинается выполнение нового заказа, предыдущий резерв остается невостребованным);
- вытягивание производства, т. е. прямая ориентация на конкретный заказ;
- быстрая перестройка, сосредоточение внимания на выполняемой задаче, самодисциплина персонала и время выполнения заказа – все это необходимо для быстрого и качественного изготовления необходимой партии продукции.

Бережливое производство – это своего рода режим управления, организации производства и постоянного обучения, мировых практик развития производственных систем и ведения проектов. Данная концепция наращивается лучшими мировыми практиками, подходами и инструментами. Правильное использование предприятием принципов и факторов в комплексе позволяет охарактеризовать свою концепцию бережливым производством [2].

Успех концепции бережливого производства на конкретном предприятии зависит от мотивации руководства и от того, в какой степени они способны вовлечь команду предприятия в усилия по снижению издержек, повышению производительности и улучшению качества, чему должна способствовать правильно выстроенная корпоративная культура.

Статистика показывает значительное отставание России от других стран в производительности и внедрения концепции бережливого производства. Результаты внедрения данной концепции успешно демонстрируют полезность проекта, и сегодня стоит большая задача наверстать упущенное и активно внедрять бережливое производство на предприятиях. В рамках повышения производительности труда и конкурентоспособности российских предприятий правительством РФ разрабатываются государственные программы, в которых так же затрагивается значимость программы бережливого производства.

Госпрограмма «Производительность труда и поддержка занятости» основана на обеспечение роста производительности, связанного не с повышением объёма инвестиций, а с поиском внутренних резервов предприятий [3]. Основная цель программы – выполнить национальные проекты повышения производительности труда и поддержки занятости в субъектах Российской Федерации, которые дают возможность повысить производительность труда на предприятиях-участниках не менее чем на 30%.

При этом не менее 78% работников, участвующих в данной программе, уже по результатам первого года были трудоустроены и получали зарплату не ниже, чем на предыдущем месте работы.

Предприятиям, участвующим в программе, необходимо разработать и реализовать региональные проекты повышения производительности труда и поддержки занятости, которые включают поддержку программ повышения производительности труда на предприятиях, развитие занятости населения и реализацию активных программ по обучению и трудоустройству работников предприятий-участников [3].

За счёт внедрения лучших практик и методик по повышению производительности труда, реализация приоритетной программы позволит повысить конкурентоспособность предприятий. Начиная с 2019 года более 2500 предприятий получили прибыль 383 млрд рублей, показав 24% роста производительности труда, выработка выросла на 46%. Сейчас в национальном проекте участвует уже более 5000 предприятий.

Решение задачи повышения производительности труда предприятий в значительной степени обусловлено факторами и условия повышения производительности труда, одним из которых является бережливое производство. В странах Евросоюза и США программа бережливого производства уже много лет успешно внедряется. Это и помогает удерживать высокие позиции в рейтинге стран по производительности труда. В связи с этим важную роль приобретают вопросы разработки и организации программы бережливого производства на российских предприятиях. Учитывая сложность, недостаточную теоретическую и методологическую разработанность данных вопросов, основное внимание необходимо уделить разработке практических рекомендаций по внедрению бережливого производства в российской промышленности.

#### **Библиографический список**

1. На что направлено бережливое производство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://baxili.ru/employment/na-chto-napravleno-berezhlivoe-proizvodstvo-berezhlivoe-proizvodstvo-sut.html> (дата обращения: 18.10.2023).

2. Бельш, К.В. Комплексный подход к внедрению и оценке результативности внедрения бережливого производства на промышленном предприятии // Вестник УрФУ. – Серия экономика и управление. – 2018. – Т. 17. – № 5. – С. 751–771 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/66449/1/vestnik\\_2018\\_5\\_004\\_.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/66449/1/vestnik_2018_5_004_.pdf) (дата обращения: 20.10.2023).

3. Повышение производительности труда и поддержка занятости. Национальный проект: официальный сайт Правительства России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/29354/> (дата обращения: 20.10.2023).

4. Инструментарий моделирования и оценки влияния трансформации образовательной системы и человеческого капитала на пространственно-экономическое развитие территорий. Монография под ред. проф. Гайнанова Д.А. Уфа, 2020. – 152 с.

© Мулюкова А.И., 2023



УДК 378

А.Г. НАЗАРОВ

*azat-nazarov5@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук А.Р. КУДЛАЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РОЛЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ СПЕЦИАЛИСТА**

*Аннотация:* исследование посвящено влиянию прохождения производственной практики на формирование студентов как будущих сотрудников государственной и муниципальной службы.

*Ключевые слова:* исследование, производственная практика, университет, работодатель, профессия.

Высшее образование сильнее влияет на социализацию студентов, чем школа или гимназия. Причина очевидна – выпускник среднего учебного заведения уже сделал свой первый самостоятельный выбор дальнейшего направления своего развития. Теперь общественное образование будет строиться на основе научных знаний качественно иного уровня, с применением научной методологии в той или иной профессиональной сфере. Студент должен, исходя из своих реальных представлений о себе и уровне своих знаний, используя новые знания, полученные в процессе вузовского образования, определить те направления самообразования, которые помогут ему достичь в идеале своих целей. В этом заинтересовано и общество. Выпускник высшего учебного заведения должен быть готов решать возложенные на него задачи, применяя полученные в ходе общественного образования умения и навыки, развивать эти умения и навыки путем самообразования и периодически повышать свой уровень знаний путем прохождения образовательных программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Это идеальная ситуация, предполагающая постоянное непрерывное обучение в рамках своего развития. Все вышеизложенное предполагает правильный выбор выпускником направления обучения, высшего учебного заведения и места своей будущей работы. Очевидно, что такой выбор делает уже во многом сформировавшийся, взрослый человек. И принимает он свое решение с учетом тех навыков и умений, которыми он располагает, а также с учетом определенной социокультурной среды учебного заведения. Правильный выбор студента представляет собой проблемную ситуацию как для студента, так и для общества в целом.

Для проведения анализа по выявлению влияния социокультурных факторов на выбор студентами своей будущей профессии, были опрошены студенты старших курсов, обучающиеся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление».

В ходе проведения опроса были получены следующие результаты. В опросе принимали участие студенты, которые относятся к возрастной группе 20–25 лет. Среди опрошенных большая часть (65,2%) женского пола.

Рассматривая результаты ответов на вопрос о желании работать в органах государственного управления выявлено, что большая доля опрошенных (67%) не исключают возможности работать на государственной службе, часть студентов не определилась с решением (16%) и небольшой процент студентов не видят себя в дальнейшем в государственных структурах.

В рамках опроса были получены следующие результаты о характере и влиянии прохождения практики в государственной организации на принятие решения о карьере. Как и следовало ожидать, практику в государственных учреждениях проходили все студенты. Но участие в решении серьезных задач принимали не все (30%). Для решения данной задачи необходимо более тесное сотрудничество вуза и профильных организаций, где проходят практику студенты.

Касательно вопроса «Совпадает ли база Вашей практики с объектом выпускного квалификационного исследования?», были получены следующие результаты: 78,3% ответили – «да», 21,7% – «нет».

Данные результаты свидетельствуют о том, что Вуз старается подобрать базу практики под тему выпускной квалификационной работы (ВКР). Это дает возможность проведения глубокого анализа исследуемого вопроса в рамках ВКР на основе реальной статистической информации и проводимых в организации мероприятиях.

Продолжая исследование влияния практики на формирование специалиста, был задан вопрос «В каких структурах вы проходили производственные практики?». Результаты, представленные на рис. 1, свидетельствуют о полном соответствии выбранных баз практики направлению обучения студентов.

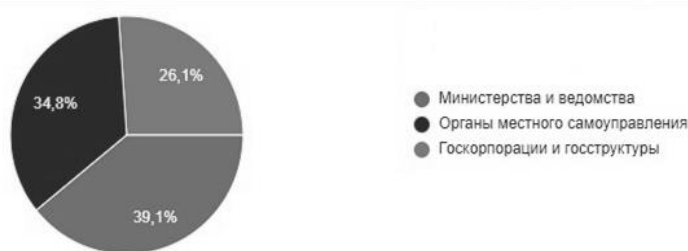


Рис. 1. Выбранные базы производственных практик

Направление «Государственное и муниципальное управление» готовит, в первую очередь, конкурентоспособные кадры для осуществления профессиональной деятельности, направленной на обеспечение исполнения основных функций, административных регламентов на должностях государственной и муниципальной службы, в органах государственной власти и местного самоуправления, в государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, а также в научных и образовательных

организациях, в политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях.

Финальный вопрос анкеты повторяет один из важнейших вопросов, а конкретно: «Видите ли вы себя на государственной службе через 10 лет?». Ответы студентов на данный вопрос представлен на рис. 2.

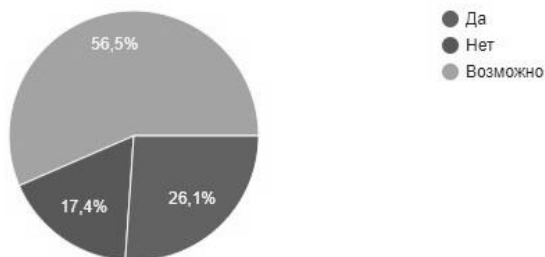


Рис. 2. Вероятность работы на государственной службе через 10 лет

Результаты показали, что большая часть студентов, все же до конца не определилась со своим профессиональным путем и склонилась к варианту «Возможно».

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что результаты говорят о высоком качестве профессиональной социализации, которую проходят студенты. Если практикант занимается важными задачами, если он чувствует свою важность, то у него формируется положительный, актуальный и правдивый образ работы на государственной службе. Появляется интерес к работе, находятся возможности профессионального развития, престиж.

Для усиления интеграции вуз-работодатель рекомендуется более тесное сотрудничество. Необходимо проводить встречи с представителями министерств, ведомств, администраций в университете во время обучения с целью знакомства с их функциями и задачами. Считаю полезным давать возможность студентам принимать участие в решении некоторых проектов практической направленности. При прохождении производственной практики надо уходить от формальной составляющей прохождения практической подготовки студента, а четко придерживаться составленного плана практики. Студенты нацелены на достижение своих личных целей и воспринимают получаемое образование не как строгий путь, по которому они должны строить карьеру, а как инструмент для достижения целей.

### Библиографический список

1. Барабашев, А. Г., Пархоменко, А. В. Современное состояние и перспективы дальнейшего развития ДПО госслужащих России // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2008. – №. 1. – С. 184–205.

© Назаров А.Г., 2023

М.И. НЕСТЕРОВА

*milenanest17@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.И. СПИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНЖЕНЕРНЫМИ КАДРАМИ В ВЫСШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ**

*Аннотация:* в данной статье произведен анализ системы управления инженерными кадрами в высших образовательных учреждениях, выявлены ключевые недостатки и предложены мероприятия по их устранению.

*Ключевые слова:* инженерные кадры; система управления инженерными кадрами; инженерная отрасль; развитие инженерных кадров; инженерные кадры в университете; инженерные кадры в высших образовательных учреждениях.

В современном мире инженерные кадры играют важную роль в развитии экономики и науки. Высшие образовательные учреждения являются основным источником подготовки и обучения инженерных кадров. Однако, для эффективного функционирования системы образования необходимо непрерывно совершенствовать систему управления инженерными кадрами. Целью данной статьи является анализ существующей системы управления инженерными кадрами в высших образовательных учреждениях, выявление ключевых недостатков и предложение методов ее совершенствования. А также проведение анализа в целях установления взаимосвязи между эффективностью управления инженерными кадрами и развитием инженерной области в России.

Развитие инженерных кадров является ключевым фактором для экономического роста и конкурентоспособности страны. Инженеры играют важную роль в разработке новых технологий, улучшении производственных процессов и создании инновационных продуктов. Недостаток квалифицированных инженеров может привести к замедлению темпов экономического развития и ухудшению конкурентоспособности на мировом рынке [3]. Поэтому управление инженерными кадрами в университетах является важной задачей для обеспечения будущего развития страны.

Система управления инженерными кадрами в российских вузах имеет свои особенности. Во-первых, она направлена на подготовку специалистов для отечественной промышленности и экономики. Во-вторых, она основывается на традиционной модели образования, где большое значение уделяется теоретическому обучению, а практический опыт получается в основном на производственных площадках [5].

Однако существует проблема несоответствия требований рынка труда и подготовки выпускников вузов. Отсутствие практических знаний и навыков, а также недостаточная подготовка в области новых технологий и цифровизации делает выпускников менее конкурентоспособными на рынке труда.

Согласно данным Министерства образования и науки Российской Федерации, в 2023 году количество выпускников технических специальностей составило около 300 тысяч человек. Однако, по данным исследования HeadHunter, только 30% из них могут считаться квалифицированными специалистами, готовыми к работе в своей профессии, а согласно отчету ВЦИОМ, только 25% выпускников технических вузов готовы к работе в своей профессии без дополнительной подготовки. По данным Росстата, только 20% российских предприятий удовлетворены уровнем подготовки выпускников технических вузов. Согласно исследованию, McKinsey & Company, в России не хватает около 200 тысяч инженеров и технических специалистов.

В то же время, согласно прогнозам Минэкономразвития России, до 2024 года потребность в инженерах в России может увеличиться на 25–30%. Особенно выделяются секторы информационных технологий, энергетики и машиностроения, где ожидается наибольшее увеличение потребности в квалифицированных специалистах.

Произведя статистический анализ, можно прийти к выводу о существовании дисбаланса между потребностью рынка в квалифицированных инженерах и количеством выпускников, готовых к работе в своей профессии. Решая данную проблему, следует продолжать развивать практические занятия и стажировки для студентов, а также создавать научные центры и лаборатории в сотрудничестве с предприятиями. Необходимость разработки и предложения внедрения эффективных мероприятий по управлению инженерными кадрами предполагает предварительный анализ теоретических аспектов.

Первым аспектом является анализ потребностей рынка труда в инженерных специальностях. Для этого необходимо проводить регулярные исследования и мониторинг изменений в секторах экономики, где требуются квалифицированные инженеры. На основе этих данных можно определить не только количество выпускников, необходимых для удовлетворения потребностей рынка труда, но и составить список необходимых компетенций и навыков, которые должны быть включены в программу обучения.

Второй аспект – это разработка эффективных методик обучения, которые позволят студентам получить необходимые знания и практические навыки, включающие в себя использование новых технологий, создание научных центров и лабораторий совместно с предприятиями, проведение практик и стажировок на предприятиях.

Третий аспект – это оценка качества обучения и оценка компетенций выпускников, в рамках которых следует разработать систему оценки, которая позволит определить уровень знаний и навыков студентов, а также их готовность к работе в своей профессии: проведение тестирования, анализ

результатов научных работ и практических проектов, а также опросы работодателей.

Четвертый аспект – это управление персоналом преподавателей и научных сотрудников. Для успешной подготовки квалифицированных инженеров необходимо иметь высококвалифицированных преподавателей и научных сотрудников, проводить регулярную оценку их работы, разрабатывать программы повышения квалификации, создавать условия для научной работы и проведения исследований. На данном этапе выделены ключевые аспекты, однако разработанные мероприятия могут охватывать и другие важные аспекты, влияющие на инженерную отрасль в целом.

На основе произведенного анализа разработанные мероприятия по управлению инженерными кадрами в образовательных учреждениях представляются следующим образом:

1. Регулярное обновление учебных программ с учетом последних технологических достижений и требований рынка труда.

2. Увеличение количества практических занятий, стажировок и практик для студентов для получения необходимого опыта работы в инженерной сфере.

3. Установление партнерских отношений с ведущими компаниями в своей области, чтобы обеспечить студентам возможность получения практического опыта и более глубокого понимания требований рынка труда.

4. Создание научных центров и лабораторий совместно с предприятиями с целью обеспечения студентам возможности работать над реальными проектами и применять свои знания на практике.

5. Развитие программ обмена студентами с другими университетами и странами, чтобы расширить кругозор студентов и предоставить им возможность получения новых знаний и опыта работы в других условиях.

Реализовываются данные процессы с помощью заключения соглашения с другими университетами и организациями, которые готовы принимать студентов на обучение, создать базу данных с предложениями о программе обмена и организовать систему подачи заявок и отбора кандидатов. Так же важно разработать и внедрить систему мониторинга эффективности программы обмена для оценки ее влияния на образовательный процесс.

6. Проведение регулярных конференций, семинаров и мастер-классов с участием ведущих специалистов в инженерной сфере в целях предоставления студентам получения новых знаний, компетенций и обмена опытом с коллегами.

7. Создание программ поддержки выпускников для получения помощи в поиске работы и продвижении по карьерной лестнице.

Данное мероприятие предполагает создание центра карьерного развития на базе университета, который должен заниматься организацией тренингов и семинаров для выпускников, оказывать помощь в поиске работы и консультировать по вопросам карьерного развития. Важно отслеживать эффективность работы центра и оценки его влияния на карьерное развитие выпускников [8, с. 98–104].

Таким образом, необходимость выстраивания грамотной системы управления инженерными кадрами в ВУЗах обосновывается существенным влиянием на развитие инженерной отрасли в России и способствованием повышению ее конкурентоспособности на мировом рынке. Управление инженерными кадрами в университетах может способствовать развитию инноваций и новых технологий, а университеты могут стать центрами инновационной деятельности, где будут создаваться новые технологии и разрабатываться инновационные проекты [2, с. 263]. Это, в свою очередь, может привести к развитию новых отраслей экономики и созданию новых рабочих мест. Кроме того, успешное управление инженерными кадрами в университетах преодолевает дефицит квалифицированных инженеров в России, а университеты, в свою очередь, перспективно становятся центрами привлечения и подготовки талантливых студентов, которые в дальнейшем смогут успешно работать в инженерной отрасли, снижая зависимость российской экономики от импорта квалифицированных кадров.

### **Библиографический список**

1. Борисова, О.А. Управление инженерными кадрами в университете: теория и практика // Инновационное развитие экономики. – 2018. – № 2 (22). – С. 92–97.
2. Григорьев, В.А. Система управления инженерными кадрами в университете: опыт и перспективы // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2019. – Т. 14. – № 3. – С. 259–266.
3. Завьялова, Е.В. Управление инженерными кадрами в университете: проблемы и решения // Экономические науки. – 2017. – № 4 (157). – С. 132–135.
4. Козлов, А.В. Система управления инженерными кадрами в университете: современные подходы и методы // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2018. – Т. 18. – № 6. – С. 1122–1127.
5. Петров, В.В. Управление инженерными кадрами в университете: опыт и перспективы // Инновации в образовании. – 2019. – № 3 (25). – С. 25–31.
6. Соколова, Е.А. Система управления инженерными кадрами в университете: теория и практика // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т. 16. – № 5 (436). – С. 98–104.
7. Чернышева, О.Н. Управление инженерными кадрами в университете: проблемы и перспективы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2018. – Т. 17. – № 4 (77). – С. 54–62.
8. Шмаков, А.С. Система управления инженерными кадрами в университете: современные подходы и методы // Инновационная экономика и общество. – 2019. – № 1 (6). – С. 98–104.

© Нестерова М.И., 2023

Д.О. ПОСТНОВ

*danilpostnov20@icloud.com*

Науч. руковод. – ст. преп. Ф.В. ПРОЦЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ КОРРУПЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрено понятие «коррупция» ее отличительные признаки, проведен анализ рейтингов стран и регионов по уровню коррупции, а также статистика выявлений и пресечений преступлений экономической направленности в Республике Башкортостан (РБ) за 2021–2022 год.

*Ключевые слова:* противодействие коррупции; органы государственной власти; взятка; злоупотребление должностными полномочиями; коррупция.

Актуальность выбранной темы была обусловлена тем, что в последние годы в нашем государстве идет полномасштабная антикоррупционная операция на всех уровнях государственной власти. Это связано с тем, что государственный служащий обладает большими полномочиями и угроза последствий преступлений экономической направленности, которые совершены государственными служащими имеет социальный характер.

Согласно определению Федерального закона от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции»: коррупция – это злоупотребление служебным положением, злоупотребление полномочиями, дача взятки, получение взятки, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами; совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица [1, ст. 1].

Коррупция является более широким понятием, охватывающим различные формы злоупотребления человеком властью или должностным положением с целью личной выгоды. Коррупция включает в себя не только получение взятки, но также влияние на принятие решений, незаконное обогащение, злоупотребление должностными полномочиями, махинации с финансами и др. Таким образом, можно сделать вывод, что совершенные коррупционные преступления напрямую связаны с государственной службой. В других преступлениях экономической направленности (взяточничество, налоговые,



преступления против государственной власти, коммерческий подкуп и др.) фигурантами могут быть люди, не относящиеся к государственной службе.

В экономической сфере коррупция приводит к искажению конкуренции, монополизации рынка и незаконным барьерам для предпринимательства. Она может также препятствовать инвестициям, уменьшать экономический рост и увеличивать неравенство. Также коррупция оказывает влияние на политические процессы (выборы, принятие законов, назначение на должности). Коррупция влияет на предоставление общественных благ, таких как система здравоохранения и образования. Негативно сказывается коррупция на независимости и честности судебной системы. Неправильное применение закона, халатность участников судебной системы могут ослабить принципы правового государства. Коррупция влияет на нравственные нормы общества и восприятие закона. Она создает образ непорядочности и безнаказанности, что разрушает доверие и подрывает социальные устои.

На данный момент коррупция является глобальной проблемой. В каждом государстве проводятся антикоррупционные мероприятия и делаются все возможные попытки искоренения коррупции из общества. Так в середине 2022 года на антикоррупционном портале НИУ ВШЭ был опубликован индекс восприятия коррупции за 2021 год по странам. По итогам этого рейтинга Российская Федерация заняла 136 место из 180, набрав 29 баллов (где 100 баллов – отсутствие коррупции, 0 баллов – максимальный уровень коррупции), оказавшись на одном уровне с Анголой, Либерией и Мали. В тройку лидеров вошла Дания, Финляндия и Новая Зеландия они набрали 88 баллов [2].

На региональном уровне РФ на конец 2021 года на официальном сайте Генпрокуратуры РФ вошла в тройку антилидеров в рейтинге регионов России по уровню коррупции и заняла 3-е место. Первое место заняла Москва, а второе место занял Краснодарский край. Ближайшие соседи РФ: Республика Татарстан находится на 5 месте, Самарская область занимает 14 место, Свердловская и Оренбургская области на 17 и 19 месте. Можно сделать вывод, что уровень коррупции в стране складывается из общего уровня коррупции в регионах и коррупция в РФ вносит немалое количество преступлений в общее количество преступлений экономического сектора по стране.

Исследуя данную тему, стоит сказать, что все правоохранительные функции в нашем государстве возложены на специальные исполнительные органы государственной власти, такие как МВД, Прокуратура, суды и многие другие органы, которые в свою очередь несут ряд функций и задач по противодействию преступности и иным правонарушениям [3, ст. 2]. Эти органы в своей работе руководствуются действующей Конституцией РФ, Уголовным кодексом, а также многими другими федеральными законами и подзаконными актами.

В Республике Башкортостан также большое внимание уделяется преступлениям экономического сектора в органах государственной власти и идет активная борьба с коррупцией внутри системы публичной власти. В таблице 1 приведена статистика экономических преступлений в Республике Башкортостан за первую половину 2022 год [4].

Таблица 1

Преступления экономической направленности в РБ за первую половину 2021 г.

Преступления экономического сектора	Зарегистрировано преступлений	Первая половина 2021 года	Оконченные дела	Первая половина 2022 года
Коррупционные	719	752	505	523
Налоговые	58	15	44	30
Взяточничество	250	262	186	241
Против государствен- ной власти	387	294	279	264
Коммерческий подкуп	37	17	10	15
Хищение бюджетных средств	358	506	290	558
В сфере ЖКХ	34	36	17	31
Незаконное образова- ние юридического лица	62	4	19	0
Промышленность	94	83	73	84
Легализация денежных средств	11	4	8	10

По таблице 1 видно, что коррупционные преступления, которые были зарегистрированы в первой половине 2021 года, уменьшились на 33 преступления относительно первой половины 2021 года, но все еще этот показатель остается на высоком уровне. Взяточничество, хищение бюджетных средств, в сфере ЖКХ так же можно заметить динамику уменьшения количества зарегистрированных преступлений. По всем остальным сферам преступлений экономического сектора наблюдается тенденция увеличения преступлений.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что противодействие коррупции в органах государственной власти и во всем экономическом секторе остается актуальным и на сегодняшний день. Честность, прозрачность и эффективность должны стать основополагающими принципами в обществе.

### Библиографический список

1. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 №273-Н // СПС КонсультантПлюс.

2. Индекс восприятия коррупции [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

[https://anticor.hse.ru/main/news\\_page/opublikovan\\_indeks\\_vospriyatiya\\_korruptsii\\_z\\_a\\_2021\\_god](https://anticor.hse.ru/main/news_page/opublikovan_indeks_vospriyatiya_korruptsii_z_a_2021_god) (дата обращения: 22.10.23).

3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СПС КонсультантПлюс.

4. Оперативная сводка информационного центра МВД по РБ.

© Постнов Д.О., 2023

Д.Д. РАКИТИНА

*lpersik5@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.И. СПИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОВРЕМЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА РФ**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены проблемы современной финансовой политики РФ и пути их решения, а также предложены возможные методы совершенствования денежной системы.

*Ключевые слова:* государство; финансовая политика; денежные ресурсы; население; совершенствование; проблема; финансы.

В современном российском государстве финансовая политика совмещает в себе финансовые институты, механизмы и отношения, которые играют важную роль в распределении денежных ресурсов страны. Для того, чтобы перераспределение было справедливым и позволило снизить социальное неравенство в обществе, государству необходимо помогать социально-уязвимой части населения. Достижению данной цели способствует совершенствование путей финансовой политики.

Финансовая политика – это комплекс мероприятий, проводимых государством и направленных на формирование эффективного функционирования экономики и финансовой сферы страны, а также распределение финансовых ресурсов и их использование для выполнения государством своих функций.

Основными задачами финансовой политики являются [1]:

- создание условий для формирования государственного бюджета [1];
- рациональное использование и распределение денежных ресурсов государства [1];
- регулирование экономической сферы общества [1].

Для того, чтобы понять, как можно повлиять на повышение эффективности финансовой политики, нужно рассмотреть факторы, влияющие на неё:

- 1) структура экономики;
- 2) состояние финансовой системы;
- 3) уровень развития кредитования в стране;
- 4) благосостояние и уровень финансовой грамотности населения.

Из задач финансовой политики можно выделить три её вида по стадии экономического цикла [3]. Сдерживающая финансовая политика представляет собой совокупность действий правительства по снижению расходов государственного бюджета и увеличению налоговых поступлений в него. Стимулирующая финансовая политика – программа финансовых мер, которые

направлены на рост объёма валового национального производства, а также на повышение уровня занятости населения. Стабилизационная финансовая политика состоит из комплекса мер, нацеленных на создание и поддержание макроэкономического равновесия страны с помощью налогово-бюджетных инструментов.

Современная финансовая политика в РФ сталкивается с такими проблемами [2], как бюджетная несбалансированность, недостаточный объём инвестиционных поступлений, высокий уровень безработицы и рост инфляции. Эти затруднения отражаются на эффективности финансовой политики тем, что мешают её развитию и затормаживают прогресс в экономической сфере государства.

Несбалансированность бюджета в российском государстве бывает двух видов (дефицит и профицит), проявляется как разница общей суммы бюджетных доходов государства и расходов его бюджета.

Дефицит инвестиций является второй проблемой, с которой сталкивается денежная политика, так как это ситуация, при которой объём инвестиционных поступлений недостаточен для эффективного развития и поддержания экономического роста в стране.

Высокие показатели безработицы среди населения также являются проблемой, требующей решения. Данное значение находится как отношение занятого населения к общей численности трудоспособного, большая цифра свидетельствует о спаде в экономике, так как снижаются доходы граждан, а в последствии и налоговые отчисления в бюджет.

Рост инфляции связан с устойчивым повышением цен на товары и услуги, в следствии чего происходит обесценивание денежных средств, которое касается всего населения страны, но больший ущерб причиняется гражданам, доход которых формируется за счёт бюджета государства.

Таким образом, перечисленные проблемы порождают неэффективность бюджетной системы, которая отражается на многих сферах жизнедеятельности общества. Страна в последствии сталкивается с такими проблемами, как низкий уровень социальной защиты населения, несостоятельность социального обеспечения. Для того, чтобы начать развивать и совершенствовать финансовую политику РФ, необходимо обратить внимание на существующие в данной сфере несовершенства.

При решении проблем финансовой политики используются финансовые инструменты, представляющие собой разграничение прямого и косвенного налогообложения, регулирование государственных расходов, управление дефицитом бюджета. На практике данные инструменты реализуются через налоговые поступления, сборы, государственные расходы, ценные бумаги, инвестиции, субсидии и многое другое.

С физических и юридических лиц взимаются налоги, которые могут быть как косвенными, так и прямыми. Без налогообложения невозможно представить финансовую политику, так как данные отчисления составляют большую часть

государственного бюджета и формируют бюджетную систему, а в дальнейшем перераспределяются на нужды населения.

Вторым инструментом является регулирование госбюджета, так как госрасходы направляются на поддержание безопасности страны, развитие научно-технического потенциала государства, социальную защиту населения и прочие задачи. От рационального использования денежных средств зависит эффективность макроэкономической финансовой политики государства.

Третьим инструментом считается управление дефицитом госбюджета, при его возникновении правительству требуется немедленно принять меры по его устранению с помощью увеличения финансовых поступлений в бюджет или уменьшения расходов.

Можно сделать вывод, что в экономике огромное разнообразие финансовых инструментов, но эффективность от их использования происходит лишь в результате их совместного применения. Важно не только знать о существовании данных методов, но и уметь их применять на практике.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что современная финансовая политика в РФ не идеальна, но её можно совершенствовать и улучшать, она имеет недостатки, которые можно устранить с помощью правильного использования финансовых инструментов. Огромное их многообразие позволяет государству выбрать для себя методы, которые будут наиболее эффективными и смогут быть реализованы в кратчайший срок, тем самым будет урегулирована экономическая сфера жизни граждан. Множество целей и задач финансовой политики направлены на повышение уровня жизни населения и развитие экономики страны. Также благодаря факторам, влияющим на финансовую политику можно воздействовать на повышение ее эффективности и выявить слабые звенья, на которые стоит обратить внимание, а в последствии развить и сделать сильными сторонами.

### **Библиографический список**

1. Зубаревич, Н.В., Колесник, О.В., Радаев, В.В. Финансы и налоги: учебник / Н.В. Зубаревич, О.В. Колесник, В.В. Радаев. – Москва: Издательство «Экономика», 2017. – 416 с.

2. Шепелев, Д.Р., Кузнецова, Е.В., Степанова, Е.В. Современные проблемы государственного финансового контроля в Российской Федерации: учебник / Д.Р. Шепелев, Е.В. Кузнецова, Е.В. Степанова. – Москва: Издательство «Наука», 2019. – 156 с.

3. Финансовая политика: учеб. пособие / Л.И. Юзвович, Н.Ю. Исакова, Е.А. Смородина и др.; под общ. ред. Л.И. Юзвович; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2020. – 12 с.

© Ракитина Д.Д., 2023

УДК 379.85

Д.А. САМАРХАНОВА

*samarhanovadiana@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.И. СПИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВАЖНОСТЬ ТУРИЗМА ДЛЯ МЕГАПОЛИСОВ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* описана важность развития туризма, а также его влияние как на современные мегаполисы, так и на мировую экономику, выделены проблемы, возникающие с развитием туризма, предложены меры и различные подходы для минимизации вреда от данного процесса.

*Ключевые слова:* туризм; развитие туризма; мегаполисы; проблемы; загрязнение окружающей среды; экотуризм.

Современные мегаполисы являются центрами экономического, социального и культурного развития. Они привлекают огромное количество людей, как жителей, так и туристов. С каждым годом число туристов в мегаполисах только увеличивается, что говорит о значимой роли туризма в их развитии. В данной статье автором рассматривается, каким образом туризм влияет на современные мегаполисы, а также проблемы, с которыми сталкиваются мегаполисы в контексте туризма, и предлагаются возможные подходы к их решению.

Развитие внутреннего туризма является одним из приоритетных направлений современного социально-экономического пространства. По данным ежегодного исследования Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2022 году вклад сектора путешествий и туризма в мировой ВВП составил 7,6%, рост на 22%, по сравнению с 2021 годом, что всего на 23% ниже уровня 2019 года [1].

Это означает, что он обеспечивает более 330 миллионов рабочих мест, что свидетельствует о значимой роли туризма в развитии мегаполисов (табл. 1).

Приезжие туристы тратят деньги на проживание, питание, развлечения, покупки и другие услуги, что значительно стимулирует экономику города. Дополнительные доходы от туризма могут быть направлены на развитие инфраструктуры, улучшение общественного транспорта, строительство новых объектов и другие проекты, которые способствуют привлечению ещё большего количества туристов.

Однако развитие туризма в мегаполисах также может сопровождаться проблемами и вызовами, которые требуют внимания и системного подхода для их решения. Неконтролируемый рост туристического потока может привести к

перегруженности городской инфраструктуры, а большое количество туристов приводит к увеличению выбросов вредных веществ и загрязнению окружающей среды.

Таблица 1

Туризм в мировой экономике за 2019–2021 гг.

	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Мировой ВВП сектора туризма и путешествий, в % к предыдущему году	103,5	49,6	121,7
Мировой ВВП, в % к предыдущему году	102,5	96,7	105,8
Вклад туризма в мировой ВВП, трлн долл. США	9,63	4,8	5,8
В % от мирового ВВП	10,3	5,3	6,1
Число рабочих мест в сфере туризма, млн ед.	333	271	289
в % от общего числа рабочих мест в мире	10,0	8,3	9,1
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма, млрд долл. США	986,2	693,2	...
в % от общего объема инвестиций	4,4	3,2	...

Также туристы часто используют автомобили и общественный транспорт, что ведет к пробкам и перегруженности дорог. Это не только создает неудобства для жителей, но и ухудшает экологическую ситуацию в городе.

Международная группа ученых подсчитала, какой объем выброшенных в атмосферу парниковых газов связан с туризмом. Выяснилось, что использование транспорта, проживание в отелях, питание и другие нужды путешественников приводят к выделению 8% всех парниковых газов на планете. Исследование опубликовано на сайте организации «Nature Climate Change» [2].

«Исследователи из организации Nature Climate Change обновили данные об углеродном следе, формируемом в результате работы мировой туристической индустрии. Оказалось, что он был чудовищно недооценен и как минимум вчетверо больше, чем считалось раньше. Совокупный объем

выбросов углекислого газа в этой сфере составляет примерно 1/12 от всего количества парниковых газов в мире» [3].

«Ранее при подсчете CO<sub>2</sub> учитывали только выбросы от туристических авиаперевозок. Теперь к этим данным добавлены выбросы в атмосферу при строительстве и обслуживании туристических объектов, от всех видов трансфера, от производства сувениров, продуктов питания и выпуска рекламной продукции. Даже алкоголь и фото на курорте косвенно увеличивают эти показатели – нужно вырабатывать электроэнергию для телефона и утилизировать бутылки» [3].

Ученые отмечают, что активное развитие туризма может привести лишь к дальнейшему росту производства парниковых газов в ближайшем будущем: при тех же темпах роста к 2025 году объем выбросов может вырасти на 40% относительно сегодняшнего уровня.

Первым шагом к решению проблем с экологией, связанных с туризмом, является осознание этой проблемы как глобальной. Необходимо, чтобы все участники туристического бизнеса понимали свою ответственность за сохранение природы и принимали меры для ее защиты. Важной мерой является разработка и внедрение строгих экологических стандартов для туристических объектов и услуг, в чем может помочь развитие экотуризма.

Основная идея экотуризма заключается в посещении природных и культурных объектов с минимальным воздействием на окружающую среду. Этот вид туризма сочетает в себе отдых, развлечение и экологическое образование для туристов, а также способствует сохранению природных ресурсов и местной культуры и развитию местных сообществ [4]. Одним из главных принципов экотуризма является уважение к природе и культуре местных жителей. Путешественники должны соблюдать правила поведения в природе, не оставлять мусор и не нарушать местные традиции и обычаи. Кроме того, экотуристы должны выбирать экологически чистые виды транспорта и проживания, такие как велосипеды, походные палатки.

Первым важным аспектом экотуризма является обучение туристов правилам поведения в природе и охране окружающей среды. Это может быть реализовано через обучающие программы и информационные материалы, предоставляемые туристам перед поездкой. Также необходимо проводить экскурсии с опытными гидами, которые могут рассказать о природных особенностях места и о том, как сохранять его природную красоту.

Вторым важным аспектом является выбор мест назначения. Туристы должны избегать посещения мест с уязвимой экосистемой или с большим потоком туристов. Вместо этого, они могут выбирать менее популярные и малоизвестные места, которые не будут перегружены туристами.

Кроме того, необходимо усилить контроль за экотуризмом и соблюдением экологических стандартов. Государственные органы и организации должны разработать и внедрить строгие правила и нормы, а также проводить проверки и наказывать нарушителей. Наконец, важно включить местное население в процесс развития данного вида туризма. Местные жители



должны получать выгоды от развития туризма в своем регионе и быть вовлеченными в процесс принятия решений и управления природными ресурсами. Это поможет им сохранить свою культуру и образ жизни, а также повысить уровень жизни.

Помимо развития экотуризма, также следует применять и следующие меры:

- государственные органы должны разработать и внедрить законы и нормативы, которые будут регулировать деятельность туристических компаний и защищать природу от негативного воздействия;

- развивать программы по утилизации и переработке отходов в туристических регионах;

- ограничивать количество туристов на некоторых уязвимых природных объектах и запрет на посещение определенных мест, где оказывается сильное воздействие на окружающую среду;

- внедрять экологические стандарты для туристических компаний и отелей, которые будут обязывать их соблюдать правила охраны окружающей среды;

- разрабатывать и внедрять программ по восстановлению и охране природных ресурсов в туристических регионах;

- сотрудничать с местными организациями и экспертами. Сотрудничество с местными организациями и экспертами по охране окружающей среды может помочь разработать эффективные стратегии по устойчивому развитию туризма.

Развитие экотуризма является одним из ключевых шагов к решению проблем с экологией, связанных с туризмом. В целом, решение этой проблемы требует совместных усилий со стороны правительств, бизнеса и туристов. Только при соблюдении экологических стандартов и устойчивом подходе к развитию туризма мы сможем сохранить природу и культуру, не нанося ущерба окружающей среде.

### **Библиографический список**

1. World Travel & Tourism Council [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wttc.org/research/economic-impact> (дата обращения: 04.10.2023).

2. Nature Climate Change [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nature.com/articles/s41558-018-0141-x4> (дата обращения: 08.10.2023).

3. Влияние туризма на климат Земли оказалось в четыре раза больше, чем считалось прежде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.techcult.ru/science/5293-vliyanie-turizma-na-klimat-zemli/>.

4. Ивлева, О.В. Теория и практика экологического туризма: учебное пособие / О.В. Ивлева. – Ростов-на-Дону; Таганрог: ЮФУ, 2020. – С. 9. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612202>.

© Самарханова Д.А., 2023

## СЕКЦИЯ 7.4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ

УДК 303.732

Д.О. АБРАМОВ

*o.abramovdanila@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. С.Н. ПАЩЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

### СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

*Аннотация:* в работе проведен первичный системный анализ образовательной онлайн компании. Основное внимание уделено иерархической структуре, когнитивной карте проблем и анализу факторов, влияющих на стабильность компании. Заключение подчеркивает значение применения законов преобразования композиций систем и коррекции бизнес-модели для устойчивого развития.

*Ключевые слова:* системный анализ; образовательная онлайн компания; экономическая нестабильность; бизнес-модель; финансовое положение.

Современный бизнес в условиях динамичных рыночных изменений и экономической нестабильности требует высокой степени адаптивности и эффективного управления ресурсами. Особенно актуальной становится задача управления финансовыми ресурсами компаний. Образовательная компания подвержена воздействию множества внешних и внутренних факторов, особенно в России, где предприятия из сферы Education technology (EdTech) сталкиваются с проблемой экономической стабильности.

Под EdTech в общем понимается цифровизация образовательных процессов. Однако, внедрение новых технологий не может ограничиться только новыми решениями в потреблении, но и требует совершенствования существующих бизнес-моделей, а также разработку новых [2].

Деятельность образовательной компании направлена на создание и предоставление инновационных образовательных продуктов и услуг. В условиях, где конкуренция непрерывно растет, а требования клиентов изменяются, эффективное управление становится ключевым фактором успешности. Экономическая нестабильность, изменения в законодательстве, внешние экономические кризисы могут существенно повлиять на положение и долгосрочную устойчивость компании.

Данная работа направлена на проведение системного анализа деятельности образовательной компании для выявления ключевых факторов и переменных, влияющих на её состояние в условиях экономической

нестабильности. Анализ проблем и поиск возможных путей их решения позволит компании разработать стратегии для оптимизации ресурсов и обеспечения устойчивого развития. В рамках работы рассматриваются финансовые и другие аспекты деятельности компании, её внутренняя и внешняя среда, а также факторы рынка. Системный анализ поможет выявить комплекс проблем и разработать модели для принятия обоснованных управленческих решений.

Подход, основанный на системном анализе, позволит рассмотреть образовательную компанию как сложную систему, учитывая её иерархическую структуру, взаимосвязи и зависимости, а также внешние факторы. Целью является выявление основных проблем, потенциальных финансовых рисков и разработка стратегий их решения.

Работа структурирована на этапы: формулировка проблемы, определение целей исследования, описание объекта как системы, моделирование, принятие решений и внедрение рекомендаций. Каждый этап анализируется и корректируется с учетом принципов системного анализа. Данное исследование способствует глубокому пониманию деятельности образовательной компании и созданию моделей для эффективного управления в условиях экономической нестабильности.

Формулировка проблематики.

В условиях экономической нестабильности многие компании сталкиваются с проблемой ухудшения своего экономического положения. Для образовательных компаний особенную трудность представляют не только внешние экономические факторы, но и внутренние проблемы, такие как неэффективная бизнес-модель. Высокая стоимость привлечения клиента, которая постоянно растёт, а также сложность в возврате стоимости обучения из-за агрессивных продаж и неоправданных ожиданий от обучения со стороны клиентов, становятся серьезными вызовами. Эти проблемы могут проявляться в виде уменьшения числа студентов, отмены или отсрочки платежей за курсы. Такое положение может вынудить образовательную компанию пересматривать свою бизнес-модель, сокращать инвестиции в новые программы и технологии или искать дополнительные источники дохода. В долгосрочной перспективе, это может угрожать устойчивости и развитию компании, делая ее уязвимой перед конкурентами и изменяющимися рыночными условиями.

Иерархическая структура объекта исследования представлена на рис. 1.

Основная проблема – снижение экономического положения образовательной компании.



Рис. 1. Иерархическая структура объекта исследования

Образовательные организации в условиях экономической нестабильности сталкиваются с рядом проблем, которые напрямую или косвенно связаны с экономическим положением:

- снижение спроса из-за экономической нестабильности;
- изменения в законодательстве;
- увеличение операционных расходов;
- неспособность быстро адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям;
- упущенные возможности на рынке;
- снижение спроса на услуги образовательной компании;
- снижение качества услуг;
- трудности в привлечении и удержании квалифицированных специалистов;
- усиление конкуренции на рынке онлайн-образования;
- снижение инвестиций в разработку и маркетинг;
- снижение привлекательности предложения для потенциальных клиентов.

В условиях онлайн-образования многие из этих проблем могут проявляться иначе или иметь специфические особенности, особенно касающиеся развития технологий и международного рынка. В свою очередь, одной из наиболее быстро развивающихся технологий в образовании является искусственный интеллект (ИИ) [1].

Онлайн-обучение – это качественно иной уровень электронного обучения, и для его организации требуются качественно иные условия, чем для обеспечения веб-поддержки очного обучения [3].

Структурирование проблематики путем построения модели (когнитивной).

В центре когнитивной модели находится основная проблема - снижение экономического положения предприятия. Когнитивная модель представлена на рис. 2.

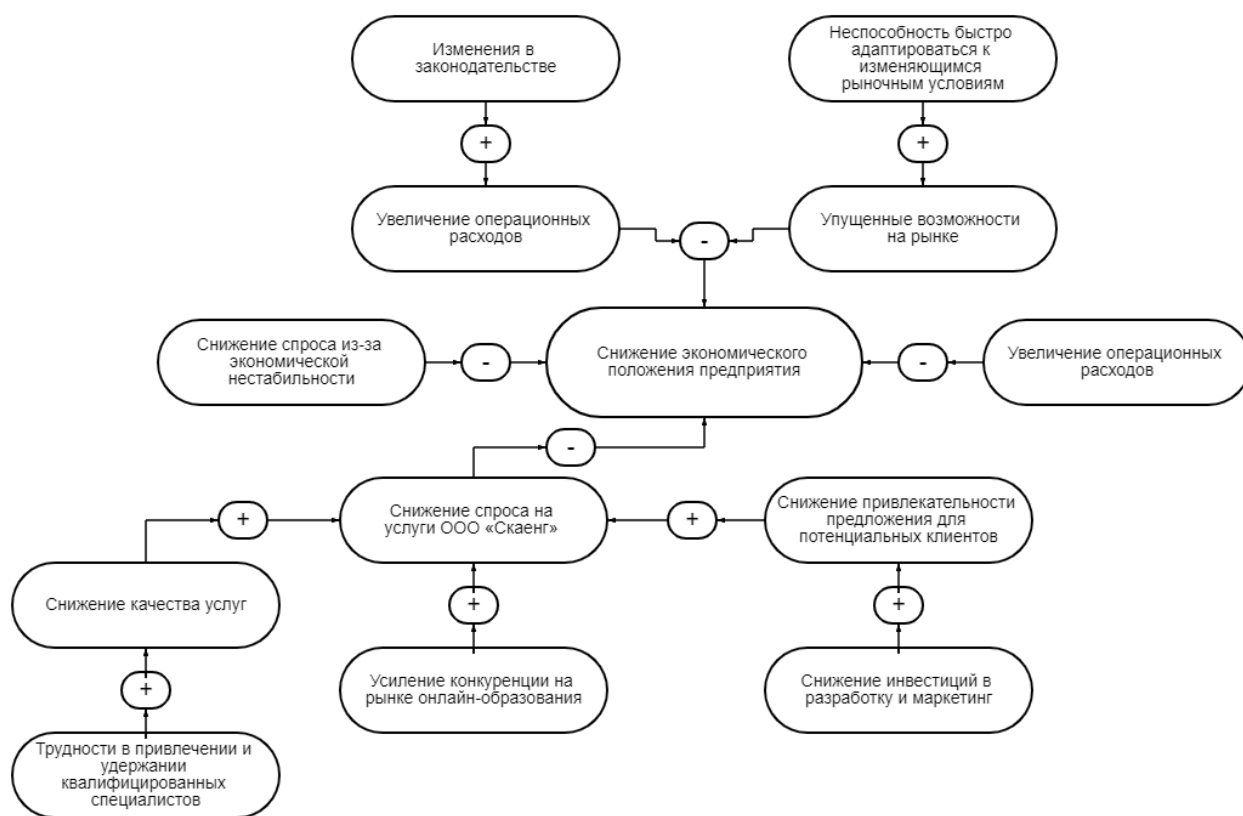


Рис. 2. Когнитивная карта проблемной ситуации

Внешние факторы:

1. Экономическая нестабильность может уменьшить способность клиентов инвестировать в образование, влияя на финансы образовательной онлайн компании.

2. Правительственные изменения в законодательстве могут увеличить операционные расходы в образовательной сфере.

3. Рост популярности онлайн-образования усиливает конкуренцию, что может снизить спрос на услуги.

Внутренние факторы:

1. Усиление конкуренции и законодательные изменения могут увеличить расходы.

2. Гибкость в стратегии необходима в условиях перемен; отставание может привести к упущенным возможностям.

3. Ограниченные ресурсы могут сократить инвестиции в разработку и маркетинг, уменьшая привлекательность предложения.

4. Нестабильность может ухудшить мотивацию и лояльность специалистов, снижая качество услуг.

Объектом исследования является образовательная онлайн компания. Внешние и внутренние факторы влияют на её экономическое положение в условиях нестабильности.

Цель и структура системы.

Дерево целей представлено на рис. 3.

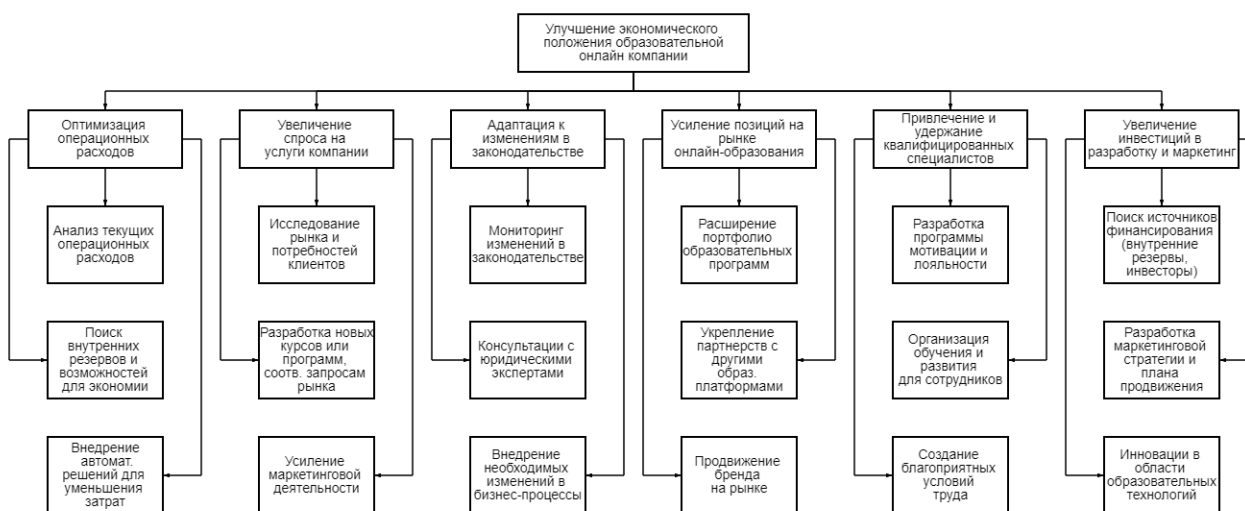


Рис. 3. Дерево целей

Цель системы – обеспечить устойчивость и рост экономического положения образовательной онлайн компании даже при экономической нестабильности. Система деятельности:

1) целостна и может быть декомпозирована на элементы для обеспечения устойчивости;

2) имеет стабильные взаимные связи между элементами;

3) руководствуется определенными правилами и законами.

Базовый элемент – обеспечение устойчивости и роста экономического положения. Тип базового элемента – объект. Способ декомпозиции – вертикальный. Тип структуры – иерархическая.

Окружение системы.

Надсистема: рынок образовательных компаний РФ. Подсистемы:

1) онлайн-курсы и программы;

2) IT-инфраструктура;

3) команда (преподаватели, менеджеры, разработчики);

4) маркетинг и реклама.

Элементы и их свойства: онлайн-курсы (образовательный контент), IT-инфраструктура (безопасность), команда (квалификация), маркетинг (целевая аудитория). Связи между подсистемами направлены на эффективность деятельности, как, например, связь команды с онлайн-курсами для оптимизации контента.

Элементы внешней среды: экономическая нестабильность, законодательство в сфере онлайн-образования, конкуренты на рынке, технологические тренды.

Социальные факторы: изменение спроса на онлайн-образование из-за общественных и культурных трендов, образовательные потребности населения.

Определение места системы в системе классификаций:

1) по степени сложности: сложная система;

2) по субстанциональному признаку: социотехническая система;

- 3) по целям: образовательно-коммерческая система;
- 4) по выполняемым функциям: предоставление образовательных услуг;
- 5) по степени взаимодействия с внешней средой: открытая система;
- 6) по степени динамичности: динамичная система;
- 7) по степени разнородности элементов: разнородная система;
- 8) по признаку управляемости: управляемая система;
- 9) по виду структур: иерархическая структура.

При определении степени сложности системы важно учитывать множество факторов. В контексте обсуждаемой системы деятельности образовательной онлайн компании можно выделить следующие доказательства сложности:

- 1) множество элементов;
- 2) взаимосвязи между элементами;
- 3) адаптивность;
- 4) обратные связи;
- 5) непредсказуемость.

В процессе анализа были рассмотрены различные факторы, влияющие на экономическое положение образовательной онлайн компании. Для более детального и всестороннего системного анализа рекомендуется применить первый и второй закон преобразования композиций (структур) систем к каждому отделу компании. Такой подход позволит детализировано изучить структуру каждого отдела, выявить возможные слабые места и предпринять корректирующие действия. Однако даже глубокий анализ может не привести к значительным изменениям, так как ключевая проблема, вероятно, кроется в основной бизнес-модели образовательных онлайн компаний. В связи с этим рекомендуется пересмотреть текущую бизнес-модель и активно внедрять автоматизацию учебного процесса. Такой комплексный подход может стать залогом стабильности и успешного развития образовательных онлайн компаний в будущем.

### **Библиографический список**

1. Плотников, Д.М. Тренды развития сквозных технологий в образовании в контексте реализации цифровой экономики в России / Д.М. Плотников // Современное педагогическое образование. – 2021. – № 3. – С. 13–17.
2. Токарев, Б.Е. Анализ состояния и перспектив рынка образовательных технологий в России / Б.Е. Токарев, Р.Б. Токарев // Практический маркетинг. – 2020. – № 4(278). – С. 37–44.
3. Кашина, О.А. Онлайн-обучение как новая ступень развития вуза: применение системного подхода к анализу условий для изменения образовательной модели / О.А. Кашина, В.Н. Устюгова, Р.Е. Архипов // Образовательные технологии и общество. – 2019. – Т. 22. – № 2. – С. 3–16.

© Абрамов Д.О., 2023

Д.О. АБРАМОВ

*o.abramovdanila@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. С.Н. ПАЩЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

*Аннотация:* в данной статье исследуются ключевые аспекты управления финансами в современных российских организациях. Освещены также проблемы, с которыми сталкиваются финансовые менеджеры, такие как нестабильность внешней среды, геополитические риски и сложности в получении финансирования. Рассмотрены основные задачи управления корпоративными финансами и роль управления финансами в экономике.

*Ключевые слова:* управление финансами; финансовое управление; цифровизация; эффективное управление финансами.

Управление финансами в современных российских организациях представляет собой сложный и многогранный процесс, который зависит от множества внутренних и внешних факторов. Российская экономика в последние десятилетия претерпела значительные изменения, что повлекло за собой особенности и вызовы в сфере финансового управления. В данной статье мы рассмотрим ключевые аспекты управления финансами в современных российских организациях и выявим основные проблемы, с которыми сталкиваются финансовые менеджеры.

К основным особенностям финансового управления в России относят:

1. Валютные колебания – одной из основных особенностей российской экономики являются валютные колебания. Рубль часто подвержен внешним факторам, таким как цены на нефть, политические риски и санкции. Эти колебания могут существенно повлиять на финансовую стабильность организации. Финансовые менеджеры должны разрабатывать стратегии управления валютными рисками и внимательно мониторить рынок;

2. Налоговое законодательство в России часто меняется и дополняется, что создает дополнительные сложности для финансовых менеджеров, которые должны быть в курсе всех налоговых изменений и строить стратегии с учетом налоговых обязательств. Налоговая оптимизация становится важным элементом финансовой стратегии;

3. Финансирование и кредитование – доступ к финансированию и кредитованию в России может быть непредсказуемым. Процентные ставки могут изменяться в зависимости от экономической ситуации и решений центрального банка. Это требует от финансовых менеджеров постоянного



мониторинга и анализа финансовых рынков для принятия обоснованных решений о финансировании и привлечении заемных средств;

4. Государственное регулирование – в России существует высокий уровень государственного регулирования в различных секторах экономики. Это включает в себя контроль за валютными операциями, лицензирование и сертификацию. Финансовые менеджеры должны соблюдать все законы и нормативы, что может быть непростой задачей;

5. Инфляция в России также играет важную роль в управлении финансами. Высокая инфляция может уменьшать реальную стоимость денег и влиять на планирование бюджета организации. Финансовые менеджеры должны учитывать влияние инфляции на принимаемые финансовые решения при разработке стратегий инвестирования и финансового планирования.

Можно выделить базовые принципы, на которых строится финансовая система предприятия. Они не зависят от организационно-правовой формы, вида деятельности, масштабов деятельности, структуры капитала. К ним относят [1]:

- принцип экономической самостоятельности хозяйствующего субъекта;
- принцип самокупаемости;
- принцип материальной заинтересованности менеджера в результатах деятельности;
- принцип финансовой ответственности;
- принцип контроля (предварительного, текущего и последующего);
- принцип необходимости создания резервов.

Вызовы управления финансами в современных российских организациях:

1. Нестабильность внешней среды – современные российские организации сталкиваются с высокой нестабильностью во внешней среде. Политические и экономические события в мире могут быстро повлиять на бизнес. Это требует гибкости и способности быстро реагировать на изменения, что может быть сложно в условиях постоянных колебаний.

2. Санкции и геополитические риски, налагаемые на Россию со стороны других стран, могут оказать серьезное воздействие на финансовую стабильность организаций. Финансовые менеджеры должны постоянно мониторить ситуацию в мировой политике и анализировать потенциальные риски для бизнеса.

3. Кадровые проблемы – в сфере управления финансами в России существует дефицит высококвалифицированных кадров. Это может затруднить найм и удержание квалифицированных финансовых специалистов. Организации должны инвестировать в обучение и развитие своих финансовых сотрудников.

4. Сложности в получении финансирования – для многих российских компаний доступ к финансированию может быть ограничен. Это особенно актуально для малых и средних предприятий. Финансовые менеджеры должны искать альтернативные источники финансирования, такие как инвестиции или государственные программы поддержки.

5. Изменения в налоговом законодательстве – частые изменения в налоговом законодательстве могут создавать дополнительные бремена для

организаций. Финансовые менеджеры должны постоянно обновлять свои знания и адаптировать стратегии управления финансами к новым налоговым правилам.

В современных условиях развития можно выделить определенные новшества, которые оказывают влияние на сферу управления финансами.

Технологическая интеграция в управлении финансами. С развитием цифровой эры управление финансами становится все более интегрированным с технологией. Современные инструменты аналитики и автоматизации позволяют организациям лучше понимать свою финансовую структуру и принимать более обоснованные решения.

Использование Big Data. Большие данные могут быть использованы для прогнозирования финансовых трендов и определения потенциальных рисков. Интеграция аналитических инструментов помогает финансовым менеджерам анализировать большие объемы данных в реальном времени.

Финансовые технологии и инновации. Финансовые технологии продолжают трансформировать сферу финансового управления. Это позволяет компаниям оптимизировать свои операционные процессы, улучшить взаимодействие с клиентами и даже исследовать новые бизнес-модели.

Экологическая ответственность. В свете глобальных экологических вызовов многие компании активно включаются в «зеленое» финансирование, направленное на поддержку экологически устойчивых проектов. Это не только помогает планете, но и может привести к снижению долгосрочных рисков и улучшению корпоративного имиджа.

Цифровая безопасность в финансовом управлении.

В эпоху глобализации и цифровизации безопасность становится одним из ключевых приоритетов в управлении финансами. Утечка финансовой информации может не только привести к материальным убыткам, но и нанести ущерб репутации компании. Поэтому внедрение современных методов шифрования, регулярное обучение персонала основам кибербезопасности и использование многоуровневых систем аутентификации становятся обязательными элементами в стратегии управления финансами каждой организации.

В контексте управления финансами, к основным задачам управления корпоративными финансами можно отнести задачи, на которых строится корпоративная финансовая система [2]:

- формирование достаточного объема финансовых ресурсов;
- обеспечение наиболее рационального использования финансовых ресурсов;
- оптимизация денежных потоков;
- максимизация прибыли при допустимом уровне финансовых рисков;
- обеспечение постоянного финансового равновесия корпорации;
- устойчивые темпы роста экономического и инвестиционного потенциала компании;
- минимизация расходов при производстве.

Следует отметить, что в настоящее время отмечается рост использования автоматизированных программ в управлении финансами.

В условиях расширения цифровизации, увеличивается и объем автоматизированных программ в области управления финансами компаний [4].

Роль управления финансами в национальной экономике имеет большое значение, это связано с тем, что управление финансами играет важную роль в механизме управления хозяйством страны, в механизмах управления производством, по той причине, что данная специфика влияет на средний и крупный бизнес [3].

Управление финансами на макро- и микроуровнях также имеет большое значение, так как финансовые кризисы последних десятилетий потребовали эффективного и рационального управления финансовыми ресурсами как в масштабах национальной экономики, так и на конкретном предприятии [5].

Управление финансами в современных российских организациях является сложным и ответственным процессом, который требует от финансовых менеджеров высокой квалификации и способности адаптироваться к быстро меняющейся среде. Особенности российской экономики, такие как валютные колебания, налоговое законодательство, инфляция и государственное регулирование, представляют собой дополнительные вызовы, которые необходимо учитывать при разработке финансовых стратегий. Российские организации должны быть готовыми к нестабильности внешней среды, геополитическим рискам и изменениям в налоговом законодательстве, чтобы обеспечить устойчивое финансовое будущее.

### **Библиографический список**

1. Макарова, Н.В. Совершенствование системы управления финансовыми ресурсами предприятия / Н.В. Макарова, А.А. Воробьева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4–1. – С. 144–148.

2. Рябичева, О.И. Современные тенденции в управлении корпоративными финансами / О.И. Рябичева, М.З. Пирова, К.Г. Хазравова // Индустриальная экономика. – 2022. – Т. 8. – № 3. – С. 750–756.

3. Болотнова, Е.А. Особенности управления финансами в организациях малого бизнеса / Е.А. Болотнова, Д.А. Свиридова, В.В. Калитка // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 35(3). – С. 248–254.

4. Гавловская, Г.В. Новые технологии в управлении корпоративными финансами в цифровой экономике / Г.В. Гавловская, А.С. Буркина // Управленческий учет. – 2021. – № 8–2. – С. 368–375.

5. Ибрагимова, А.Х. Организация эффективного управления финансами в компании / А.Х. Ибрагимова, М.Н. Хариева, М.Р. Новрузова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 3. – С. 303–306.

© Абрамов Д.О., 2023

Д.Л. ГАДЕЛЬШИНА, Н.М. МАМЕДОВА, М.А. АСАЕВ  
*janatamedova00@gmail.com, gadeld@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.А. ШИЛЬДТ

*Уфимский государственный нефтяной технический университет*

## **ИНВЕСТИЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы, связанные с инвестициями и их ролью в экономическом развитии. Рассмотрены виды инвестиций, в том числе портфельные и прямые.

*Ключевые слова:* инвестиции; финансовые операции; портфельные инвестиции; прямые инвестиции; финансовые возможности; экономический рост.

Экономический рост является показателем эффективности хозяйствования национальной экономики. Измеряется с помощью показателей: валовой доход, национальный доход, чистый доход и т. д. Достижение экономического роста осуществляется путем усиления производственных мощностей, внедрения инновационных технологий для снижения издержек и создания конкурентоспособной продукции. Инвестиции являются важной частью экономического развития, поскольку они способствуют росту производства, созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни населения.

Инвестиционная деятельность – это вложение средств и совокупность практических действий по их реализации [2]. В условиях рыночной экономики существует многообразие инструментов для инвестирования, но у каждой коммерческой организации существует предел свободных финансовых ресурсов, доступных для инвестиций. Существует два типа инвестиций. Прямые инвестиции – покупка доли компании. При этом типе инвестор вкладывается в реальные активы компании и имеет возможность влиять на ее деятельность. Прямое инвестирование в России – это вложение суммы, равной или превышающей 10% от капитала компании. Портфельные инвестиции – покупка ценных бумаг компании [2].

Функции инвестиций заключаются в достижении роста и увеличении капитала, обеспечении финансовой стабильности в перспективе, снижении финансовых рисков. Инвестирование помогает в достижении различных финансовых целей, например, приобретение недвижимости, образование и т. д.

Инвестиции оказывают влияние на различные секторы экономики. Например, инвестиции в производственные предприятия способствуют увеличению производства товаров и услуг, а инвестиции в инфраструктуру, такие как дороги и энергетические системы, улучшают условия для бизнеса и повышают эффективность. Связь показателей представлена на рис. 1.

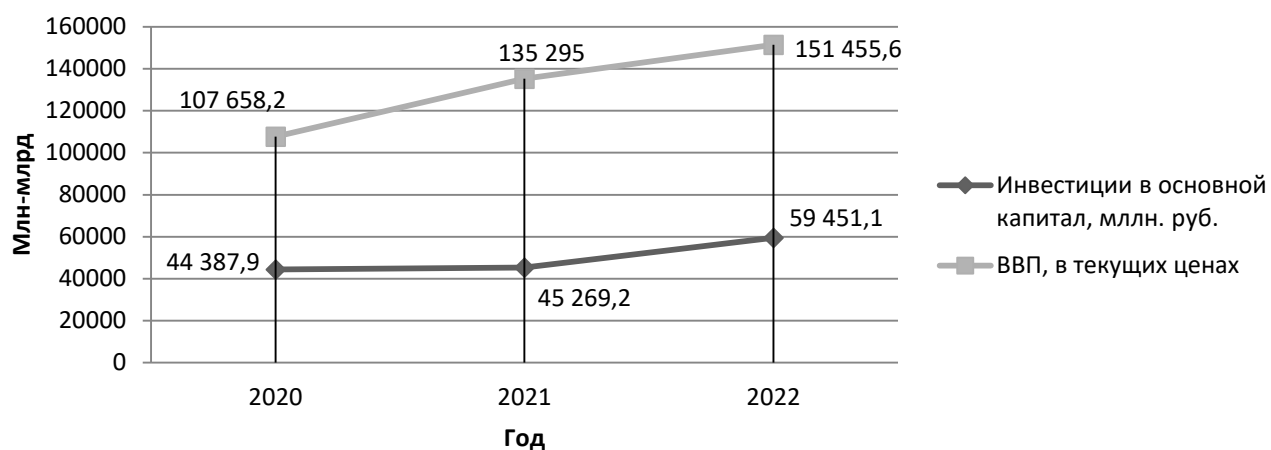


Рис. 1. Влияние инвестиций на ВВП 2020–2022 гг.\*

\*Составлено авторами [9].

Анализируя данные рис. 1, следует, что объем инвестиций в исследуемом периоде увеличился на 33,94%, причиной этому является импортозамещение. Проблемы с импортом промежуточной продукции вынуждают производителей изменять ассортимент, налаживая собственное производство. В анализируемом периоде показатель ВВП вырос на 40,68% вследствие увеличения объема инвестиций (15063,2 млн руб.).

Вложение инвестиций в развитие и создание новых компаний, способствует появлению дополнительных рабочих мест и стимулирует экономический рост. В таблице 1 представлены 10 крупнейших компаний-инвесторов России.

На рис 2, показано, что в отчетном периоде, по сравнению с базисным, сумма инвестирования каждого сектора увеличилась на 68% – нефть и газ, 26% – транспорт, 79% – финансы, 55% – энергетика, 83% – атомная промышленность. Часть инвестиций (56%) направлена из нефтегазовой отрасли вследствие увеличения объемов добычи и развития новых месторождений (Бюкское газоконденсатное, Южно-Лунское, Восточно-Мессояхское и др.). В сфере финансов (11%) инвестиции Сбербанка увеличились на 350 млрд руб., а у ВТБ остаются неизменными (300 млрд руб.), что связано со стратегиями банков. В секторе транспорта (19%) происходит наращивание инвестиций, относительное отклонение в 2022 г. составило 19,9%, а в сфере нефти и газа 20,97%. Причиной является изменение экономического окружения, спроса на продукцию и услуги и т. д. Компании инвестируют для создания и развития новых организаций с целью повышения экономического потенциала страны, так как динамика инвестиций за период 2020–2022 гг. связана с обновлением приоритетов государства.

Таблица 1

## 10 крупнейших компаний-инвесторов России\*

Сектор инвестирования	2020 (млрд руб.)	2021 (млрд руб.)	2022 (млрд руб.)	Общая сумма инвестиций по отраслям за 2020–2022 годы (в млрд руб.)	Отклонение суммы инвестиций за 2021г. (%)	Отклонение суммы инвестиций за 2022г. (%)
Нефть и газ:	Газпром	1 104,7	1 185,3	1 757,7	8 547,7	20,97%
	Роснефть	850	1 000	1 130		
	Лукойл	400	450	480		
Нефть и газ:	Арктик	170	200	220	25,06%	20,97%
	Сниженный Природный Газ (СПГ) 2					
Транспорт:	Российские железные дороги	704,1	761,2	1 020	3 140,3	19,9%
	Транснефть	257	208	190		
	Сбербанк	140,5	336,3	490,5		
Финансы:	ВТБ	300,1	250	300	1 817,4	25,83%
	Россети	280	370	435		
Энергетика:	Атомэнергопро м	283	197	518,6	1 085	14,94%
Атомная промышленность:				998,6	-43,65%	62,01%

\*Составлено авторами [8].

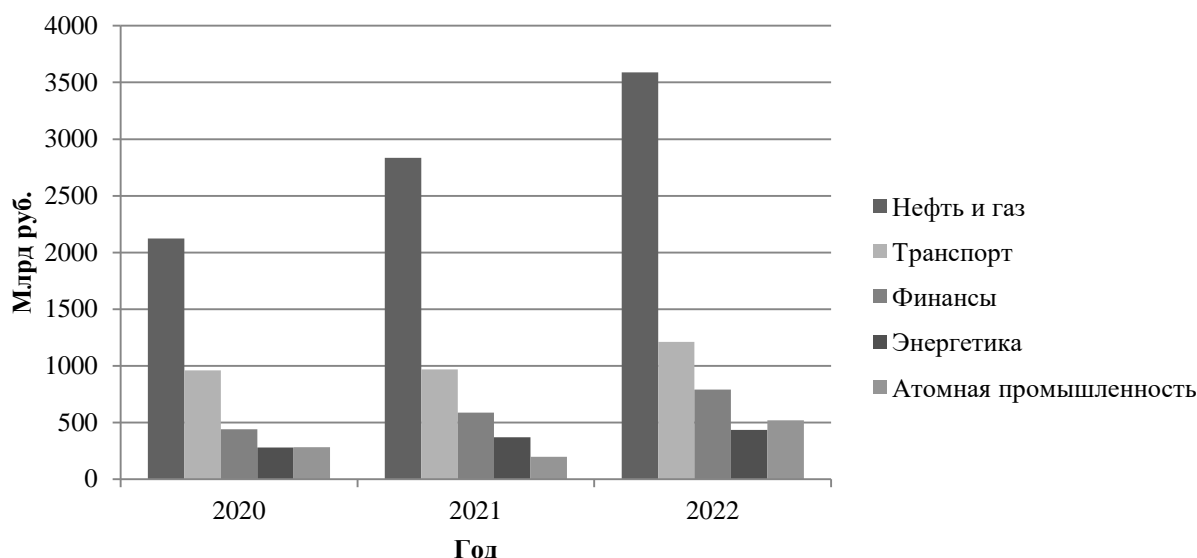


Рис. 2. Инвестиции 2020–2022 гг.\*

\*Составлено авторами [8].

Экономическому развитию способствует увеличение экспорта, что улучшает платежный баланс страны, открывает возможности для инвестирования. В то же время, инвестиции в экспортную продукцию способствуют увеличению ее конкурентоспособности на мировом рынке. На проекты потратят более 7,3 млрд рублей, что позволит оптимизировать логистические вопросы на рынке и увеличить объем экспорта продукции в Юго-Восточную Азию на 80 миллионов тонн. Первый проект – это развитие единой системы навигации для всех судовладельцев, использующих СМП. Второй – расширение акватории морского порта Бухта Север. Благодаря этому объем проводимых грузов возрастет на 80 млн тонн в год, увеличив экспорт в страны Юго-Восточной Азии. Ежегодно Россия проводит меры, создает программы и инвестирует в них для увеличения экспорта продукции.

Стимулятором экономического роста являются инвестиции в человеческий капитал. Динамика инвестиций в человеческий капитал представлена на рис. 3.

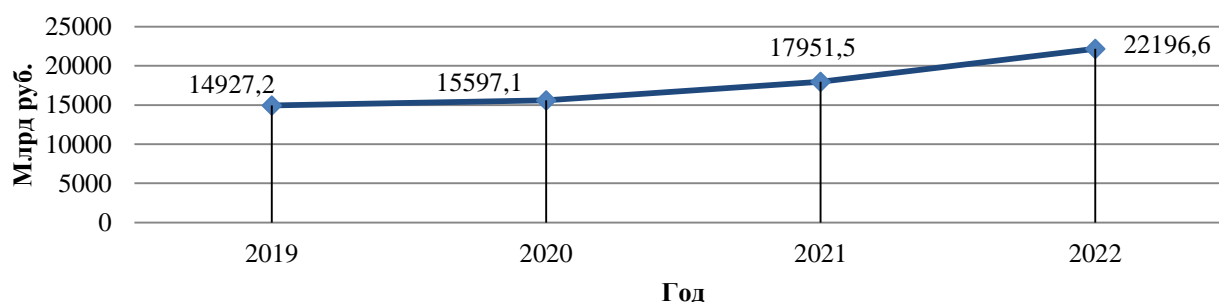


Рис. 3. Динамика инвестиций в человеческий капитал 2019–2022 гг. [8]

Анализируя данные рис. 3, следует, что инвестиции в рассматриваемом периоде увеличились на 4%, 15%, 23% соответственно. Стимуляция экономического роста достигается вследствие создания благоприятной среды для

развития человека, предпринимательства и экономики путем привлечения средств в человеческий капитал.

Инвестиции играют важную роль в экономике страны, являясь значимым фактором в динамике объема ВВП государства. Способствуют развитию производства, созданию новых рабочих мест, улучшению уровня жизни. Положительный рост инвестиционной деятельности страны укрепляет национальную экономику.

### **Библиографический список**

1. Бозо, Н.В. Макроэкономика: учебник / Н.В. Бозо. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 2022 с.
2. Газпромбанк инвестиции [Электронный ресурс]. – <https://gazprombank.ru> (дата обращения: 12.10.2023).
3. Инвестиции: учебник под редакцией Л.И. Юзвович. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2020. – 610 с.
4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru> (дата обращения: 19.10.2023).
5. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 21.10.2023).
6. Открытый журнал – инвестиции и трейдинг, финансовое планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru> (дата обращения: 18.10.2023).
7. Рамблер/финансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.rambler.ru> (дата обращения: 17.10.2023).
8. РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ufa.rbc.ru> (дата обращения: 15.10.2023).
9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 19.10.2023).
10. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru> (дата обращения: 13.10.2023).

© Гадельшина Д.Л., Мамедова Н.М., Асаев М.А., 2023



В.О. КУСТАРНИКОВА

*vika.kustarnikova.00@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.И. СЕЛЕЗНЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ВАЛЮТ НА СТАБИЛЬНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ СИСТЕМ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается влияние цифровых валют на стабильность финансовых систем в российских организациях. В контексте быстрого развития цифровых валют и глобальной цифровизации автор анализирует потенциальные возможности и риски, которые эти валюты предоставляют для российского бизнеса и экономики в целом. Особое внимание уделяется вопросам регулирования криптовалют, их волатильности и роли в международных расчетах.

*Ключевые слова:* цифровые валюты; стабильность финансовых систем; российские организации; регулирование криптовалют; цифровой рубль.

В последние годы мир активно обсуждает влияние цифровых валют на глобальные экономические процессы. Однако для России этот вопрос имеет особую актуальность. С учетом широкого разнообразия российских организаций – от государственных до частных – понимание воздействия цифровых валют на их финансовую стабильность становится предметом живого интереса как для экономистов, так и для предпринимателей. Процессы цифровизации ставят перед центральными банками задачи по обеспечению доступа к качественным и современным финансовым услугам для экономических субъектов, предъявляющих на них спрос [1].

Возможности, создаваемые цифровыми валютами для российских организаций:

1. Ускорение транзакций: введение цифровых валют позволяет сократить время и затраты на переводы, особенно в международном контексте.

2. Новые инвестиционные горизонты: цифровые валюты могут открыть новые возможности для инвестирования и диверсификации портфеля для российских компаний.

3. Оптимизация налогообложения: с учетом особенностей регулирования криптовалют в России, организации могут найти способы оптимизации налогов.

Риски для российских организаций:

1. Волатильность: внедрение криптовалют в финансовую структуру может повысить уровень экономической нестабильности из-за волатильности этих валют.

2. Непредсказуемость регулирования: в России законодательство в сфере цифровых валют по-прежнему находится в стадии разработки, что создает определенную неопределенность для бизнеса. Следовательно, у государства возникает необходимость создания собственной цифровой валюты, которая позволит поддерживать стабильное состояние финансов, а также будет находиться в относительно независимом положении от влияния факторов извне [2].

3. Технологические угрозы: все цифровые системы подвержены риску хакерских атак, что может угрожать финансовой стабильности организаций.

4. Цифровой рубль и его роль: цифровой рубль может в будущем помочь России снизить зависимость от американского доллара и других иностранных валют, укрепляя рубль и его транснациональные способности [3]. В то время как для некоторых организаций это будет представлять возможности, для других это может принести и вызовы.

Помимо вышеуказанных аспектов, важно осветить влияние цифровых валют на потребительский сектор. С появлением цифровых валют потребители получили больше возможностей для проведения транзакций, инвестирования и даже сбережения средств. Отсутствие посредников в транзакциях с цифровыми валютами может снизить комиссии и ускорить процесс платежей.

Однако такие возможности также влекут за собой риски. В отсутствие должного регулирования потребители могут столкнуться с мошенничеством, потерей средств или даже юридическими трудностями при использовании цифровых валют. Без надежных механизмов защиты и прозрачности потребители могут стать уязвимыми перед новыми угрозами в цифровом пространстве.

В этом контексте остается открытым вопрос о том, как сочетать инновационный потенциал цифровых валют с необходимостью защиты интересов потребителей.

Цифровые валюты проникают в экономическую жизнь России, принося с собой как инновационные возможности, так и риски. Понимание этой двойственной природы, адаптация к изменяющейся экономической среде и грамотное регулирование со стороны государства будут ключевыми для обеспечения стабильности финансовых систем российских организаций

Цифровые валюты, начав свое развитие с создания в 2009 году, привнесли в мировую финансовую систему революционные изменения. Россия, как одна из крупнейших экономик мира, не могла остаться в стороне от этого процесса. Влияние цифровых валют на стабильность финансовых систем российских организаций является актуальным вопросом, требующим глубокого анализа.

Потенциал для инноваций – цифровые валюты предоставляют огромный потенциал для инноваций в сфере финансовых услуг. Они могут упростить и ускорить международные платежи, предоставить финансовые услуги тем, кто ранее был изолирован от банковской системы, и многое другое.

Однако вместе с возможностями приходят и риски. Волатильность большинства криптовалют может угрожать финансовой стабильности организаций, особенно если их активы значительно инвестированы в такие валюты.

Правительство России пытается решить, как лучше регулировать цифровые валюты. С одной стороны, необходимо защитить потребителей и обеспечить стабильность финансовой системы. С другой – слишком строгие ограничения могут подавить инновации и усилить децентрализованный характер криптовалют.

Рассмотрение создания национальной цифровой валюты – цифрового рубля – может стать ответом на вызовы, которые ставит перед Россией мировая крипто-экономика. Национальная цифровая валюта может снизить зависимость от иностранных валют, укрепить внутренний рынок и обеспечить государственный контроль над цифровыми транзакциями.

Российские организации разделяются в своем отношении к цифровым валютам. Некоторые активно инвестируют в криптовалюты и используют их для расчетов, другие же избегают из-за высоких рисков и неопределенности регулирования.

В заключении можно сказать, что цифровые валюты оказывают существенное влияние на финансовую систему России, привнося как новые возможности, так и риски. Будущее взаимоотношения между цифровыми валютами и российскими организациями во многом зависит от государственного регулирования, а также от того, насколько успешно бизнес сможет адаптироваться к новой экономической реальности. Важность грамотного подхода к регулированию и интеграции технологий не может быть недооценена, так как от этого зависит стабильность финансового рынка, инвестиционный климат и доверие потребителей к новым финансовым инструментам. С учетом быстрого развития технологий и глобализации экономики, Россия стоит перед вызовом обеспечения своего лидерства и защиты интересов в эпоху цифровых инноваций.

### **Библиографический список**

1. Сахаров, Д.М. Цифровые валюты центральных банков: ключевые характеристики и влияние на финансовую систему / Д.М. Сахаров // Финансы: теория и практика. – 2021. – Т. 25. – № 5. – С. 133–149.

2. Котылева, Е.А. Цифровой рубль как средства стабилизации финансовой системы / Е.А. Котылева, С.В. Семенов, Л.В. Дубровина // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 12(122). – С. 149–155.

3. Коняхина, Д.В. Внедрение цифровых валют в мировую экономику: институциональные возможности и ограничения / Д.В. Коняхина, А.В. Нуждина // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 5. – С. 133–138.

© Кустарникова В.О., 2023

В.Р. ЛУКМАНОВ

*lukmanovvladimir2606@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Р.Н. ШАРИПОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА Г. УФА**

*Аннотация:* статья посвящена вопросам анализа и составления прогноза показателей бюджета муниципального образования. В статье проведен обзор методов анализа показателей бюджета, позволяющих выявить проблемные места; рассмотрены основные методы, используемые в бюджетном прогнозировании. На основе данных по бюджету городского округа г. Уфа выполнен анализ доходной части бюджета и дана оценка уровня финансовой устойчивости.

*Ключевые слова:* местный бюджет, показатели бюджета, методы прогнозирования, анализ устойчивости бюджета.

Анализ бюджета муниципального образования является важным инструментом для понимания финансового состояния и возможностей развития территории. Он позволяет оценить эффективность расходования бюджетных средств, выявить проблемные области и взять меры для их улучшения.

Местный бюджет – это форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения решения задач органами местного самоуправления [4].

Конституция РФ определила, что органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения [1]. В статье 15 Бюджетного кодекса РФ закреплено, что каждое муниципальное образование имеет свой собственный бюджет [2].

Бюджет муниципального образования необходим для покрытия запланированных расходов этого муниципального образования.

Привлечение денежных средств из других источников для исполнения расходных обязательств муниципальных образований не допускается.

Доходы любого бюджета состоят из трех источников: налоговые и неналоговые доходы, безвозмездные поступления. Касаясь доходов городского округа, к налоговым поступлениям относятся: земельный налог и налог на имущество физических лиц, единый налог на вмененный доход, единый с/х налог, патентный налог, госпошлины – в полном объеме; НДФЛ – 15%.

Согласно проекту Закона РБ «О бюджете Республики Башкортостан на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов» бюджету городского округа предусмотрен дополнительный норматив отчислений от налога на доходы

физических лиц на 3 процента. Соответственно общий норматив отчислений от налога на доходы физических лиц составляет 18 процентов.

Бюджет нуждается в постоянном контроле. Для реализации этой задачи нужно выполнять анализ, так же анализ позволяет оценить рентабельность некоторых сфер, понять какие из них нуждаются в поддержке и спрогнозировать доходы, расходы на следующий период.

Анализ бюджета состоит в оценке его эффективности, выявлении проблемных зон и поиском возможностей для улучшения финансового планирования. Он включает в себя:

1. Изучение и понимание структуры бюджета, включая доходы, расходы и финансовое планирование на перспективу.

2. Анализ доходной части бюджета, выявление источников доходов, оценка их надежности и устойчивости.

3. Анализ расходной части бюджета, включая выявление основных направлений расходов, оценку их эффективности и анализ соотношения расходов и доходов.

4. Оценка бюджетной дисциплины, включая анализ уровня дефицита (если таковой имеется), оценку своевременности выплат и контроля за исполнением бюджета.

5. Оценка процесса формирования бюджета, включая участие граждан, организаций и экспертов в процессе обсуждения и принятия бюджета.

Среди видов анализа выделяют следующие:

– анализ структуры формирования доходов, расходов (вертикальный анализ) и динамики изменения каждой статьи, неотделимо от причин изменений (горизонтальный анализ).

– корреляционно-регрессионный анализ

– трендовый анализ – выявление тенденций изменения показателей для прогнозирования на будущее;

– анализ финансовой устойчивости (коэффициентов).

В постановлении Правительства РФ № 574 «Об общих требованиях к методике прогнозирования поступлений доходов в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации» приведен перечень методов, которые можно применять для подготовки прогноза по доходам. Таких методов пять. Их можно использовать по отдельности или сочетать [3].

1. Прямой расчет. Метод основан на непосредственном использовании прогнозных значений объемных и стоимостных показателей, уровней ставок.

2. Усреднение. Метод ориентирован на повышение объективности результатов и выявление основных тенденций в динамике доходов за счет использования данных за несколько лет. Для доходов, которые поступали в бюджет в течение трех лет и более, установлен минимальный срок для усреднения показателей – три года.

3. Индексация. При этом методе применяют индекс потребительских цен или другой коэффициент, характеризующий динамику доходов.

4. Экстраполяция. В этом случае используют данные о тенденциях изменений поступлений в прошлых периодах.

## 5. Иные способы.

Так же в постановлении приведены конкретные алгоритмы расчета всех видов налоговых и неналоговых доходов.

Рассмотрим аналитические данные на примере показателей отчета об исполнении бюджета ГО г. Уфа за 2021–2022 гг. Данные по статьям доходов представлены в табл. 1.

Таблица 1

### Доходы городского округа г. Уфа, млн руб.

Вид дохода	2021		2022	
	План	Факт	План	Факт
Доходы бюджета, всего	34 900,3	35 906	44 152,4	45 839,2
Налоговые доходы, всего	11 353,7	12 228,4	11 857,3	13 668,2
в том числе				
НДФЛ	6 177,98	6 609,51	6 431,72	7 302,66
Налог, взимаемый в связи с применением УСН	2 662	2 864	2 903,5	3 602,18
ЕСХН	0,9	2,43	0	3,77
Налог на имущество физических лиц	707,14	728,66	851,44	864,86
Налог на имущество организаций	233,71	237,01	255,63	269,75
Земельный налог	717,47	853,53	715,04	775,79
Госпошлина	239,51	245,97	276,25	279,47
Неналоговые доходы, всего	2 946,28	3 442,37	2 957,85	3 187,15
в том числе				
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	2 165,89	2 225,61	2 163,19	1809,25
Платежи при пользовании природными ресурсами	28,09	67,85	64,56	26,79
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	68,65	168,61	135,64	147,31
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	621,73	776,16	523,33	987,69
Штрафы, возмещения ущерба	30,2	142,91	41,22	88,69
Безвозмездные поступления	20 600,3	20 235,3	29 337,3	28 983,8

Анализируя таблицу, необходимо отметить, что фактические доходы городского округа г. Уфа выросли на 27%, что весьма существенно и является положительной тенденцией. Увеличение в большей степени связано с ростом безвозмездных поступлений – они обеспечивают 88% прироста бюджета.

В 2021 году 56,35% доходов приходилось на безвозмездные поступления, 34,07% на налоговые доходы, 9,58% на неналоговые доходы. По всем статьям фактические значения превышают плановые, что говорит об эффективности бюджетной политики.

В разделе налоговых доходов основным является НДФЛ, на него приходится 18,4% от всех доходов.

Роль местных налогов (налог на имущество физических лиц и земельного налога) крайне мала – около 2–2,37% в общем объеме доходов. Это явление можно охарактеризовать как негативное, поскольку в развитой экономике должны преобладать «имущественные» налоги: граждане имеют высокий уровень благосостояния, а значит имеют больше собственности – больше налогооблагаемая база.

Все это свидетельствует о том, что данная территория является склонна к дотационной, то есть значительна финансовая зависимость от бюджетов вышестоящего уровня. Практически большая часть безвозмездных поступлений (субсидии и субвенции) носит целевой характер, что сдерживает местные власти в самостоятельности принятия решений по направлению денежных средств в более важные сферы жизни города.

Единый сельскохозяйственный налог имеет положительную тенденцию: фактическое значение за 2021 год в три раза превышает плановое и в следующем году фактическое значение выросло на 55%. Это говорит об уверенном развитии сельскохозяйственной сферы.

В разделе неналоговых доходов в течение двух лет доминируют доходы от использования государственного и муниципального имущества (6,2% и 4%). Снижение доли связано не только со структурными изменениями, но и с абсолютными: фактические доходы по этой статье снизились на 416,36 млн рублей.

Фактическое значение доходов от продажи материальных и нематериальных активов увеличилось с 776,16 до 987,69 млн рублей. Чтобы дать оценку изменениям нужно понимать воспроизводятся ли проданные активы и насколько эффективно это происходит.

В 2021 году объем штрафов, возмещений почти в пять раз превышает планируемый показатель (142,91 млн рублей при планируемых 30,2). С экономической и правоохранительной точек зрения это хорошо – бюджет получил больше доходов и органы государственного финансового контроля работают эффективно, но с позиции социальной явление негативно – в связи с ростом нарушений финансового законодательства. В динамике эта статья снизилась до 88,69 млн.

В 2022 году, в структуре доходов доминируют безвозмездные поступления – 63,23%, затем идут налоговые доходы – 29,82% и неналоговые – 6,95%.

Для разносторонней оценки проведем небольшой анализ коэффициентов финансовой устойчивости муниципального бюджета (1) – (3). В качестве исследуемых показателей используем следующие:

- коэффициент бюджетной автономии:

$$K_{авт} = \frac{ДП}{Д} \cdot 100\%, \quad (1)$$

- коэффициент зависимости:

$$K_{зав} = \frac{БП}{Д} \cdot 100\%, \quad (2)$$

– коэффициент устойчивости:

$$K_{уст} = \frac{БП}{ДП} \cdot 100\%, \quad (3)$$

где ДП – полученные налоговые и неналоговые доходы,

БП – безвозмездные перечисления,

Д – суммарные доходы бюджета.

Результаты расчетов приведены в табл. 2

Таблица 2

Анализ коэффициентов (результаты)

Коэффициент	Год		Изменение, %
	2021	2022	
бюджетной автономии	44%	37%	-7%
зависимости	56%	63%	+7%
устойчивости	129%	172%	+43%

По данным табл. 2 в 2021 году бюджет ГО г. Уфа попадает в категорию неустойчивых (в критическую зону). За год ситуация только усугубилась по трем аспектам: в 2022 году их значения стали ближе к нижней границы зоны неустойчивости. Иными словами, бюджет Уфы сильно зависит от поступлений свыше. Для повышения уровня финансовой устойчивости предлагаются следующие рекомендации:

- 1) увеличение неналоговых доходов, преимущественно доходов от использования имущества, находящегося в государственной собственности;
- 2) увеличение числа предприятий, доходы от которых поступают в бюджет округа;
- 3) разработка и повышение туристического потенциала города.

Развитие туризма может стать дополнительным источником доходов. Это может включать в себя создание новых туристических маршрутов, достопримечательностей, культурных событий и мероприятий.

### Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/).

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19702](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702).

3. Постановление Правительства РФ от 23.06.2016 № 574 (ред. от 09.12.2022) «Об общих требованиях к методике прогнозирования поступлений доходов в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_200268/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200268/).

4. Дворядкина, Е. Б. Эволюция понятия «местный бюджет» как компонента экономической основы местного самоуправления // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 7 (72). – С. 946–951.

© Лукманов В.Р., 2023



Л.Р. МАРДЕЕВА

*leilasupergirl@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Р.Н. ШАРИПОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИНСТРУМЕНТАРИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ БАНКОВСКОЙ АНАЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

*Аннотация:* в данной статье исследуются отличительные аспекты инструментария в банковской сфере. Рассмотрено содержание основных аспектов автоматизированной банковской аналитики и их особенности использования в коммерческих банках. Также авторами были рассмотрены различные особенности применения использования алгоритмов и инструментов в коммерческом банке.

*Ключевые слова:* автоматизация процессов, автоматизированная банковская аналитика, банковская деятельность, бизнес-интеллект, машинное обучение, система управления рисками.

Автоматизированная банковская аналитика – это процесс использования технических инструментов и программного обеспечения для сбора, анализа и интерпретации данных, которые помогают коммерческому банку принимать взвешенные и обоснованные решения в своей деятельности. Она играет важную роль в современной банковской среде, помогая организациям сократить издержки, снизить риски и повысить прибыльность.

Некоторые отличительные аспекты инструментария автоматизированной банковской аналитики коммерческого банка включают:

1. Бизнес-интеллект (Business Intelligence): это понятие включает в себя использование различных инструментов и методов для сбора, анализа и представления данных. При использовании бизнес-интеллекта в банкинге, коммерческий банк может автоматизировать процесс сбора данных, их анализа и представления, что помогает в принятии лучших решений [1].

Преимущества использования бизнес-интеллекта включают повышение эффективности и производительности компании, улучшение принятия решений на основе данных, обнаружение и устранение проблем в реальном времени, оптимизацию бизнес-процессов и снижение рисков.

Для реализации бизнес-интеллекта необходимы соответствующие инструменты и программное обеспечение, такие как системы управления базами данных, методы анализа данных, панели управления и дашборды для визуализации результатов.

В целом, бизнес-интеллект является неотъемлемой частью современного управления компанией и помогает организациям достигать своих бизнес-целей путем принятия обоснованных решений на основе данных.

2. Автоматизация процессов (Robotic Process Automation): это методология, которая позволяет автоматизировать рутинные и повторяющиеся задачи с помощью программного обеспечения. В банковской сфере, автоматизация процессов может помочь коммерческому банку улучшить эффективность и точность процессов, таких как обработка платежей, кредитное скоринг и др.

Преимущества автоматизации процессов включают повышение эффективности и точности работы, сокращение издержек, снижение риска ошибок, увеличение производительности, повышение уровня обслуживания клиентов и улучшение масштабируемости бизнеса.

Примеры автоматизации процессов могут включать автоматизацию учетных записей и входа в системы, автоматизацию обработки заказов и фактур, автоматизацию отчетности и аналитической обработки данных и т. д.

Все больше компаний и организаций признают потенциал автоматизации процессов и внедряют эту практику для улучшения своей операционной эффективности и достижения конкурентных преимуществ.

3. Машинное обучение и анализ больших данных (Machine Learning and Big Data Analytics): Эти технологии позволяют коммерческому банку анализировать большие объемы данных и извлекать ценную информацию из них. Машинное обучение позволяет создавать модели и алгоритмы, которые могут автоматически анализировать данные и выявлять паттерны и тенденции. Большие данные позволяют коммерческому банку использовать большие объемы данных для принятия более точных решений [2].

Машинное обучение и анализ больших данных тесно связаны, поскольку машинное обучение является одним из ключевых инструментов для анализа больших данных. Методы и алгоритмы машинного обучения используются для классификации, кластеризации, прогнозирования и других задач анализа данных. Они помогают находить скрытые закономерности и шаблоны в больших объемах данных, что позволяет делать более точные прогнозы и принимать более обоснованные решения.

Примеры применения машинного обучения и анализа больших данных включают предсказание покупательского поведения, определение мошеннической активности, медицинский диагноз, прогнозирование курсов акций, автоматическое управление транспортными системами и многое другое. Эти методы и техники становятся все более востребованными, поскольку они позволяют эффективно работать с большими объемами данных и получать ценные знания и информацию из них.

4. Кредитный скоринг и анализ кредитоспособности: метод оценки кредитоспособности заемщика на основе его кредитной истории и других факторов. Он представляет собой числовую оценку, которая позволяет кредитным организациям принимать решение о выдаче кредита или отказе.

Анализ кредитоспособности – это процесс изучения потенциального заемщика и его возможности выплатить кредитные обязательства включая с

учетом всех его финансовых обязательств, доходов и прочих факторов, таких как стаж работы, наличие недвижимости, платежеспособности заемщика и т. д.

Оба метода используются для минимизации рисков потери денег кредитором. Кредитный скоринг позволяет быстро принять решение о выдаче кредита, исследуя кредитную историю заемщика. Анализ кредитоспособности же даёт более полное представление о финансовой ситуации заемщика, но требует больше времени и усилий от кредитора.

Различные алгоритмы и инструменты могут быть использованы для оценки кредитоспособности клиентов и прогнозирования возвратности кредитов. Это позволяет улучшить эффективность процесса принятия решений, уменьшить риски и повысить точность прогноза [3].

1. Системы управления рисками: Это программное обеспечение позволяет коммерческому банку идентифицировать, анализировать и управлять рисками, связанными с финансовыми операциями. Это включает в себя системы мониторинга и предупреждения, моделирование рисков и др.

Системы управления рисками позволяют организациям:

- идентифицировать риски: процесс выявления, описания и классификации потенциальных рисков, которые могут возникнуть в процессе осуществления деятельности;

- оценивать риски: процесс количественной или качественной оценки вероятности возникновения риска и его потенциального воздействия на организацию;

- управлять рисками: разработка и реализация стратегий, программ и мер по снижению рисков, а также принятие решений для минимизации возможных негативных последствий;

- проводить мониторинг рисков: непрерывное отслеживание и контроль рисков, а также их последствий для операционной деятельности организации.

Системы управления рисками являются неотъемлемой частью корпоративного управления и имеют особое значение для финансовых учреждений, компаний с высокими операционными рисками, а также организаций, работающих в изменчивой среде.

Популярными стандартами управления рисками являются ISO 31000:2009 «Менеджмент риска. Принципы и руководство по применению», COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) и PMI (Project Management Institute) [4]. Однако каждая организация может разрабатывать и применять собственные системы управления рисками, соответствующие ее целям и характеру деятельности.

2. Мобильные и онлайн-платформы: Коммерческий банк может использовать мобильные и онлайн-платформы для оказания услуг и сбора данных от клиентов. Это позволяет клиентам получать доступ к банковским услугам в любом месте и в любое время, а также предоставлять банку больше данных для анализа.

В целом, автоматизированный инструментарий банковской аналитики коммерческого банка предназначен для повышения эффективности и точности анализа данных, улучшения процессов принятия решений и управления рисками, а также улучшения клиентского опыта.

Одним из основных отличительных аспектов инструментария автоматизированной банковской аналитики является использование передовых технологий и алгоритмов. Современные программы способны собирать и анализировать большие объемы данных за короткий промежуток времени. Это позволяет банкам быстро получить важную информацию о своих клиентах, их поведении, финансовом положении и предпочтениях. Например, с помощью алгоритмов машинного обучения можно предсказать вероятность дефолта кредитной карты клиента или оптимальную долю инвестиций для достижения максимальной доходности.

Еще одним важным аспектом инструментария банковской аналитики является визуализация данных. Специальные программы позволяют отображать данные в удобной и понятной форме, используя графики, диаграммы и дашборды. Благодаря этому банки могут быстрее и эффективнее анализировать информацию и делать выводы. Визуализация данных также помогает выявить тренды и паттерны, которые могут помочь в прогнозировании поведения рынков и клиентов, а также в принятии стратегических решений [5].

Инструментарий автоматизированной банковской аналитики также включает в себя системы с автоматическими решениями и рекомендациями. Это позволяет банкам автоматизировать процессы принятия решений, сокращая влияние человеческого фактора и снижая вероятность ошибок. Например, автоматическая система может рекомендовать оптимальные условия для предоставления кредита, исходя из рисков и потенциальной прибыльности.

Инструментарий автоматизированной банковской аналитики также имеет свои ограничения. Например, он требует больших инвестиций в оборудование и программное обеспечение, а также специалистов, которые могут работать с этими инструментами. Кроме того, вопросы безопасности и конфиденциальности данных также являются значимыми вызовами для успешной реализации автоматизированной банковской аналитики.

В целом, инструментарий автоматизированной банковской аналитики представляет собой мощный инструмент, который позволяет банкам более эффективно анализировать данные, прогнозировать поведение клиентов и принимать обоснованные решения. Однако его успешная реализация требует не только развитых технологий, но и компетентных специалистов и соблюдения строгих мер безопасности.

### **Библиографический список**

1. Бухарин, В.А., Миронова, Т.М. Автоматизация банковской деятельности: теория и практика. – М.: Кнорус, 2019. – 291 с.
2. Мосинцев, С.А. Инструменты автоматизированной банковской аналитики. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 187 с.
3. Лебедев, И.В. Автоматизированная банковская аналитика: методы и инструменты. – М.: ГУ ВШЭ, 2016. – 310 с.
4. Тарасова, Н.А. Инструментарий автоматизированной банковской аналитики коммерческого банка: технологии, методы, системы. – М.: Эксперт, 2015. – 256 с.
5. Соловьев, М.В., Чернышев, А.Н. Автоматизированная банковская аналитика: основы и применение. – СПб.: Питер, 2014. – 134 с.

Р.А. МИННИАХМЕТОВ

*rminniakhmetov@inbox.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Р.Н. ШАРИПОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СРЕДНЕСРОЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В БЮДЖЕТНОМ ПРОЦЕССЕ**

*Аннотация:* статья посвящена теме среднесрочного планирования федерального бюджета в Российской Федерации. В статье рассматриваются различные аспекты составления бюджета, в том числе определение целей и задач, оценка необходимых ресурсов и распределение бюджета. Также раскрыты принципы среднесрочного планирования и этапы его составления.

*Ключевые слова:* бюджет, среднесрочное планирование, бюджетирование.

Бюджетное планирование является одним из главных инструментов экономики. Он определяет объемы расходов, доходов и дефицита государственного бюджета в течение определенного периода времени и представляет собой основу формирования экономической и финансовой политики.

Бюджетный процесс – это особый механизм, который регулируется на уровне законодательства Российской Федерации. Он включает в себя слаженную деятельность государственных органов, органов местного самоуправления и других участников, направленную на составление и рассмотрение проектов бюджетов, утверждение и исполнение бюджетов, контроль за их исполнением, осуществление бюджетного учета, составление, внешней проверке, рассмотрение и утверждение бюджетной отчетности [1].

Бюджетное планирование – это процесс, в котором определяется оптимальный объем доходов и расходов, необходимых для реализации государственной политики на определенный срок (обычно на год).

Планирование федерального бюджета включает анализ экономического положения страны и всего мира, определение приоритетных направлений государственного расходования, оценку потенциальных доходов, расходов и источников финансирования, а также уровня долговых обязательств государства. Результат планирования бюджетов государства сводится к принятию законодательных актов о размерах доходов и расходов, источников финансирования, составе бюджета и т. д. [5].

Неотъемлемой частью бюджетного процесса является бюджетное прогнозирование [5].

Прогноз представляет собой комплекс аргументированных предложений, выраженный в качественных и количественных формах, по отношению к

будущим параметрам экономической системы. Стоит отметить, что прогнозы всегда имеют вероятностный характер.

Термин прогноз может иметь разнообразные интерпретации. В соответствии с Федеральным законом «О стратегическом планировании в РФ», его определение охватывает создание научно обоснованных концепций, отражающих потенциальные риски социально-экономического прогресса, угрозы национальной безопасности РФ, а также результаты и показатели социально-экономического развития регионов и муниципалитетов [2].

Значимость планирования для экономики заключается в организованном распределении и перераспределении стоимости национального дохода и общественного продукта между различными финансовыми структурами страны. Этот процесс осуществляется на основе общенациональной программы развития, а также при составлении бюджетов и внебюджетных фондов на различных уровнях. Корректное планирование позволяет эффективно распределять доходы и национальный продукт, способствуя устойчивому развитию страны.

На практике чаще всего бюджетные планы разделяют на категории в соответствии с длительностью периода планирования. Согласно данной схеме, можно выделить следующие группы бюджетных планов:

- краткосрочное планирование охватывает период до года и необходимо для решения текущих экономических задач и проблем, например, необходимость в срочном увеличении доходов для покрытия неожиданных расходов;

- среднесрочное планирование распространяется на период от 1 до 3 лет и опирается на достижения прошлого года с учетом актуальных экономических и социальных вопросов;

- долгосрочное планирование выходит за рамки трехлетнего периода и призвано определить основные долгосрочные направления экономического развития государства и выработать соответствующую бюджетную политику;

Среднесрочное бюджетирование играет ключевую роль в бюджетном планировании, поскольку это необходимый элемент программно-целевого подхода к бюджетному процессу.

Цели среднесрочного планирования бюджета государства

- определение общих целей бюджетной политики и обеспечение открытости в их достижении на протяжении горизонта планирования;

- определение и соблюдение четких приоритетов в сфере государственных расходов;

- совершенствование распределения бюджетных средств, направленных на достижение стратегических приоритетов, как по функциям, так и между соответствующими функциями;

- повышение ответственности главных распорядителей бюджетных средств на эффективное и рациональное использование бюджетных средств;

- усиление общего бюджетного контроля.

Создание среднесрочного бюджетного плана государства включает в себя два ключевых этапа. На первом этапе проводится глубокий анализ прогноза экономического развития на предстоящий год, на основе которого обосновывается оптимальное распределение государственных финансов. На

следующей стадии формируется точный список приоритетных программ, которые будут финансироваться из федерального бюджета. Также на этом этапе федеральными органами исполнительной власти обсуждаются объемы средств для реализации выделенных программ [3].

К принципам бюджетного планирования относят:

- регулирование бюджетных вопросов едиными правовыми нормами;
- адресный и целевой характер направления бюджетных средств;
- непрерывность планирования бюджетных показателей;
- стабильность финансовых показателей;
- применение балансового метода [4].

Бюджетное планирование основывается на бюджетном послании Президента РФ, прогнозе социально-экономического развития соответствующего территориального образования, направлениях бюджетной и налоговой политики соответствующего территориального образования и плане развития сектора экономики соответствующего территориального образования.

Бюджетное планирование играет неоспоримую роль в экономике, отражаясь в разработке адресного финансового плана. Он представляет собой мощный инструмент, обозначающий возможности формирования и использования бюджетных средств в различных сферах общества. Таким образом, бюджетные ресурсы ориентированы на важные направления, такие как улучшение социальной сферы, развитие образования и здравоохранения, индустриально-инновационное развитие, а также на развитие аграрного сектора.

### **Библиографический список**

1. 1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19702/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/).
2. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 № 172-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_164841/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/).
3. Бюджетная система в РФ [Электронный ресурс] // Studfiles: [сайт]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1038874/page:2/> (дата обращения: 09.10.2023).
4. Судаков, А.Е. Бюджетное планирование и прогнозирование: учеб. пособие / А.Е. Судакова, Г.А. Агарков, А.А. Тарасьев; Мин-во науки и высшего образования РФ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 308 с.
5. Учетная политика предприятия для целей бухгалтерского учета на 2014 год (под редакцией А.В. Брызгалина). – «Налоги и финансовое право», 2014.

© Миннихметов Р.А., 2023

А.В. ОМЕЛЬЧЕНКО

yadykina1994@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. С.Н. ПАЩЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ ПРИ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СБЫТЕ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы автоматизации бизнес-процессов в отделе сбыта с использованием системы автоматизации сбыта SAP. Подчеркивается важность автоматизации в сфере сбыта для повышения эффективности и развития компании. Внимание уделено проблемам рутинных операций и демонстрации оптимизации работ, ускорения процессов и повышения качества обслуживания клиентов в результате применения рассматриваемой системы.

*Ключевые слова:* автоматизация; бизнес-процесс; сбыт; оптимизация; новации; эффективность; функционал; решения; SAP; инструменты управления; анализ.

Автоматизация бизнес-процессов в отделе сбыта является важным фактором для эффективного функционирования и развития компании. Как известно, под процессом принято понимать совокупность последовательных действий, направленных на достижение результата [1]. Система автоматизации сбыта становится все более популярной среди предпринимателей и менеджеров, поскольку она позволяет оптимизировать работу, ускорить процессы и повысить качество обслуживания клиентов.

Одной из основных проблем в сфере сбыта является необходимость множественных рутинных операций, таких как создание и обработка заказов, формирование поставок, управление инвентарем, учет продаж и счетов на оплату, выставление закрывающих документов и т. д. Включение в эти процессы автоматизации помогает сократить затраты на ручную работу, убирает риски человеческого фактора и позволяет сотрудникам сконцентрироваться на более важных задачах.

Система автоматизации сбыта в SAP предоставляет компании широкий набор инструментов для управления бизнес-процессами. Она позволяет создавать и обрабатывать заказы, отслеживать статусы доставки, контролировать уровень запасов и избежать их нехватки, а также оптимизировать работу с клиентами. У всех организаций присутствует свой регламент бизнес-процессов, которых следует придерживаться [2].

Одним из главных преимуществ автоматизированной системы сбыта является возможность получать реальные данные о состоянии сбыта, анализировать их и принимать оперативные решения. Например, система может предупредить о нехватке товаров на складе и автоматически отправить запрос на



его пополнение, или о замедлении продаж определенного товара и предложить меры для его стимулирования.

Введение SAP на предприятии также способствует улучшению коммуникации между отделами компании. Все данные о продажах, заказах и клиентах хранятся в единой системе, что позволяет сотрудникам разных отделов быстро получать доступ к необходимой информации. Например, менеджер сбыта может легко проверить наличие товара на складе, просмотреть историю заказов клиента, проверить историю серийного номера оборудования и предоставить ему актуальные данные о наличии и сроках поставки.

Кроме того, система автоматизации сбыта облегчает процесс планирования и прогнозирования спроса. С помощью специальных инструментов анализа и прогнозирования, SAP позволяет компании определить тренды и особенности сбыта, предсказать поведение клиентов и принять меры заблаговременно. Данная информационная система является связующим звеном между компанией и внешней средой [4]. Это помогает улучшить планирование производства, управление запасами и доставку товаров, исключая излишние затраты и избыточное количество товара на складе.

Наконец, автоматизация сбыта в SAP позволяет более эффективно управлять клиентским сервисом. Система предоставляет функционал для работы с заказами, обработки возвратов, учета платежей, а также создания и отправки счетов. Благодаря автоматическому уведомлению о статусе заказа и возможности отслеживать его передвижение клиенты получают лучший сервис и могут быть уверены в надежности компании.

Пример шагов в сбыте от взаимодействия с клиентом до продажи и ведения\сопровождения сделки и клиента может быть следующим:

1. Идентификация потенциальных клиентов: В этом этапе проводится исследование рынка и определение целевой аудитории. Здесь осуществляется сбор данных о потенциальных покупателях, их потребностях и предпочтениях. Выявляется сегмент по которому будет проходить выручка.

2. Генерация продажных лидов: На этом этапе используются различные маркетинговые инструменты для привлечения потенциальных клиентов и генерации продажных лидов. Это могут быть рекламные кампании, контент-маркетинг, участие в выставках и конференциях, создание лендингов и т. д.

3. Квалификация лидов: После генерации продажных лидов, проводится их квалификация по интересу, потребности и способности к покупке. На этом этапе проводятся различные действия, включающие звонки, электронные письма, встречи и т. д.

4. Проведение продаж: Когда лиды успешно квалифицированы, наступает этап продаж. Это включает в себя представление продукта или услуги потенциальным клиентам, ответы на их вопросы, переговоры, заключение договоров и т. д.

5. Обслуживание клиентов: После совершения продажи, следует этап обслуживания клиентов. Это включает предоставление технической поддержки, консультации, обучения, решение возникающих проблем и жалоб, а также установление долгосрочных отношений с клиентами.

Рассмотрим бизнес-процесс продажи товара или услуги компании и формирования сбытовой цепочки в SAP. Он включает в себя несколько шагов, таких как создание заказа, обработка заказа, формирование исходящей поставки отпуск и доставка материала и выставление закрывающих документов клиенту. Для выполнения этих действий в SAP используются различные транзакции и функциональные модули [5].

Рассмотрим каждый шаг подробнее.

#### 1. Создание заказа:

– запускается транзакция с наименованием `VA01` для создания нового заказа продаж;

– здесь указывается вид создаваемого заказа (предприятие список допустимых видов может формировать самостоятельно), можно создать как независимый заказ клиента, так и создать заказ клиента со ссылкой на предыдущий документ (например, торговый запрос). Здесь указывается заведенный в системе клиент, продаваемый ему товар, количество сумма и другие необходимые детали заказа;

– заказ сохраняется.

The screenshot displays the SAP VA01 transaction interface. At the top, it shows 'Standard Order' with a 'Net value' of 0.00 EUR. The 'Sold-to party' and 'Ship-to party' are both set to '1000', with the address 'Customer 1000 / PO Box 99998 / 10000 WA 98010'. The 'PO Number' is 'Test' and 'PO date' is empty. Below this are tabs for 'Sales', 'Item overview', 'Item detail', 'Ordering party', 'Procurement', and 'Shi...'. The main area contains fields for 'Delivery block', 'Billing block', 'Payment card', 'Payment terms' (0001 Payable immediatel...), 'Incoterms' (CIF Incoterm4), 'Order reason', and 'Sales area' (1000 / 10 / 00 Germany Frankfurt, Final customer sales, Cross-division). At the bottom, there is a table titled 'All items' with columns: Item, Material, ItCa, DG..., HgLvIt, D, First date, PInt, Batch, CnTy, and Amour. The table contains two rows: the first row has '10 24000', 'TAN', 'D', '12/28/2015', '1000', and 'PR00'; the second row is partially highlighted in yellow and contains 'D', '12/28/2015'.

Рис. 1. Заказ клиента

#### 2. Обработка заказа:

– запускается транзакция `VA02` для открытия ранее созданного заказа;

– проверяем и изменяем при необходимости информацию о заказе;

– заказ утверждается.

#### 3. Выполняется формирование поставки и отпуска материала:

– запускаем транзакцию VL01N для создания поставки по сформированному ранее заказу;

– по созданному номеру выбираем заказ, который требуется поставить;

– указываем детали доставки, такие как адрес получателя, дата доставки, укомплектованное количество и другое;

– сохраняем и проводим отпуск материала с документом затрат по сформированным позициям.

4. Выставление закрывающих документов клиенту:

- запускаем транзакцию VF01 для создания счета фактуры на оплату;
- выбираем созданный номер поставки, на основании которого требуется создать счет, указываем тип и дату при необходимости;
- после создания нужного вида фактуры, можем предоставить документ клиенту.

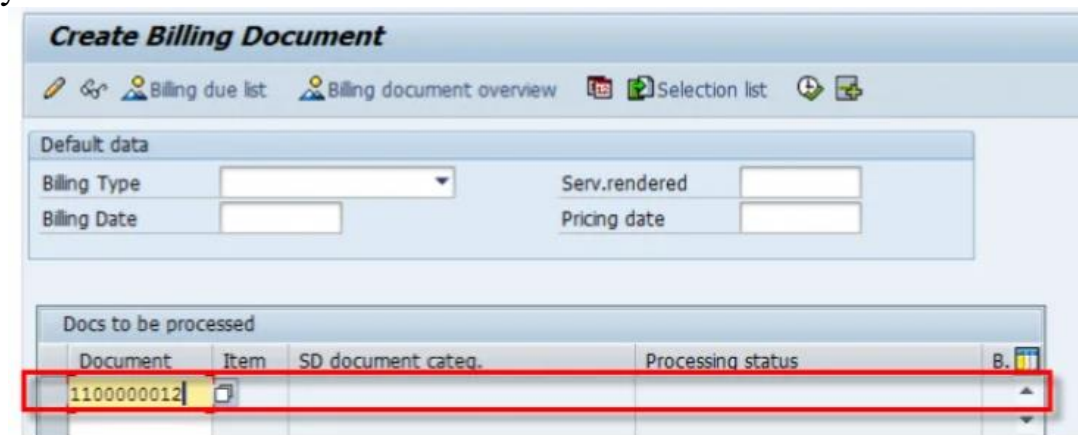


Рис. 2. Создание фактуры

Представленный фрагмент бизнес-процесса продажи товара или услуги отражает лишь некоторые из множества транзакций и шагов, которые возникают в процессе продажи в SAP. Зависит от выбранного модуля и настроек компании, какие шаги и транзакции будут использоваться. Т. к. SAP очень гибкая система, её можно подстроить под все нужды компании, и автоматизировать тот или иной процесс до минимума затрат времени на обработку. Для совершенствования управления нужно системно представлять себе существующие возможности [3].

Рассмотрим эффекты от проведения бизнес-процесса в сбыте:

1. Увеличение объема продаж: Правильно организованный процесс сбыта позволяет выявлять потребности клиентов и предлагать им подходящие продукты или услуги, что в результате приводит к увеличению объема продаж.

2. Улучшение клиентского опыта: Обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов позволяет улучшить их опыт и удовлетворенность, что может привести к повторным покупкам, положительным отзывам и рекомендациям.

3. Повышение эффективности и производительности: Оптимизированный бизнес-процесс в сбыте позволяет более эффективно и эффективно использовать ресурсы, сокращать время на выполнение задач и улучшать общую производительность команды или отдела.

4. Рост рыночной доли: Продолжительное и успешное проведение бизнес-процесса в сбыте помогает компании укрепить свою позицию на рынке и увеличить свою долю в сегменте, что стимулирует ее рост и развитие.

5. Улучшение сотрудничества с партнерами: Бизнес-процесс в сбыте также может положительно сказаться на взаимодействии с партнерами компании. Четкое понимание клиентских потребностей и коммуникация с партнерами могут

помочь в создании успешных партнерских отношений и расширении сети дистрибуции.

В заключение необходимо отметить, что автоматизация бизнес-процессов сбыта в SAP является важным фактором для эффективного функционирования и развития компании. Она позволяет сократить рутинную работу, увеличить эффективность коммуникации между отделами и улучшить управление клиентским сервисом.

В SAP существует взаимосвязь между сбытом и финансами. SAP предоставляет интегрированные решения, которые позволяют связать процессы сбыта и финансов в единую систему. Как мы рассмотрели в статье в данной программной среде можно создавать и обрабатывать заказы на продукцию или услуги, а затем автоматически генерировать счета-фактуры для клиентов. Это помогает отслеживать финансовую информацию, связанную с каждым заказом. С помощью системы автоматизации сбыта можно прогнозировать спрос, оптимизировать процессы и принимать оперативные решения на основе актуальных данных. Внедрение SAP помогает компании стать более конкурентоспособной и успешной на рынке.

### **Библиографический список**

1. Бондарева, Н.А. Бизнес-процесс в конкурентном окружении рынка образовательных услуг / Н.А. Бондарева. – М.: Синергия, 2020. – 251 с.
2. Кеворков, В.В. Маркетинг. Регламент бизнес-процесса / В. В. Кеворков. – Москва: СПб. [и др.]: Питер, 2021. – 373 с.
3. Репин, В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / Владимир Репин. – М.: Наука, 2022. – 753 с.
4. Грекул, В.И., Коровкина, Н.Л., Денищенко, Г.Н. Проектирование информационных систем. Курс лекций. Учебное пособие. – М.: Интернет-университет информационных технологий, 2005. – 304 с.
5. Андерсон, Д., Ларокка, Д. SAP за 24 часа; Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 432 с.

© Омельченко А.В., 2023

Т.С. ТИМЕРЬЯНОВ

*tamerlantimeryanov02@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Р.Н. ШАРИПОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА В РФ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* статья посвящена основным тенденциям развития налоговой политики Российской Федерации и её современному состоянию. В статье рассматриваются отличительные особенности и основные направления по совершенствованию налоговой политики государства.

*Ключевые слова:* налог, налоговая политика, налоговый режим.

Исторически сложилось так, что одним из наиболее важных и действенных инструментов для регулирования экономических процессов в любом государстве является налоговая политика. Налоговая политика в России включает в себя принципы, методы, меры и мероприятия органов власти всех уровней бюджетной системы, связанные с взиманием налогов, сборов и других обязательных платежей с физических и юридических лиц. Большая часть доходов бюджета, а именно около 90%, формируется за счет налоговых поступлений, что, в свою очередь, служит финансовой гарантией для обеспечения реализации государством своих задач и функций.

В России федеральными органами государственной власти, которые отвечают за формирование налоговой политики, разработку ее основных направлений в соответствии с установленными целями и выполнение ключевых мероприятий, являются следующие: Министерство финансов Российской Федерации и Федеральная налоговая служба. Основная их задача заключается в выработке и построении такой политики управления налогами, которая будет учитывать возможное негативное воздействие со стороны других стран на российскую экономику.

Серьезное влияние на создание налоговых условий в российской экономике оказывают внешние факторы, вызванные сложившейся текущей политической обстановкой в мире. В составе наиболее крупных источников поступлений налоговых платежей можно выделить следующие: налог на добычу полезных ископаемых (нефть и природных газ), налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья, пошлины, установленные для экспорта нефтегазовых товаров, а также акцизы, связанные с реализацией переработанных нефтепродуктов.

Осложнение внешних условий на политической арене за последние 10 лет привело к снижению реального дохода россиян на 10% и увеличению числа граждан до 19 млн человек, которые живут на грани бедности.

Преимущественная часть формирования доходов бюджетов субъектов федерации и бюджетов муниципальных образований при этом составляет налог на доходы физических лиц.

В рамках повышения уровня и качества жизни граждан РФ налоговая политика государства всё больше ориентируется на процессы перераспределения внутри экономики. В связи с этим были введены различные элементы прогрессивных ставок при формировании налогообложения. В частности, для доходов физических лиц более 5 млн рублей в год выросла ставка налога с 13% до 15%. По банковским вкладам, превышающим одного миллиона рублей, ввели налог на процентные доходы.

С начала финансового года (01.01.2023) в России вступили в силу Единый налоговый платеж (ЕНП) и Единый налоговый счет (ЕНС). Суть этого изменения заключается в том, что все налоги должны быть уплачены по единым реквизитам. Деньги поступают на единый налоговый счет и автоматически списываются на основе представленных налогоплательщиками деклараций и уведомлений. Срок уплаты налогов и взносов установлен на 28 число с сохранением прежней периодичности. Срок подачи деклараций и расчетов также един для всех – 25 число.

Кроме того, в 2019 году вступил в силу Федеральный закон № 303-ФЗ от 03.08.2018, согласно которому был осуществлен возврат к ставке НДС в 20%, начисляемой раньше, до 2014 года. Такое нововведение было реализовано с целью аккумулирования дополнительных финансовых ресурсов для обеспечения важных целевых программ и национальных проектов, соответствующих ключевым направлениям финансово-бюджетной политики страны в ближайшие 5–10 лет. Можно отметить положительные и отрицательные стороны этого изменения. С одной стороны, это позволило нарастить доходную часть бюджета страны, уменьшить дефицит бюджета России и получить средства для финансирования социальных проектов. Но, с другой стороны, повышение НДС ведёт за собой увеличение роста инфляции, роста цен на продовольственные и непродовольственные товары и на услуги ЖКХ.

В 2022 году для налогообложения организаций малого бизнеса был введен новый режим – автоматизированная упрощенная система налогообложения (АУСН). Пробную реализацию данного режима предлагается продлить до 31.12.2027 в пилотных регионах. В настоящее время он проводится в Москве, Московской области, Республике Татарстан, Калужской области.

Преимуществом нового режима является то, что организации малого бизнеса освобождаются от обязанности расчета обязательных платежей собственными силами, от необходимости сдачи отчетов и отчетности, деклараций и даже уплаты взносов. Юридические лица и индивидуальные предприниматели на АУСН не обязаны уплачивать НДС, налог на прибыль (кроме налога с дивидендов и операций с отдельными долговыми обязательствами), а также налога на имущество организаций (кроме недвижимости). Индивидуальные предприниматели также не уплачивают НДФЛ с доходов от предпринимательской деятельности и налог на имущество физических лиц по недвижимости, используемой для бизнеса [2].

Проведем сравнение УСН и АУСН по основным критериям [3].

Если сопоставить предельные суммы доходов за год по состоянию на 2023 год, по УСН лимит определен в размере 251,4 млн руб., а по АУСН – 60 млн руб.

Число работников, нанимаемых в организациях с упрощенной системой налогообложения, составляет количество, не превышающее 130 чел., а согласно режиму АУСН – не должно превышать 5 чел.

Налоговый период по данным режимам также отличается, на упрощенном режиме составляет календарный год, а на автоматизированной системе – месяц. В соответствии с этим отличается и то, насколько часто необходимо уплачивать налог. В первом случае требуется платить 4 раза в год, в последнем случае – ежемесячно.

В автоматизированной системе облегчается и система учета, который теперь нужно вести в онлайн-кабинете, в отличие от необходимости ведения традиционной книги учета доходов и расходов. Это позволит значительно повысить оперативность как в ведении учета, так и в финансовом контроле за проведенными операциями.

Ответственным за исчисление, удержание и уплату налога при УСН является сама организация. При АУСН все налоговые платежи рассчитывает Федеральная налоговая служба, используя и аккумулируя в качестве исходной информации данные, поступающие с коммерческих банков и, в том числе, из личного кабинета самого налогоплательщика; уплачивает и удерживает платежи агентский банк НДСФЛ.

Имеются различия и в ставках налогов. Например, по ставке налога на объекте «Доходы» у организаций, использующих АУСН, единая ставка и составляет 8%. У организаций на режиме УСН различные регионы применяют ставки порядка 1-6% либо или в размере 8% начиная с квартала, в котором доходы становятся более 188,55 млн руб. или число нанятых работников начинает превышать 100 чел.

Ставка налога на объекте «Доходы – расходы» в системе налогообложения автоматизированной равна 20%. При режиме УСН ставка зависит от региона (5-15%) либо составляет 20%, начиная с квартала, когда величина доходов становится выше 188,55 млн рублей или число нанятых работников переваливает за 100 человек.

Размер ставки по минимальному налогу на объекте «Доходы – расходы» на режиме УСН составляет 1% от доходов, а на режиме АУСН – 3%.

Таким образом, проведенный выше сравнительный анализ двух режимов позволил определить основные различия, выявить особенности каждого из режимов и оценить возможность применения определенного режима для конкретной организации.

Все нововведения, разрабатываемые в соответствии с ключевыми направлениями финансово-бюджетной и налоговой политики государства, имеют цель, с одной стороны, повысить собираемость налогов в стране и обеспечить пополняемость бюджетов и государственных внебюджетных фондов, а, с другой стороны, достичь сбалансированности в распределении финансовых ресурсов

между государством и бизнесом, для эффективного функционирования последних.

Министерство финансов в России регулярно каждый год разрабатывает документ с ключевыми направлениями политики управления налогами. Основные направления налоговой политики нашей страны на предстоящую перспективу представлены в документе «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов», размещенном на официальном сайте Министерства финансов Российской Федерации [2].

Согласно основным положениям данного документа в ближайшие три года планируется реализовать либо продолжить реализацию следующих мер:

- «обеспечение стабильных налоговых условий для хозяйствующих субъектов;
- улучшение качества администрирования с сопутствующим облегчением административной нагрузки для налогоплательщиков и повышением собираемости налогов;
- повышение эффективности стимулирующей функции налоговой системы;
- развитие национальной системы прослеживаемости товаров, обеспечивающей контроль за оборотом товаров на всех этапах от ввоза до реализации в рознице;
- формирование правовых основ для внедрения таможенного мониторинга;
- запуск нового налогового режима АУСН;
- введение института «единого налогового платежа», предполагающего уплату налогов одним платежным поручением (без уточнения реквизитов и др. параметров) с последующим зачетом в счет имеющихся у налогоплательщика обязательств;
- повышение качества администрирования акцизов на табак;
- принятие мер по пресечению правонарушений, связанных с сокрытием активов;
- работа по устранению и предотвращению нарушений законодательства, возникающих в процессе применения разного рода льгот по налогам и специальных режимов налогообложения» [2].

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 25.02.2022 № 17-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Автоматизированная упрощенная система налогообложения»». – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_410240/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410240/).

2. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов (утв. Минфином России). – Режим доступа: [https://minfin.gov.ru/ru/document?id\\_4=304155-osnovnye\\_napravleniya\\_byudzhethnoi\\_nalogovoi\\_i\\_tamozhenno-tarifnoi\\_politiki\\_na\\_2024\\_god\\_i\\_na\\_planovyi\\_period\\_2025\\_i\\_2026\\_godov](https://minfin.gov.ru/ru/document?id_4=304155-osnovnye_napravleniya_byudzhethnoi_nalogovoi_i_tamozhenno-tarifnoi_politiki_na_2024_god_i_na_planovyi_period_2025_i_2026_godov).

3. Основные направления налоговой политики на 2024 год и плановый период 2025–2026 гг. – Режим доступа: [https://nalog-nalog.ru/spravochnaya\\_informaciya/osnovnye-napravleniya-nalogovoj-politiki-2024-2026-godov-k-chemu-gotovitsya/](https://nalog-nalog.ru/spravochnaya_informaciya/osnovnye-napravleniya-nalogovoj-politiki-2024-2026-godov-k-chemu-gotovitsya/).

© Тимерьянов Т.С., 2023



С.В. ФИНОЧКО

*phinochko@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. О.В. КРИОНИ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОТБОР ФАКТОРОВ В МОДЕЛЬ ПРОГНОЗА ДИНАМИКИ ДЕНЕЖНЫХ АГРЕГАТОВ**

*Аннотация:* данная статья посвящена процессу отбора факторов в модель прогноза динамики денежных агрегатов М0, М1, М2 и «Широкой денежной массы». В начале исследования приводится описание структуры денежных агрегатов, а также делается предположение о группах влияющих факторов. В ходе поиска взаимосвязей проводится корреляционный анализ, позволяющий выявить наиболее сильные зависимости и исключить мультиколлинеарность.

*Ключевые слова:* денежные агрегаты, банковская система, центральный банк, денежно-кредитная политика, агрегат М0, агрегат М1, агрегат М2, широкая денежная масса, корреляционный анализ.

Денежные агрегаты – это количественные показатели структуры денежной массы страны с точки зрения ликвидности. Данные показатели являются важными индикаторами состояния экономики государства и имеют практическую значимость при разработке политики центральных банков стран мира [6].

Центральный банк Российской Федерации в значительной степени полагается на денежные агрегаты в качестве руководства при построении различных прогнозов и планировании денежно-кредитной политики, а количество денег, выпускаемых им в экономику, является четким индикатором направления этой политики. Исходя из этого, возможность построения точных прогнозов денежных агрегатов дает регулятору ценную информацию о вероятных изменениях в структуре и динамике денежной массы [1].

Точность построенного прогноза напрямую зависит от адекватности используемой модели: насколько хорошо модель описывает поведение реального объекта, верно ли отобраны факторы в модель.

Перед началом поиска взаимосвязей необходимо понять структуру и определить компоненты денежных агрегатов. По методологическому комментарию Банка России можно установить структуру денежных агрегатов, представленную в табл. 1 (для упрощения записи денежный агрегат «Широкая денежная масса» далее именуем «М3» – его прежним официальным названием).

## Структура денежных агрегатов Российской Федерации

Агрегат	Состав
M0	Наличные деньги в обращении
M1	M0 + Переводные депозиты в рублях
M2	M1 + Другие депозиты в рублях
M3	M2 + Другие депозиты в иностранной валюте + Долговые ценные бумаги

Наличные деньги в обращении являются самым ликвидным компонентом денежных агрегатов, их объем (за вычетом средств, находящихся в кассах Банка России и кредитных организаций) равен агрегату M0.

Каждый последующий агрегат образуется путем суммирования предыдущего агрегата с новым компонентом. Так, показатель M1 включает в себя наличные деньги в обращении и переводные депозиты в рублях - средства на расчетных, текущих и иных счетах до востребования.

Другие депозиты в рублях, включаемые в агрегат M2, определяются центральным банком как «средства на счетах срочных депозитов и иные привлеченные на срок средства в валюте Российской Федерации, счетах в драгоценных металлах, а также все начисленные проценты по депозитным операциям резидентов Российской Федерации (организаций и физических лиц) в банковской системе» [3].

В показатель широкой денежной массы (M3) включены депозиты в иностранной валюте, а также долговые ценные бумаги – выпущенные кредитными организациями депозитные и сберегательные сертификаты.

После разбора структуры денежных агрегатов можно сделать несколько предположений о группах влияющих факторов. Перед этим важно отметить, что специфические компоненты агрегата (включаемые в данный агрегат и не включаемые в агрегаты предыдущих уровней) будут влиять на корреляцию показателя с факторами. После отбора факторов будет необходимо ответить на ряд вопросов: «Подойдут ли одни и те же факторы для прогнозирования всех агрегатов?», «Подойдет ли одна и та же модель для прогнозирования всех агрегатов?». Если влияние отобранных факторов будет сильно разниться от агрегата к агрегату, возникнет необходимость в использовании отдельных моделей для каждого агрегата с отрегулированными весами. Если же различия будут слишком велики (например, факторы имеют сильную связь с M0 и почти не имеют связи с M3), то модели прогноза будут иметь разные факторы [4].

Также необходимо отметить сильное влияние политических факторов на любые экономические показатели государства, в том числе на динамику денежных агрегатов. Политические факторы характеризуются высокой непредсказуемостью, резкими и не непредсказуемыми сдвигами в тенденции, а также отсутствием достоверных и точных данных для их оценки. В связи с этим, в данном исследовании мы исключим из рассмотрения данную группу факторов и уделим главное внимание социально-экономическим зависимостям.

Можно сделать предположение о влиянии на динамику денежных агрегатов следующих социально-экономических групп факторов:

1. Национальные счета: ВВП, дефлятор ВВП.

2. Динамика цен: индекс потребительских цен, годовая инфляция.
  3. Международная торговля: спрос внешнего рынка на: полезные ископаемые, продукцию обрабатывающих производств, газ, пар и электричество.
  4. Предпринимательство: индекс предпринимательской уверенности в сфере строительства, добычи полезных ископаемых, обрабатывающих производств, газа, пара и электричества.
  5. Потребительский сектор: индекс потребительской уверенности.
  6. Сфера услуг: индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг.
  7. Банковский сектор: ключевая ставка, обязательные резервы кредитных организаций, максимальная процентная ставка по вкладам.
  8. Рынок труда: уровень безработицы, среднемесячная заработная плата.
  9. Фондовый рынок: ММВБ, курс доллара США к рублю.
  10. Другие факторы: сводный опережающий индекс от ВШЭ.
- Проверить гипотезу о наличии связи между факторами и денежными агрегатами можно при помощи корреляционного анализа. Составим таблицу корреляции всех факторов с каждым из денежных агрегатов (табл. 2) [2].

Таблица 2

Корреляция факторов с денежными агрегатами

№	Название	М0	М1	М2	М3
1	ИПУ добычи полезных ископаемых	0,12	0,15	0,09	0,02
2	ИПУ обрабатывающих производств	0,41	0,42	0,37	0,32
3	ИПУ газа, пара, электричества	0,11	0,14	0,14	0,10
4	Спрос внешнего рынка на добычу полезных ископаемых	-0,82	-0,79	-0,84	-0,88
5	Спрос внешнего рынка на продукцию обрабатывающих производств	-0,87	-0,85	-0,89	-0,92
6	Спрос внешнего рынка на газ, пар и электричество	-0,74	-0,71	-0,79	-0,83
7	ИПУ строительства	-0,28	-0,22	-0,31	-0,40
8	ИПУ сферы услуг	-0,32	-0,29	-0,33	-0,41
9	Индекс потребительской уверенности	-0,42	-0,40	-0,41	-0,50
10	ВВП, млрд руб.	0,35	0,33	0,33	0,33
11	Дефлятор ВВП, %	0,39	0,39	0,31	0,31
12	ИПЦ, %	0,03	0,03	-0,01	0,01
13	Ключевая ставка, %	-0,02	0,00	0,03	0,09
14	Годовая инфляция, %	0,05	0,08	0,05	0,06
15	Среднемесячная заработная плата, руб.	0,93	0,93	0,94	0,94
16	Уровень безработицы, %	-0,61	-0,63	-0,67	-0,63
17	Курс доллара к рублю	0,71	0,68	0,72	0,82
18	ММВБ, руб.	0,74	0,69	0,70	0,76
19	Максимальная процентная ставка по вкладам, %	-0,37	-0,34	-0,36	-0,37
20	Обязательные резервы кредитных орг., млрд руб.	0,82	0,79	0,82	0,87
21	Сводный опережающий индекс от ВШЭ	0,92	0,90	0,92	0,93

Из табл. 2 можно выделить факторы, имеющие сильную связь (коэффициент корреляции больше 0,7) с динамикой денежных агрегатов: все три

показателя спроса внешнего рынка, среднемесячная заработная плата, курс доллара к рублю, ММВБ, обязательные резервы кредитных организаций, а также сводный опережающий индекс от ВШЭ. Уровень безработицы и индекс потребительской уверенности (только с М3) имеют среднюю тесноту связи с показателями денежной массы (коэффициент корреляции от 0,5 до 0,69). Умеренной теснотой связи (коэффициент корреляции от 0,3 до 0,49) с денежными агрегатами характеризуются факторы: ИПУ обрабатывающих производств, ИПУ строительства (только с М2 и М3), ИПУ сферы услуг (кроме с М1), индекс потребительской уверенности (кроме с М3), ВВП, дефлятор ВВП, максимальная процентная ставка по вкладам. Все остальные факторы имеют слабую связь с результативным показателем и будут исключены из дальнейшего анализа.

Вторым критерием отбора факторов в модель является отсутствие связи фактора с другими факторами (мультиколлинеарности) [5]. Проведенный анализ межфакторной корреляции позволяет разделить факторы на 6 мультиколлинеарных групп (табл. 3).

Таблица 3

Группы мультиколлинеарности

№	Название
1	Спрос внешнего рынка на добычу полезных ископаемых
	Спрос внешнего рынка на продукцию обрабатывающих производств
	Спрос внешнего рынка на газ, пар и электричество
	Среднемесячная заработная плата, руб.
	Уровень безработицы, %
	Курс доллара к рублю
	ММВБ, руб.
	Обязательные резервы кредитных орг., млрд руб.
	Сводный опережающий индекс от ВШЭ
2	ИПУ сферы услуг
	Индекс потребительской уверенности
3	ИПУ строительства
	Максимальная процентная ставка по вкладам, %
4	ВВП, млрд руб.
5	Дефлятор ВВП, %
6	ИПУ обрабатывающих производств

Факторы внутри данных групп имеют сильную связь друг с другом или их связь между собой выше связи с результативным показателем. Из каждой группы необходимо отобрать по одному фактору, который имеет самую сильную связь с показателем в своей группе. Из 1 группы отбирается показатель среднемесячной заработной платы (коэффициент корреляции более 0,92 с каждым из агрегатов), из 2 группы – индекс потребительской уверенности (коэффициент корреляции от 0,39 до 0,5), из 3 группы – максимальная процентная ставка по вкладам (коэффициент корреляции от 0,33 до 0,37). Группы 4, 5, 6 имеют по одному

фактору, каждый из которых также будет участвовать в последующем составлении модели прогноза денежных агрегатов.

В заключении отметим, что каждый из отобранных факторов не имеет серьезных различий в коэффициенте корреляции с агрегатами М0–М3, кроме индекса потребительской уверенности (его коэффициент корреляции с М0, М1, М2 близок к 0,4, а с М3 составляет 0,5). Данный факт обуславливает необходимость составления отдельной модели прогноза для денежного агрегата М3, с более высоким весовым коэффициентом для индекса потребительской уверенности.

### Библиографический список

1. Картаев, Ф.С. Моделирование влияния выбора целевого ориентира монетарной политики на экономический рост: дис. канд. экон. наук: 08.00.13. – Москва, 2017. – 303 с.
2. Митина, Т.В. Многомерные случайные величины. Корреляционный анализ: учебное пособие / Т.В. Митина. – Дубна: Государственный университет «Дубна», 2021. – 61 с.
3. Нуртдинов, Р.М. Деньги и денежное обращение: Учебное пособие / Р. М. Нуртдинов. – Набережные Челны: Камский издательский дом, 2011. – 77 с.
4. Туинова, М.Г. Влияние современной монетарной политики на динамику основных макроэкономических показателей в России дисс. канд. экон. наук: 08.00.01. – Москва, 2019. – 185 с.
5. Шапкарина, Г.Г. Корреляционный анализ в системах управления: учебное пособие / Г.Г. Шапкарина. – Москва: МИСИС, 2020. – 72 с.
6. Финочко, С.В. Структура денежных агрегатов стран мира / С.В. Финочко, О.В. Криони // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 1, № 9(139). – С. 20–25. – DOI 10.36871/ek.up.r.2023.09.01.003. – EDN FHGWBH.

© Финочко С.В., 2023

Р.И. ХАРРАСОВ

*Romankharrasov15@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. О.В. КРИОНИ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МОДЕЛИ РОЗНИЧНЫХ СТРУКТУРНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ**

*Аннотация:* инвестиционные структурные продукты являются популярным инструментом для инвесторов, их привлекательность заключается в возможности диверсификации портфеля, защите от рисков и достижении приемлемой доходности. В статье рассмотрены различные модели инвестиционных структурных продуктов и их преимущества для инвесторов.

*Ключевые слова:* структурные продукты; фондовый рынок; инвестиции; срочный рынок; защита капитала; рыночный риск; купон.

Инвестиционные структурные продукты являются популярным инструментом для инвесторов, их привлекательность заключается в возможности диверсификации портфеля, защите от рисков и достижении приемлемой доходности. В этой статье мы рассмотрим различные модели инвестиционных структурных продуктов и их преимущества для инвесторов.

В первую очередь, нужно понять, что такое структурный продукт и из какого набора инструментов он формируется.

Понятия розничного структурного продукта достаточно размыто, так как нет достоверного определения. Далее рассмотрим несколько определений структурных продуктов от разных авторов.

«Концепция структурированного продукта, как указано в книге S. Das [4], заключается в «ценной бумаге, которая сочетает в себе черты долгового инструмента и признаки сделки с деривативами». Он утверждает, что структурированный продукт относится к особому классу долговых инструментов, и основная привлекательность таких продуктов заключается в их способности создавать высокую вовлеченность капитала в динамику базового актива совместно с заранее установленными параметрами риска и доходности» [2, с. 14].

Простое определение структурированных продуктов дает П. Стоименов. Он утверждает, что к ним относятся инструменты, которые «предлагают инвесторам уникальные формы выплат, зависящие от динамики базового актива». Эти продукты должны быть «... выпущены банком и сочетать в себе по меньшей мере два финансовых инструмента, по крайней мере один из которых должен быть производным» [3, с. 3].

Большая часть из них включает в себя консервативную составляющую денежного рынка (депозит, облигация, РЕПО с ЦК и т. д.) и рискованную часть

(опционы, фьючерсы). Далее мы будем рассматривать, именно такие формы структурных продуктов.

В данный момент, на российском рынке, профессиональными участниками предлагаются разнообразные варианты. Большое количество из них, формируются с помощью внебиржевых инструментов, недоступных розничному инвестору. В своем большинстве, брокеры и банки предлагают своим клиентам схожие с облигациями структурные продукты, их характеристики и выплаты зависят от динамики базового актива, при это не важно в каком направлении будет эта динамика, структурная облигация может формироваться под растущее движения рынка, или под условия падения, или под боковое движение.

Также хочется обратить внимание, на достаточно жесткие меры регулирования со стороны Банка России то, что данный инструмент доступен только квалифицированным инвесторам.

Для успешного развития рынка структурированных финансовых продуктов необходимо уделить внимание правовым аспектам. На данный момент наблюдается недостаточная правовая поддержка данного рынка, что может стать препятствием для его полноценного функционирования. Необходимы четкие и унифицированные правила, которые бы регулировали выпуск, обращение и торговлю структурированными финансовыми продуктами.

Кроме того, теоретическая проработка данной темы также является недостаточной. Необходимо провести дальнейшие исследования и разработать соответствующий теоретический фреймворк, который бы позволил более глубоко понять особенности и риски структурированных финансовых продуктов. Это позволит не только инвестиционным институтам лучше понимать и оценивать данные продукты, но и инвесторам принимать более обоснованные решения при их приобретении.

Основные модели структурных продуктов:

1. Структурные продукты с фиксированной доходностью (табл. 1):

Эта модель предлагает инвесторам фиксированную процентную ставку, которая выплачивается в течение определенного срока. Это особенно привлекательно для консервативных инвесторов, которые ищут стабильность и низкий уровень риска. Преимущества таких продуктов включают гарантированную доходность и защиту от колебаний рынка.

Таблица 1

Характеристика модели структурного продукта с фиксированной доходностью

№	Показатель	Характеристика
1	Стоимость структурного продукта /Номинал	Как правило, 1000 ед. в валюте, указанной в эмиссионных документах
2	Защита капитала	В данном структурном продукте, обычно, 100% от номинала
3	Доходность	Для российского рынка доходность зависит от ставки RUONIA (Ruble Overnight Index Average) + премия за риск

2. Структурные продукты с переменной доходностью (табл. 2):

В отличие от фиксированной доходности, эта модель предлагает инвесторам возможность получать доходность, связанную с изменениями на финансовых рынках. Такие продукты могут быть связаны с индексами, акциями или другими финансовыми инструментами. Преимущества включают возможность получения более высокой доходности и участия в росте рынка.

Таблица 2

Характеристика модели структурного продукта с переменной доходностью

№	Показатель	Характеристика
1	Стоимость структурного продукта /Номинал	Как правило, 1000 ед. в валюте, указанной в эмиссионных документах
2	Защита капитала	В данном структурном продукте, обычно, нет защиты капитала.
3	Доходность	Для российского рынка доходность зависит от ставки RUONIA (Ruble Overnight Index Average) + премия за риск.

3. Защищенные структурные продукты (табл. 3):

Эта модель предлагает инвесторам защиту от потерь вложенных средств, даже в условиях падения рынка. Если базовый актив не достигает определенного уровня, инвесторы могут получить свои средства обратно или частично. Такие продукты обеспечивают инвесторам спокойствие и защиту от рисков.

Таблица 3

Характеристика модели с защищенными структурными продуктами

№	Показатель	Характеристика
1	Стоимость структурного продукта /Номинал	Как правило, 1000 ед. в валюте, указанной в эмиссионных документах
2	Защита капитала	В данном структурном продукте, обычно, используется защитный барьер.
3	Доходность	Для российского рынка доходность зависит от ставки RUONIA (Ruble Overnight Index Average) + премия за риск.

4. Структурные продукты с возможностью погашения (табл. 4):

Таблица 4

Характеристика модели структурных продуктов с возможностью погашения

№	Показатель	Характеристика
1	Стоимость структурного продукта /Номинал	Как правило, 1000 ед. в валюте, указанной в эмиссионных документах
2	Защита капитала	В данном структурном продукте, обычно, используется защитный барьер
3	Доходность	Для российского рынка доходность зависит от ставки RUONIA (Ruble Overnight Index Average) + премия за риск. Также есть инструмент досрочного погашения autocall



Эта модель предлагает инвесторам возможность погасить продукт до истечения срока, если определенные условия выполняются. Это позволяет инвесторам гибко управлять своими инвестициями в соответствии с изменениями рынка или личными финансовыми потребностями.

Инвестиционные структурные продукты предлагают широкий спектр моделей для инвесторов, которые могут выбрать подходящий продукт в зависимости от своих инвестиционных целей и уровня риска, который они готовы принять. Фиксированная доходность, переменная доходность, защита от потерь и возможность погашения все это делает инвестиционные структурные продукты привлекательными для разнообразных инвесторов. Однако, перед принятием решения об инвестировании в структурные продукты, рекомендуется провести детальное исследование и проконсультироваться с финансовым консультантом.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» // Консультант-плюс – справочная правовая система. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>.

2. Омельченко, В.В. Оценка стоимости розничных структурированных финансовых продуктов: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Омельченко В.В.; [Место защиты: Гос. ун-т - Высш. шк. экономики]. – Москва, 2010. – 173 с.: ил.

3. Стойменов, П.А., Уилкенс, С. Являются ли структурированные продукты «справедливо» оценены? Анализ немецкого рынка инструментов, связанных с акциями (18 января 2005 г.) // Журнал банковского дела и финансов. – Режим доступа: <https://www.elsevier.com/locate/jbf>.

4. Das, Satyajit. Structured products and hybrid securities. – John Wiley and Sons, 2001.

© Харрасов Р.И., 2023

З.Ф. ШАЙХУТДИНОВА

*Zemfira1975@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. О.В. КРИОНИ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ**

*Аннотация:* в статье определены понятия, используемые при оценке и управлении рисками при реализации проектов. Рассмотрены риски в зависимости от степени реагирования на те или иные события, а также, представлен алгоритм комплексной оценки рисков. Определены преимущества и недостатки качественных и количественных методов.

*Ключевые слова:* риск, проект, метод оценки проектных рисков, алгоритм комплексной оценки рисков.

Трудно недооценить степень влияния в современных условиях анализа рисков на эффективность деятельности любого хозяйствующего субъекта. При этом важно не только оценивать риски, но и уметь грамотно и своевременно ими управлять. Результатом деятельности по анализу и управлению рисками должно стать, как минимум, оправдание всех понесенных на осуществление данных мероприятий затрат организации (иначе бы это не имело никакой экономической целесообразности) и, как максимум, получение дополнительной прибыли, которую, в свою очередь можно направить на расширение или же более качественное развитие бизнеса.

Сложно не согласиться с точкой зрения Лопатиной Е. Н., согласно которой необходим комплексный подход к анализу и оценке рисков, позволяющий объединять все существующие элементы подходов к решению данного вопроса и охватывающий все экономические показатели деятельности хозяйствующего субъекта [1]. На сегодняшний день существует большое количество разрозненных методик и отсутствует единая система, которая позволила бы объединить их в целостный механизм, легко адаптируемый к специфике деятельности и условиям функционирования той или иной организации. В связи с этим существует проблема односторонней оценки эффективности принимаемых хозяйствующим субъектом решений экономического характера. Не учитывая хотя бы большей части всех факторов, способных повлиять на исход принимаемого решения, лица, осуществляющие выбор в ситуации неопределенности, каждый раз подвергают опасности ту или иную сторону деятельности организации.

Прежде, чем производить оценку риска, необходимо произвести его анализ, основывающийся на сборе и обработке существенного объема самой разнообразной информации. Согласно определению, У. Бека, оценка риска

является систематическим процессом выявления факторов и видов риска, а также определением возможных потенциальных последствий от них. Оценка риска производится для определения величины возможного воздействия на состояние организации, и, главным образом, она необходима для определения того, какие из рисков событий требуют реагирования. Гужин А. А. отмечает, что в результате произведенной оценки появляется возможность разделить риски на 2 группы:

- события, требующие реагирования (им необходимо уделить особое внимание);

- события, не требующие реагирования (их на определенное время можно оставить без внимания).

Оценка рисков, как уже было отмечено, включает большое количество подходов. Выбор одного из этих подходов зависит от конкретной ситуации, состояний внешней и внутренней среды и большого количества иных факторов. Поскольку существует взаимосвязь между анализом рисков и их оценкой, наиболее рациональным является применять комплексный подход к оценке рисков.

В то же время, если говорить об оценке рисков организации, необходимо помнить о целесообразности данного мероприятия, поскольку затраты на их осуществление не должны превышать тех экономических выгод, которые должна получить организация по прогнозным значениям. Ланкина С. А. выделяет следующий алгоритм оценки рисков, как наиболее часто применяемый аналитиками (рис. 1).

Гужин А. А. отмечает, что в некоторых ситуациях легче сразу устранить угрозу, в других – разумнее принять риск и возможное нежелательное последствие, предварительно осуществив действия, направленные на снижение возможного ущерба. В случаях, когда ущерб от риска слишком велик, необходимо заранее производить меры по недопущению этого риска.

Для того чтобы выяснить, каким образом тот или иной риск влияет на деятельность организации, разрабатываются и применяются методы оценки рисков. Учеными, в результате сравнительного анализа методов оценки рисков, было выделено 2 группы методов: качественные и количественные.

Качественные методы позволяют получить субъективную оценку возможности возникновения риска на основании мнений группы экспертов. Качественный анализ позволяет идентифицировать возможные риски, определить их факторы и т. д. При этом качественный подход подразумевает использование таких процедур анализа рисков, как: идентификация рисков (их обнаружение и анализ причин возникновения); оценка возможного ущерба и его вероятности; разработка мероприятий, направленных на борьбу с рисками и оценка их примерной стоимости. Преимуществом использования качественного метода является возможность оценить качественные факторы, влияющие на возникновение риска.

Количественные методы заключаются в объективной, численной оценке вероятности потери капитала или денежных средств организации.

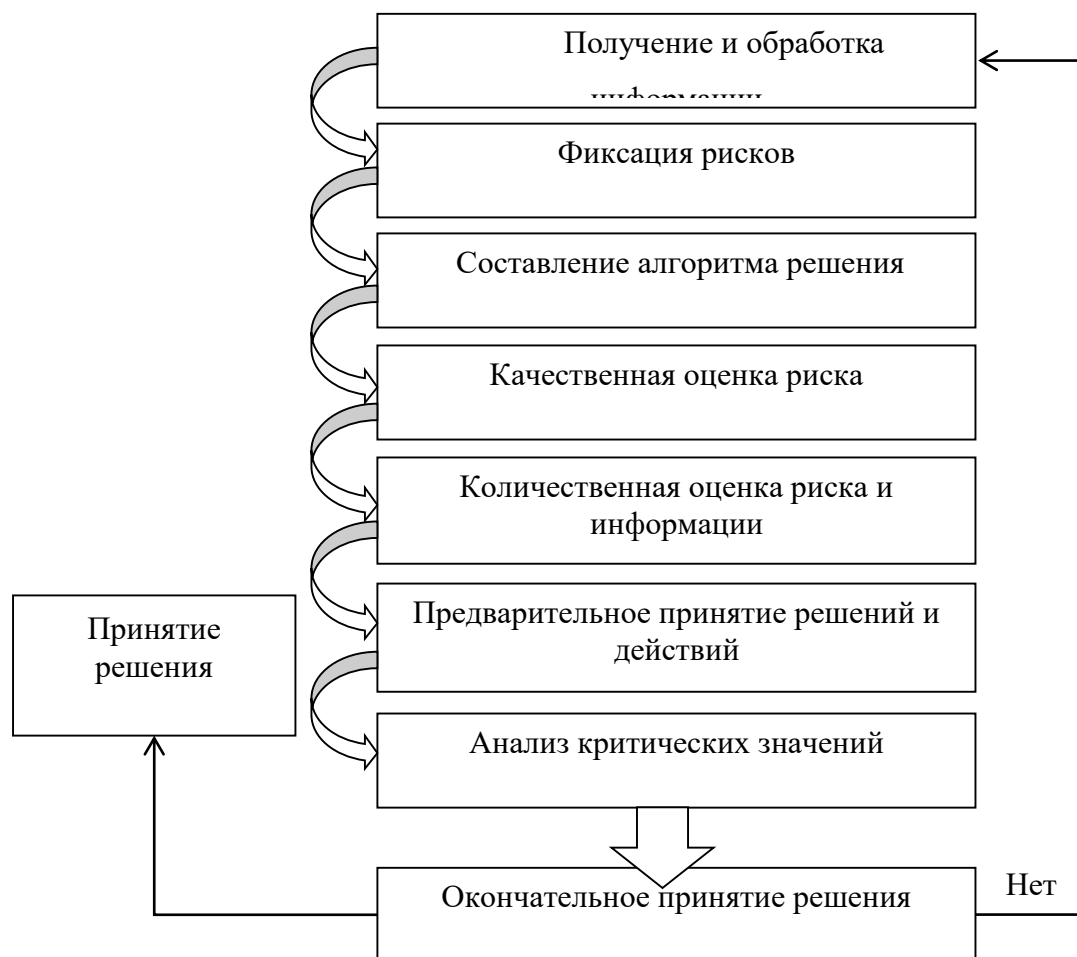


Рис. 1. Алгоритм комплексной оценки рисков

Количественный анализ основывается на применении теории вероятности и математической статистики. Он заключается в числовом измерении, влиянии изменений рисков факторов, сопутствующих анализируемому мероприятию или проекту, на изменение результативности мероприятия и во многом опирается на качественный анализ. Количественный анализ позволяет выявить размер ущерба, причины, источники риска и величину тех последствий, которые могут наступить вследствие его реализации. К преимуществам применения количественных методов можно отнести возможность быстро рассчитать и определить текущий уровень риска.

В научной литературе существует большое количество методов количественной оценки рисков, но наиболее распространенными среди них, по мнению Ланкиной С. А. и Флегонтова В. И., являются статистические методы, метод аналогий, группа аналитических методов и логико-вероятностные методы.

Гепалова Е. Д., в работе, посвященной методам оценки рисков, также выделяет статистический, аналитический методы и метод аналогий. Помимо этого, она рассматривает и другие популярные на сегодняшний день методы, такие как:

- метод экспертных оценок;
- анализ целесообразности затрат;
- анализ финансовой устойчивости и оценка платежеспособности организации.

Статистический метод считается одним из самых простых и при этом эффективных, поскольку он не предполагает использование сложных математических расчетов. Недостатком данного метода является то, что для достоверности расчетов необходимо большое количество ретроспективной информации о деятельности хозяйствующего субъекта и изменениях его показателей.

Анализ чувствительности заключается в установлении степени влияния каждого отдельно взятого риска на функционирование организации при изменяющихся внешних условиях. Данный анализ предполагает проведение проверки показателей эффективности, таких как внутренняя норма доходности (IRR), чистая приведенная стоимость (NPV) и др. Эти показатели подлежат пересчету в случае изменения воздействия какого-либо внешнего фактора (уровень цен, ставки налогов и т. д.). Данный анализ позволяет установить, в какой степени неопределенность каждого элемента отражается на исследуемом показателе, если остальные элементы принимают базовые значения. Данный метод можно считать не совсем удачным, поскольку в действительности любой экономический субъект функционирует под воздействием постоянно меняющихся условий и оценить влияние на него только одного из многих факторов будет недостаточным.

Анализ финансовой устойчивости организации не требует столь большого количества исходных данных, как статистический метод. Анализ осуществляется на основании изучения бухгалтерской (финансовой) отчетности. Используя этот метод, можно оценить наиболее актуальные и существенные для объекта исследования риски, такие как: риск снижения ликвидности, риск снижения финансовой устойчивости, риск замедления деловой активности, риск снижения рентабельности активов, риск снижения платежеспособности и риск банкротства, а также сделать выводы о состоянии экономической безопасности.

Применение хозяйствующим субъектом качественных и количественных методов оценки рисков позволяет руководству сформировать представление о количестве и природе возникающих рисков и позволяет распределять ресурсы и принимать решения при реализации проектов на основании более полной информации, в результате чего управление рисками станет более эффективным и квалифицированным.

#### **Библиографический список**

1. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / Ульрих Бек. – М.: Изд-во «Прогресс-традиция», 2000. – С. 22.
2. Гепалова, Е.Д. Методы оценки рисков // Научный журнал E-Scio. – 2019. – № 7(34). – С. 115–127.
3. Гужин, А.А. Риск-менеджмент и методы управления рисками [Электронный ресурс] / А.А. Гужин, В.Г. Ежкова // Инновации и инвестиции. – 2017. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/risk-menedzhment-i-metody-upravleniya-riskami> (дата обращения: 14.10.2023).
4. Ланкина, С.А. Классификация и проблемы оценки рисков промышленного предприятия [Электронный ресурс] / С.А. Ланкина, В. И. Флегонтов // Вестник евразийской науки. – 2015. – № 3(28). – С. 7.
5. Лопатина, Е.Н. Риски в деятельности предприятия: методы оценки и пути снижения [Электронный ресурс] / Е.Н. Лопатина, Е.В. Шпак, Т.В. Полякова // Молодой ученый. – 2020. – № 18(308). – С. 111.

© Шайхутдинова З.Ф., 2023

## СЕКЦИЯ 7.5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

УДК 004

Л.Ш. БАТАЛОВА

*liana\_batalova\_2014@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. Е.А. ДРОНЬ

*Уфимский университет науки и технологий*

### СИСТЕМА ДЛЯ ЭМБРИОЛОГОВ И РЕПРОДУКТОЛОГОВ С ЭЛЕМЕНТАМИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ТЕХНОЛОГИЕЙ RFID

*Аннотация:* статья посвящена проблеме внедрения современных информационных технологий во врачебную эмбриологию, которая является неотъемлемой частью ВРТ (высоких репродуктивных технологий). Новейшие технологии позволят минимизировать ошибки, вызванные человеческим фактором, при проведении процедур экстракорпорального оплодотворения. Перспективы этой области глобально связаны с повышением уровня рождаемости.

*Ключевые слова:* экстракорпоральное оплодотворение; вспомогательные репродуктивные системы; рождаемость, внедрение технологий в медицину; эмбриология; двойной контроль; RFID, искусственный интеллект в эмбриологии.

В соответствии с указом Президента Российской Федерации В. В. Путина от 29 мая 2017 года № 240 2018–2027 годы в Российской Федерации (РФ) утверждены Десятилетием детства [1]. В рамках Десятилетия детства особое внимание уделяется важным преобразованиям, в том числе и вопросам поддержки материнства и детства, а также улучшению демографической ситуации в стране. Статистика свидетельствует, что около 15% пар в возрасте репродуктивной способности сталкиваются с проблемой бесплодия [2]. Данную проблему можно решать комплексно, рассматривая разные варианты, одним из которых является внедрение современных информационных технологий во врачебную эмбриологию. Она является неотъемлемой частью вспомогательных репродуктивных технологий [3]. Эмбриология – это наука, которая исследует закономерности развития зародыша человека и механизмы регуляции эмбриогенеза.

Врач-эмбриолог работает с клетками, которые несут в себе генетический код родителей человека, из которых далее получают эмбрионы. Эмбрионы выращиваются в специальном инкубаторе, он обеспечивает необходимые условия для их формирования и развития. Врач-эмбриолог обязан подробно следить за течением процесса развития и на протяжении всего цикла развития эмбрионов вести необходимые расчеты, отмечать различные характеристики, а

также вести архив. Также в лабораториях должна быть технология двойного контроля смысл которой заключается в том, что во время каждого эмбриологического этапа второй специалист проверяет первого, сверяя данные пациентов. Этот вид контроля перемещения биоматериала, конечно, минимизирует риск человеческой ошибки, но не исключает его [4].

Цель исследования – рассмотрение порядка проведения процедур экстракорпорального оплодотворения со стороны специалистов эмбриологов и репродуктологов и исследование важности внедрения современных информационных систем, предназначенных для клиник ЭКО.

Задачи исследования – анализ предметной области, определение перечня решений по поставленной проблеме, обоснование оптимального способа решения проблемы с помощью анализа.

К сожалению, стандартные медицинские информационные системы чаще всего не предполагают наличие отдельных модулей для репродуктологов и эмбриологов. При существующем уровне автоматизации отсутствует единый контур управления, не обеспечивается вертикальный и горизонтальный анализ данных, комплексный анализ показателей [5]. В связи с этим врачи систематически допускают ошибки в своих суждениях, которые затем передаются во многие исследования. В результате, здоровые дети, зачатые при помощи ВРТ, на этапе отделения интенсивной терапии и реанимации недоношенных не госпитализируются. Из-за этого создается ложное убеждение, что все дети, рожденные при помощи репродуктивных технологий, рождаются недоношенными или страдают от заболеваний [6]. Необходимость в информационных системах, предназначенных для эмбриологов и репродуктологов доказывает сама жизнь – известны случаи, когда при проведении ЭКО происходили ошибки: перенос женщине «чужого» эмбриона или оплодотворение яйцеклеток в супружеской паре «чужими» сперматозоидами. Также в репродуктивных клиниках контроль за всеми манипуляциями с биоматериалом обычно только визуальный, осуществляет его второй эмбриолог-инспектор, который присутствует при выполнении всех процедур [7].

Информационная система для врачей эмбриологов и репродуктологов должна иметь большой функционал, который позволил бы производить точную работу при проведении экстракорпорального оплодотворения. Выбор информационной системы для клиники предопределяет успешное выполнение функций врачей, уменьшения ошибок, связанных с человеческим фактором и работы едином информационном пространстве [8].

На российском рынке представлены несколько информационных систем, предназначенных для автоматизации центров экстракорпорального оплодотворения, в которых представлен более широкий функционал, подходящий под определенную предметную область [9]. Но при использовании таких информационных систем также остается много рутинной работы для врачей, соответственно, риск человеческий ошибок не будет минимизирован. В настоящее время, процесс отбора эмбрионов часто осуществляется вручную. Этот момент является критическим важным, так как успех проведения экстракорпорального оплодотворения (ЭКО) зависит от качества эмбрионов.

Анализ эмбрионов клиническими эмбриологами происходит при визуальной оценке морфологических признаков с использованием оптического микроскопа. При этом оценивается степень развития эмбриона, качество зародышевого узла и качество трофобласта [10]. Функция стандартизации и автоматизации процесса оценки эмбрионов в информационных системах для ЭКО также не предусмотрена, как и другие некоторые необходимые функции. Важно упомянуть, что распределение эмбрионов по качеству – это не случайный процесс, а определенная закономерность, которая прямым образом влияет на исход беременности. Однако опять же определенную роль играет человеческий фактор – два разных эмбриолога могут оценить один и тот же эмбрион по-разному.

На этом этапе можно предложить одновременное применение искусственного интеллекта для оптимизации бизнес-процесса проведения процедур экстракорпорального оплодотворения. Его внедрение может помочь в процессе отбора эмбрионов, а также составления плана лечения для пациентов [11]. Несмотря на большое количество сведений о перспективах применения ИИ в эмбриологии, имеется множество препятствий на пути его внедрения в процесс. Поэтому баланс между созданием условий для ускоренного внедрения и обеспечения контроля рисков рассматривается через нормативно-правовое и техническое регулирование [13]. Медицинские устройства на основе ИИ должны пройти процесс проверки также, как и медицинские устройства, и должны продемонстрировать, что они безопасны и эффективны для их предполагаемого использования.

Также для решения проблемы минимизации ошибок, связанных с человеческим фактором возможно осуществление отслеживания биологических материалов на каждом этапе жизненного цикла с момента появления биологического материала в лаборатории эмбриологии с помощью радиометок. Программа подтверждает соответствие личности пациентов и их образцов биоматериалов.

В большинстве клиник ЭКО для идентификации пациентов используются штрихкоды, которые легко можно перепутать и совершить ошибку при проведении процедуры. Поэтому предлагается более надежный способ идентификации - радиочастотная метка (тег, транспондер). Это электронное устройство, которое принимает от RFID-считывателя сигнал, обрабатывает его и отправляет обратно (сканеру). Содержит уникальный номер объекта, на который нанесена. В настоящее время RFID применяется для: обеспечения прослеживаемости, связи, идентификации и определения местоположения людей, оборудования и устройств в режиме реального времени. Система RFID обычно состоит из RFID метки – это идентификатор, который является электронным и используется для хранения информации, а также из считывателя RFID с антенной и приемопередатчиком, который используется для сбора всей информации, хранящейся в метке [12].

Внедрение искусственного интеллекта в информационную систему, предназначенную для эмбриологов и репродуктологов, позволит сканировать изображение эмбриона за несколько минут и оценить его по шкале. Это позволит



увеличить шансы наступления беременности и вместе с технологией RFID поможет исключить человеческий фактор в процессе проведения процедур экстракорпорального оплодотворения.

Данные Общества информации и систем управления здравоохранением подтвердили, что использование RFID-технологии может значительно повысить эффективность медицинских учреждений по сравнению со стандартными штрих-кодами. В отличие от последних, RFID-метки способны одновременно считывать несколько объектов, что существенно сокращает время обработки информации и повышает общую производительность системы. Более того, RFID-метки имеют значительно больший объем памяти на одном чипе по сравнению с штрих-кодами, что позволяет хранить больше данных. Еще одним преимуществом является возможность работы меток с беспроводными сканерами, которые обладают высокой скоростью и точностью идентификации данных. Эти новые технологические возможности существенно улучшают операционную эффективность и точность учета медицинских записей, что имеет большое значение для качества оказания медицинской помощи пациентам [12].

Культуральная посуда, которая содержащая биоматериал пациентов, также будет помечена метками, которые совпадают с ID пациента. На каждом этапе проведения процедуры рабочая станция считывает данные метки. Далее программа соотносит метку на культуральной посуде и ID пациента и позволяет приступить к манипуляциям. Если в поле действие считывателя попадают чашки с биоматериалом разных пациентов, раздается сигнал тревоги – продолжение работы невозможно до выяснения причин. У данной технологии есть и другие плюсы, например: гибкость при чтении меток, увеличение видимости местоположения устройства, осуществимость переписывания, емкость хранения данных и состояние масштабируемости в любом проекте [12].

Анализ показал, что предложенный вариант информационной системы с применением технологии RFID совместно с использованием искусственного интеллекта позволит предоставлять услуги проведения процедур экстракорпорального оплодотворения более качественно, минимизируя человеческий фактор и количество рутинной работы. За счет количества уменьшения ошибок и применения искусственного интеллекта в отборе эмбрионов увеличится количество благоприятных исходов проведения процедур экстракорпорального оплодотворения и увеличит рождаемость в стране.

### **Библиографический список**

1. Указ Президента Российской Федерации № 240 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства» от 29 мая 2017 года. – Режим доступа: <https://rg.ru/2017/05/29/president-ukaz240-site-dok.html> (дата обращения: 10.04.2023).

2. Рудакова, Е.Б., Замаховская, Л.Ю., Стрижова, Т.В., Трубникова, О.Б., Татарина, Л.В. Исходы экстракорпорального оплодотворения как мультифакторная проблема клинической репродуктологии // Медицинский совет. – 2015. – № 9. – С. 84–91.

3. Ковтун, О.П., Плаксина, А.Н., Макутина, В.А., Анкудинов, Н.О., Зильбер, Н.А., Лимановская, О.В., Синотова, С.Л. Информационно-аналитические системы для оценки перинатальных исходов и состояния здоровья детей, рожденных при помощи вспомогательных репродуктивных технологий // Российский вестник перинатологии и педиатрии. – 2020. – № 65. – С.45–50.

4. Sunderam, S., Kissin, D., Crawford, S. B., Folger, S. G., Jamie, son D., Warner, L. Assisted Reproductive Technology Surveillance – United States // Surveillance Summaries. – 2018. – № 16. – P. 1–28.

5. Чирков, А.В., Гагарина, Л.Г., Миронов, Н.С., Липовый, Р.В. Методы автоматизации диагностики в предметной области // Автоматизация и управление технологическими процессами и производствами, системы автоматизации проектирования. – 2022. – № 4. – С. 37–45.

6. Плаксина А.Н. Клинические, медико-социальные и организационные основы комплексной оценки здоровья, формирования прогноза и разработки методов реабилитации у детей, зачатых при помощи вспомогательных репродуктивных технологий. – Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010783818>.

7. Кулешова, К.Т., Сахаутдинова, И.В., Зулкарнеева, Э.М., Муслимова С.Ю., Таюпова, И.М. Вспомогательные Репродуктивные Технологии. – 2015. – 64 с.

8. Данькова, И.В., Якорнова, Г.В., Мальгина, Г.Б., Мазуров, Д.О., Чермянинова, О.В., Бычкова, С.В., Фассахова, А.Ф., Смирнова, Е.Е. Программа мониторинга вспомогательных репродуктивных технологий в рамках обязательного медицинского страхования: первые итоги // Проблемы репродукции. – 2017. – № 4. – С. 65–70.

9. Корсак, В.С., Смирнова, А.А., Шурыгина, О.В. Регистр ВРТ Общероссийской общественной организации «Российская Ассоциация Репродукции Человека». Отчет за 2020 год // Проблемы репродукции. – 2022. – № 6. – С. 12–27.

10. Адамян, Л.В. Использование искусственного интеллекта в репродуктивной медицине // Проблемы репродукции. – 2021. – № 3. – С. 6–13.

11. Сысоева, А.П., Макарова, Н.П., Калинина, Е.А., Скибина, Ю.С., Занишевская, А.А., Янчук, Н.О., Грязнов, А.Ю. Повышение эффективности вспомогательных репродуктивных технологий с помощью искусственного интеллекта и машинного обучения на эмбриологическом этапе // Акушерство и Гинекология. – 2020. – № 7. – С. 28–36.

12. RFID для медицинских центров. – Режим доступа: <https://ufa.scanberry.ru/news/rfid-dlya-meditsinskogo-oborudovaniya/>.

13. Гусев, А.В., Морозов, С.П., Кутичев, В.А., Новицкий, Р.Э. Нормативно-правовое регулирование программного обеспечения для здравоохранения, созданного с применением технологий искусственного интеллекта, в Российской Федерации // Медицинские технологии. Оценка и выбор. – 2021. – № 1. – С. 36–45.

14. Гасников, А.О., Ершов, М.И., Калинин, С.Б., Кондрашов, К.К., Лучинин, В.В., Садовая, И.М. Обеспечение безопасности передачи медицинской информации с помощью RFID-технологий // Приборостроение, метрология и информационно-измерительные приборы и системы. – 2016. – № 3. – С. 45–46.

© Баталова Л.Ш., 2023

К.И. БОЖОК

*bozhok.miss@mail.ru*

Науч. руковод. – Г.А. ТУГУЗБЕВ

*Уфимский юридический институт МВД России*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены возможности применения новейших информационных технологий в деятельности ОВД. Был проанализирован их потенциал в облегчении оперативно-розыскной деятельности, а также их полезность в повышении эффективности работы подразделений. Кроме того, были приведены примеры конкретного использования современных средств и технологий в сфере обеспечения безопасности общества.

*Ключевые слова:* цифровые преступления, информационные технологии, оперативно-розыскная деятельность, повышение эффективности работы, безопасность общества, информационные базы данных, портрет субъекта, автоматизированные системы поиска информации, эффективность раскрытия преступлений, габитоскапические системы, биометрическая идентификация, использование информационных средств, процесс раскрытия преступлений, последовательность этапов раскрытия преступлений.

Эффективность борьбы с преступностью напрямую зависит от наличия и анализа информации о физических характеристиках правонарушителей. В роли способа поддержки этого процесса могут использоваться соответствующие информационные базы. Несмотря на то, что эти базы данных включают информацию и изображения только тех лиц, которые были допущены к совершению правонарушений, они также содержат данные о работниках различных организаций. Однако, к сожалению, этого бывает недостаточно.

Именно поэтому одним из ведущих направлений является разработка способа построить портрет субъекта, то есть реконструировать его индивидуальные особенности с помощью ЭВМ. На сегодняшний день на практике реализован обширный круг видов портретов, по ним то и осуществляется поиск предполагаемого преступника. Однако хочется заметить, что неавтоматизированные системы поиска информации о внешности уже не могут отвечать современным требованиям. Они просто не могут предоставить информацию достаточно оперативно и точно. Объяснить это можно тем, что ручной поиск информации по конкретному человеку достаточно трудоемкая, муторная, сложная работа. Базы данных содержат порой сведения о миллионах лиц, которые стоят на учете. Конечно же поиск информации о нужном человеке в таком количестве информации отнимает достаточно большой объем времени, что

совершенно недопустимо скажем при раскрытии преступлений по горячим следам.

С учетом изложенного можно сделать вывод о том, что интеграция изысканных информационных технологий в процесс раскрытия и расследования преступлений является одним из наиболее перспективных и необходимых направлений. Применение данных технологий важно для повышения эффективности деятельности сотрудников правоохранительных органов [1].

В настоящее время информационные технологии позволяют создавать достаточно большие базы данных, которые имеют возможность быстрого поиска информации. Существуют так называемые габитоскапические системы. Их принято считать самыми перспективными. Они используют биометрические способы идентификации личности человека. Стоит заметить, что наличие даже самых современных информационных систем в подразделения ОВД не может полностью обеспечить высокий уровень раскрытия преступления [2]. Для достижения желаемого с результатом в работе в области правоохранительной деятельности необходимо учитывать, что наличие информационных средств само по себе недостаточно. Необходимые процессы, в частности, своевременное и правильное использование данных средств, крайне важны для успешной деятельности в этой сфере. Какие этапы являются составляющими процесса раскрытия преступлений в настоящее время? Подробное описание последовательности этапов раскрытия преступлений будет представлено далее.

В первую очередь, очевидца сопровождают к компетентному специалисту. Этот специалист может составить словесный портрет со слов очевидца, а затем составляется и субъективный портрет. Далее субъективный портрет, составленный специалистом, начинают проверять на соответствие по различным базам данных и картотекам. Данный алгоритм действий вполне можно назвать неэффективным на сегодняшний день. Он не отвечает современным требованиям из-за того, что требуется достаточное количество времени для доставления очевидца события к компетентному специалисту и для составления словесного и субъективного портрета. В условиях же сложной оперативной обстановки, которая складывается в процессе раскрытия преступлений, сотрудник, компетентный составлять словесные и субъективные портреты, может быть занят другими поручениями и делами. В данном случае, если приоритет рассматриваемых дел будет не в пользу того дела, где необходимо составить портрет, то очевидец будет ждать своей очереди [2]. Мало того, что приходится заставлять ждать человека, при этом еще и очевидец со временем может просто забыть некоторые детали, которые могут представлять важность для раскрытия преступления.

Именно поэтому создан новый эффективный метод. Так называемый модуль габитоскапии дает возможность автоматизировать долгий процесс ручного поиска соответствий между составленным субъективным портретом и портретами лиц, которые представляют некий оперативный интерес для сотрудников ОВД. Настоящим представляется оценка эффективности использования указанного модуля, позволяющего существенно уменьшить затраты времени на оперативно-следственные операции. Неоспоримым

преимуществом такого подхода является возможность свободно маневрировать за счет увеличения времени для анализа и принятия правильных решений в контексте розыска и успешного задержания подозреваемых за совершение преступлений [3].

В первую очередь, составляется словесный портрет. Здесь определено несколько важных задач. На данном этапе у эксперта должны сформироваться представления о типаже разыскиваемого подозреваемого, он отмечает доминирующие элементы внешности, наиболее наглядные особенности внешности подозреваемого. В дальнейшем это послужит некими отправными точками при поиске нужных изображений для субъективного портрета.

Составление субъективного портрета в криминалистике включает в себя формирование мысленного образа подозреваемого в сознании очевидца, который является основой составления данного портрета. Для достижения данной цели следует предварительно изучать словесный портрет, который был описан самим очевидцем событий. После чего эксперт производит анализ процесса формирования, а также сохранения данного ментального образа у очевидца.

В последующем начинается работа с модулем габитоскапии. Он представляет из себя информационно-поисковую систему. В фундамент автоматизированной системы габитоскапии заложены сложные алгоритмы. Эти алгоритмы позволяют правильно систематизировать субъективные и словесные портреты. Обеспечение эффективного габитоскапического поиска, который напрямую зависит от правильной и четкой расстановки антропометрических точек и является главной задачей данного этапа. Можно привести в пример систему «Портрет – поиск». Эта система является одной из используемых систем с модулем габитоскапии. Используется она именно в экспертно-криминалистических подразделениях УВД и МВД России [4].

Далее производится поиск подозреваемых лиц. Другими словами, в картотеки или базе данных находится множество схожих вариантов изображений. Все эти изображения сортируются в определенный массив изображений. Далее отбираются самые схожие варианты с тем, что составил эксперт со слов очевидца. Так происходит пока не останется, в идеале, один ну или хотя бы небольшое количество схожих вариантов.

Далее производится отчет о проделанной работе. На данном этапе уже получены некоторые результаты работы по поиску подозреваемых. Далее эти результаты направляются в распоряжение ведущих розыск специалистов, начинается определение оперативно-розыскных мероприятий. В ходе этих мероприятий обычно и используются эти портреты.

В последующем происходит корректировка составленного портрета. В случае, если окажется, что результат применения модуля габитоскапии не являются верными и получилось так, что в картотеке или базе данных просто не оказалось искомого лица, то производится корректировка словесного и субъективного портрета лица. После корректировки вся процедура повторяется заново [5].

Применение новейших информационных средств в деятельности ОВД несомненно важно. Эти средства повышают эффективность работы сотрудников

и целых подразделений. Они позволяют ускорить процесс раскрытия преступлений, а также исключить, на сколько это возможно, шансы ошибок в работе. Нельзя не заметить, что информационные технологии совершенствуются и в простом гражданском обществе, ну и конечно в преступной среде. Для раскрытия некоторых преступлений применение информационных технологий может быть не только помощником, но и просто необходимостью.

### **Библиографический список**

1. Муленков, Д.В. Некоторые аспекты процессуальной и технической фиксации результатов применения цифровой фотосъемки в расследовании преступлений / Д.В. Муленков // Вестник Омского юридического института. – 2010. – № 1(12). – С. 70–73. – EDN OJXINR.

2. Конобеевских, В.В. Современные информационные технологии в расследовании и раскрытии преступлений / В.В. Конобеевских // Преступность в сфере информационных и телекоммуникационных технологий: проблемы предупреждения, раскрытия и расследования преступлений. – 2016. – № 1. – С. 102–109. – EDN WXKCIТ.

3. Крылов, А.А., Анищенко, Э.А. Васильев, Э.А., Дегтярев С.В. Информационные технологии в деятельности подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции: монография – М.: ФГКУ «ВНИИ МВД России», 2020. – 304 с.

4. Журавленко, Н.И., Тутова, О.В. Информационные технологии в правоохранительной деятельности / Н.И. Журавленко, О.В. Тутова. – Краснодар: ФГКОУ ВПО Краснодарский университет МВД РФ, 2021. – 26 с.

5. Копылов, В.А. Информационное право / В.А. Копылов. – М.: Юрист, 2019. – 472 с.

© Божок К.И., 2023

А.И. ГАЛИУЛЛИНА

*aisulygali@mail.ru*

Науч. руковод. – Г.А. ТУГУЗБАЕВ

*Уфимский юридический институт МВД России*

## ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА И МАШИНЫ

*Аннотация:* статья обсуждает развитие взаимодействия между человеком и машиной, подчеркивая роль искусственного интеллекта в настоящее время. Она описывает применение искусственного интеллекта в различных сферах жизни, таких как поиск информации, создание рекомендаций и решение сложных задач. Статья также поднимает вопрос о потенциальных негативных последствиях полного осуществления искусственного интеллекта.

*Ключевые слова :* искусственный интеллект, развитие, машинное обучение, автоматизация, взаимодействие, решение задач, негативные последствия, человек.

За столь долгий путь развития человечество прошло через многое. Процесс развития, то есть эволюция, вынудило создание простых орудий труда, которые существенно облегчили жизнь. Примитивные орудия труда со временем сменились производственными, жизнь значительно улучшилась.

Сейчас человечество перешло на совершенно другой этап развития, открыла новый уровень, где большую часть дел выполняют специально созданные запрограммированные автоматизированные устройства.

В настоящее время искусственный интеллект проникает во все сферы человеческой жизнедеятельности. Порой мы даже не задумываемся как часто приходится пользоваться им. Практический каждый день в строке набираются запросы, связанные с поиском оптимального пути на работу, вероятность пробок на определенном участке дороги, интернет магазины и многое другое [1]. Анализируя наши поисковые запросы искусственный интеллект начинает сам создавать подборки, которые могут вам понравиться или специальные услуги и предложения, способные вас заинтересовать [2].

Для достижения такого успеха было затрачено не мало сил. Первое, что необходимо было сделать – это обучить систему. Если копнуть глубже, то в области создания искусственного интеллекта существует уникальный и весьма особенный раздел – раздел машинного обучения. В основную компетенцию и в сферу задач данной области входит регулирование способов, методов обучения искусственного интеллекта. Таких методов великое множество. Но наиболее значимым является метод опорных векторов, применяемая для решения задач классификации и регрессии. Она строится по следующей формуле [1]:

$$P \frac{B_i}{A} = \frac{P(B_i) * P\left(\frac{A}{B_i}\right)}{P(A)} \quad (1)$$

где  $P(A)$  – вероятность наступления события  $A$ ;

$P(B)$  – априорная вероятность гипотезы  $B$ ;

$P\left(\frac{A}{B_i}\right)$  – вероятность наступления события  $A$  при истинности гипотезы  $B_i$ ;

$P\left(\frac{B_i}{A}\right)$  – вероятность наступления события  $B_i$  при истинности гипотезы  $A$ .

Данная система находит свое широкое применение в пространстве больших размеров распознавания нейронных сетей.

Создание искусственного интеллекта позволяет человеку выполнять сложную работу быстро и качественно, то есть наступает тот момент, когда не качество порождает количество, а количество порождает качество.

Возможности искусственного интеллекта с каждым разом становятся все больше и больше. Если в начале его создания мы могли выполнять более простые работы, то сейчас наблюдается совсем другая тенденция. Так, например, когда чувствуется недомогание человек не сразу идет на консультацию к специалисту или к врачу. Первым делом он в поисковике набирает основные симптомы, находит болезнь, далее после установления болезни плавно перетекают к способам лечения. В данном случае подбираются лекарства.

Искусственный интеллект позволяет нам решать проблемы с загрязнением окружающей среды, создание безопасного использования устройств с высоким уровнем опасности, также обеспечить коммуникацию с труднодоступными районами.

Более полувека назад мы лишь могли мечтать о посещении далеких планет и изучении космического пространства, но со временем удалось сделать многое. Сейчас, век развития информационных технологии, применяются совсем другие способы и методы исследования космического пространства, которые позволяют совершать новые открытия во всех областях науки и техники.

Встает вопрос: «Что нас ждет будущем?» Поскольку постольку внедрение информационных технологии в жизнь современного общества также носит и негативный характер. Человечество всё чаще и чаще начинает полагаться на возможности искусственного интеллекта, что постепенно приводит к утрате самостоятельной способности осуществлять аналитическую деятельность [1]. На данный момент искусственный интеллект не достиг определенного совершенства, но ученые активно работают над этим. Однако может наступить момент, когда машина исключит человека – своего создателя – из процесса принятия решения и осуществления поставленных задач [5].

Можно прийти к логическому умозаключению, что принятые и принимаемые решения человека должны носить рациональный характер, решения, предложенные искусственным интеллектом, необходимо тщательно прорабатывать, обдумывать [4].

Проблема, которая будет рассмотрена в данной статье касается исследования позитивного и негативного влияния искусственного интеллекта на современное общество, кроме того, установить перспективы взаимодействия искусственного интеллекта и человека в целом [1].



Роль искусственного интеллекта в современном обществе велика. Тем не менее как ни была совершенна система, нам часто приходится сталкиваться с проблемами взаимодействия.

Анализ огромного количества данных, проведение исследования, установление взаимосвязи и взаимодействия проводят технологии искусственного интеллекта. Данная технология позволяет существенно сократить время, затрачиваемое на данные действия. Тем не менее прослеживается тенденция увеличения эффективного использования специальных навыков «интеллектуальных машин». Всё это великое множество действий происходит за доли секунд. Его можно проследить в обыденной жизни, когда мы осуществляем поиск путем введения запроса. Во многих случаях можно заметить: Результатов: примерно 2, затраченное время для осуществления поиска (0,26 сек.). Впечатляет, неправда!?

Казалось бы, всё находится в пределах позитивной ноты, так как данная система позволяет человеку упрощать его жизнь. Однако это не совсем так. Появляется необходимость заглянуть и в темную сторону. Человечество пришло к созданию искусственного интеллекта для облегчения жизни и выполнения простых задач и операций. Но данные технологии зашли намного глубже. В настоящее время человек всё больше доверяет возможностям искусственного интеллекта, слепо ему веря. А ведь принять готовые решения и не терять огромную энергию на осуществление умственной деятельности намного проще. Всё это сводится к постепенной утрате человеком способности самостоятельно принимать решения. К примеру, уже существуют программы, которые способны решить любые задачи и примеры не только из школьного материала, но и материалы высших учебных заведений. Получается, что преподаваемые знания и умения полностью не прививаются школьнику и студенту, так как вместо того, чтобы самостоятельно решать задачи прибегают к технологиям искусственного интеллекта.

Можно прийти и к выделению подпроблемы из основной проблемы. Отсутствие рекомендации, инструкции, положения, позволяющих организовать безопасное взаимодействие человека и искусственный интеллект в современном мире недостаточно полно разработано [1].

Создание искусственного интеллекта подразумевает упрощение жизни, быстрое и качественное выполнение трудоемких задач путем нажатия одной кнопки. Однако постоянное совершенствование данных устройств сопровождается с их усложнением. Для обеспечения гарантированного результата возникает необходимость строго соблюдать инструкции, при отклонении от которых приводят к наступлению негативных порой трагических последствий.

Искусственный интеллект выполняет трудоемкие задачи, что свидетельствует о снижении опасности для жизни человека из внешней среды и окружающего мира. Однако это не совсем так. Уровень развития искусственного интеллекта ещё далек от совершенства и не в состоянии в полной мере оценить опасность самостоятельно. Всё что способен делать, так это слепо следовать инструкциям, заложенные в форме программы человеком. Поэтому

при взаимодействии искусственного интеллекта и человека появляется необходимость четкого определения цели и постановления конкретных задач. Рекомендацией является усовершенствование технологии встроенных программ, которые сдерживают факторы, позволяющие прекратить работу в случае возникновения ситуации, угрожающей жизни и здоровью человека [1].

Ещё четверть века назад мы не могли представить существование машин с автопилотом, лишь имели возможность обозревать их в научно-фантастических фильмах. Но в настоящее время они начали запускаться в массовое производство и активно используются человеком. Следует в качестве примера рассмотреть машину с автопилотом марки Tesla. Технологии искусственного интеллекта выполняют всё, что существенно облегчает проблемы водителя и гарантирует его безопасность. Но искусственный интеллект Tesla полностью не руководит машиной. Если водитель во время движения уберёт руки от руля управления продолжительностью более 10 секунд, то машина дает сигнал, постепенно останавливается, что самое интересное, может принять меры наказания в отношении водителя электрокара. Не следует исключать и случаи, когда случались ужасные аварии со смертельным исходом, когда управление автомобилем было в режиме автопилота [6].

Как мы знаем, информация играет большую роль в современном мире. Как говорил Натан Ротшильд «Кто владеет информацией – тот владеет миром». Огромное преимущество информационных технологий в том, что они за пару минут способны обработать терабайты информации. Высокая скорость обработки информации в современном мире обусловлена жизненной необходимостью. Система искусственного интеллекта применяется в финансовой деятельности для обеспечения его бесперебойного функционирования. Искусственный интеллект позволяет банкам предоставлять клиентам индивидуальные предложения с учетом их предпочтений и особенностью случая [1]. Кроме того, значительно сокращается время обслуживания, что положительно сказывается на репутации банка. Рассмотрим на примере. Если несколько лет назад процесс одобрения и получения кредита занимал достаточно продолжительное время, то сейчас всё намного проще. Данный процесс может занять пару часов, и ваша заявка одобрена. Искусственный интеллект плотно вошел в финансовую составляющую жизнедеятельности общества.

Кроме финансовой сферы можно также затронуть и таргетированную рекламу. Таргетированная реклама в первую очередь направлена на установление нужд конкретного человека и определение основных спектров его интересов для предоставления полезной, интересующей его информации. Для создания подборки и рекомендации необходимо определить вкус и предпочтение человека. Как это сделать? Использовать личную информацию с использованием систем, обеспечивающим безопасность пользователям в социальных сетях. Данные технологии совершенствуются с каждым днем, соответственно и подборка ресурсов осуществляется быстрее [3].

Будет уместным упомянуть про виртуальные видеоигры, где искусственный интеллект позволяет сделать его похожим на реальный. В ходе игры вы принимаете определенные решения, которые определяют основной

исход, для поддержания интереса и азарта была введена система определения лучших. Где самый хороший игрок занимает позицию победителя. Искусственный интеллект на этом не останавливается. Обучение машины в первую очередь направлено на прогнозирование человеческих решений. Их активно внедряют в видеоигры с целью совершенствования качеств игрока, так как среди простых игроков есть боты, которые находятся под непосредственным контролем искусственного интеллекта. Имеют совершенный набор качеств и инструментов для проведения хорошей стратегической игры.

Новые идеи и проекты, великие научные открытия и свершения сейчас осуществляется с помощью искусственного интеллекта. Если раньше, до создания умных машин, людям самим самостоятельно приходилось анализировать и обрабатывать огромный массив данных, то это сейчас делает искусственный интеллект. Как известно труд ученого кропотлив и требует затраты сил, энергии и времени. Тенденция широкого применения возможностей запрограммированных устройств наблюдается в сфере медицины. Любые диагнозы и назначения лекарств осуществляется только с помощью возможностей умных машин. Проведем параллели: раньше, для изучения заболевания уходило несколько лет, после чего выявляли определенные лекарства, то сейчас дела обстоят совсем иначе. Всё что нужно – это анализы. Далее работа лишь машины, который преподносит готовые результаты специалисту, тот, опираясь на всё это, делает заключение. Создаются специальные часы, которые отслеживают показатели жизнедеятельности человека, при изменении которых сразу отправляют уведомление на устройство лечащего врача. Он в свою очередь он либо связывается с пациентом, либо приезжает и делает соответствующие процедуры и инъекции. Но всегда есть сомнения насчет правильности показаний.

В современном мире область применения искусственного интеллекта становится всё более шире. Порой даже не задумываемся о точности и правильности того, что он нам преподносит. Принимаем как должное и правильное. Не стоит безоговорочно полагаться на то, что создано человеком. Как известно, человеку свойственного ошибаться, хоть и ошибки искусственного интеллекта не значительный, они пока находятся в процессе эксплуатации. Из этого следует логическое умозаключение, что не все сферы жизнедеятельности общества следует полагает на возможности искусственного интеллекта, принятие ключевых решений должно оставаться за человеком [7].

Кроме того, необходимо плавно перетечь к решению вопроса о том, как правильно использовать возможности искусственного интеллекта и получить от него максимум пользы, что нам необходимо сделать? Можно предложить ряд положений, соблюдение которых носит ознакомительно-рекомендательный характер.

1. Использование искусственного интеллекта должно сопровождаться только по целевому назначению и не более того.

2. Для получения конкретных результатов анализа того или иного массива данных следует давать только конкретную и достоверную информацию.

3. Не следует излишне напрягать систему второстепенными задачами, все должно располагаться в рамках решаемой проблемы.

4. Перед каждым использованием следует провести проверку системы для исключения возможности некорректной работы.

Данный список представляет собой лишь часть того массива, которые еще нужно дополнять и обобщать.

В заключение хотелось бы сказать, что возможности искусственного интеллекта с каждым днем становятся все больше и больше. Но не стоит забывать, что роль человека в жизни человечества велика, и контроль над важными процессами не должно переходить под руководство «умной машины». Новые научные достижения, к которым мы пришли на сегодняшний день, является лишь частью того огромного потенциала, что дремлет в человеке. Наступит тот день, когда данный потенциал будет полностью раскрыт и человек, наконец, воссоздаст такую машину, которая, не как сейчас будет называться интеллектуальной машиной, а станет искусственным интеллектом.

### **Библиографический список**

1. Кушнир, Н.В. Взаимодействие искусственного интеллекта и человека современном мире / Н.В. Кушнир, А.В. Кушнир, А.М. Гриднева // Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ». – 2020. – № 2. – С. 1–10. – EDN YOIDJU.

2. Паламарчук, О.Т. Сможет ли искусственный интеллект обладать... сознанием? / О.Т. Паламарчук // Общество: философия, история, культура. – 2022. – № 1(93). – С. 28–35. – DOI 10.24158/fik.2022.1.3. – EDN MANBKO.

3. Тугузбаев, Г.А. Вызовы безопасности данных в условиях информационной глобализации / Г.А. Тугузбаев // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности Российской Федерации : Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 27 апреля 2023 года. – Нижний Новгород: Нижегородская академия Министерства внутренних дел Российской Федерации, 2023. – С. 341–347. – EDN WQCSJBG.

4. Миронов, В.В. Извлечение семантической информации из графических схем / В.В. Миронов, А.С. Гусаренко, Г.А. Тугузбаев // Информатика и автоматизация. – 2021. – Т. 20. – № 4. – С. 940–970. – DOI 10.15622/ia.20.4.7. – EDN YNTPOZ.

5. Хамидуллина, А.З. Машинное обучение: примеры применения в бизнесе / А.З. Хамидуллина // Чаяновские чтения – XIX: материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Энгельс, 14 апреля 2023 года. – Саратов: Российский университет кооперации, Поволжский кооперативный институт, 2023. – С. 203–204. – EDN EDQZVJ.

6. Хайруллина, Л. С. Роботизация и автоматизация в производстве: проблемы и перспективы / Л. С. Хайруллина // Чаяновские чтения – XIX: материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции,

Энгельс, 14 апреля 2023 года. – Саратов: Российский университет кооперации, Поволжский кооперативный институт, 2023. – С. 201–202. – EDN CSANVH.

7. Карякина, А.В. Искусственный интеллект в искусстве: новые горизонты или угроза творчеству / А.В. Карякина // Чаяновские чтения – XIX : материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Энгельс, 14 апреля 2023 года. – Саратов: Российский университет кооперации, Поволжский кооперативный институт, 2023. – С. 198–199. – EDN NCAJWO.

8. Хайбуллина, Р.Р. Роботизация искусства: будущее без творческой интуиции или новые возможности / Р.Р. Хайбуллина // Чаяновские чтения – XIX : материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Энгельс, 14 апреля 2023 года. – Саратов: Российский университет кооперации, Поволжский кооперативный институт, 2023. – С. 200–201. – EDN DZSKQK.

9. Борщ, А. В. Философия интернета вещей / А. В. Борщ // Философия в XXI веке: социально-философские проблемы современной науки и техники : Материалы I Международной научно-практической конференции, Москва, Зеленоград – Красноярск, 12 мая 2023 года. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2023. – С. 157–160. – EDN QIRKFP.

10. Домингос, П. Верховный алгоритм: как машинное обучение изменит наш мир / Педро Домингос; пер. с англ. В. Горохова; [науч. ред. А. Сбоев, А. Серенко]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

11. Artificial Intelligence in Modern Society. – [Режим доступа] <https://digitalcommons.murraystate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1148&context=bis437>.

© Галиуллина А.И., 2023

У.А. ГАТАУЛЛИН

*uralgataullin@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Ю.В. ШАРОНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ TELEGRAM-БОТОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОСТОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА**

*Аннотация:* в статье рассмотрены особенности использования Telegram-ботов для создания простого Интернет-магазина, приведены примеры применения Телеграм-ботов, рассмотрена специфика промокодов и цифровых ключей, описан разработанный бот.

*Ключевые слова:* Телеграм-бот, Интернет-магазин, электронная торговля, промокод, цифровой ключ.

С развитием технологий и изменением потребительских привычек электронная торговля переживает революцию. В наше время, где удобство и моментальное обслуживание максимально важны для покупателей, Telegram-боты стремительно набирают популярность. Эти роботизированные аккаунты, интегрированные в мессенджер, представляют собой некую замену крупным интернет-магазинам, при этом, не изменяя традиционный опыт покупок в Интернете. В первую очередь, необходимо разобраться, что это такое Telegram-боты и почему именно на них уделяется крупное внимание при организации удаленной торговли [4].

Телеграм-боты – это программы, специально разработанные для использования в мессенджере Telegram. Они предлагают разнообразные услуги, от приема заказов до предоставления личных рекомендаций и уведомлений. Появление таких ботов стало возможным благодаря интеграции искусственного интеллекта, машинного обучения и автоматизации в электронной торговле [6, 9].

Телеграм-боты упрощают взаимодействие между бизнесом и клиентами. Например, в образовании, телеграм-боты предоставляют учащимся доступ к образовательным материалам и заданиям. В сфере развлечений телеграм-боты могут быть приятным добавлением к приоритетному проекту (в пример можно привести различные телепрограммы, которые в телеграм-ботах устраивают небольшие опросы по знаниям их шоу). Это далеко не полный перечень способностей, в которых телеграм-боты задействованы, и каждый день появляются новые идеи для их применения [1].

В данной статье мы рассмотрим, как телеграм-боты стали некой альтернативой крупным Интернет-магазинам, исследуем их преимущества, возможности и влияние на современный электронный бизнес. Мы также рассмотрим практические примеры успешного использования Телеграм-ботов в

различных отраслях, рассмотрим будущие перспективы данной увлекательной технологии на примере онлайн-торговли и проясним их [3, 8].

Приведем некоторые примеры применения Телеграм-ботов. Один из наиболее уникальных является @uShopWebBot, представляющий собой конструктор Интернет-магазина прямо в Telegram. Этот инновационный инструмент позволяет создать собственный магазин, предоставляя возможность продажи как обычных, так и цифровых товаров. Присутствует интеграция с 1С, импорт файлов формата Excel, а также поддержка различных методов онлайн-платежей. Такая функциональность делает его мощным инструментом для электронной коммерции. Примером успешной реализации функциональности этого бота является магазин @uSportClothes, псевдо-работающий магазин одежды.

Другим выдающимся Телеграм-ботом является @iSleepBot, предлагающий бесплатный курс для улучшения сна. Этот курс предлагает пользователю ежедневные задания, направленные на улучшение качества сна и общего состояния здоровья. Система предоставляет информацию частями, обеспечивая более эффективное усвоение материала. Курсы разбиты на четыре блока, каждый из которых включает в себя от 7 до 14 заданий на каждый день недели, обеспечивая постепенное улучшение качества сна.

Перейдем к промокодам. Промокоды представляют собой специальные коды или комбинации символов, которые позволяют получить скидку или бонус при покупке товаров или услуг в интернет-магазинах. Они являются инструментом маркетинга, который привлекает покупателей и стимулирует продажи.

Технология, работающая по схожему принципу это – цифровые ключи. Цифровые ключи – уникальные коды, которые дают доступ к цифровым продуктам, могут быть использованы для скачивания или активации цифровых товаров.

Промокоды и цифровые ключи объединяет то, что они представляют собой текстовую информацию, которую можно передавать через Telegram-бота. Как было сказано ранее, они находят применение в различных областях:

1. Многие Интернет-магазины предлагают промокоды как способ привлечения новых клиентов и поощрения постоянных. Покупатели могут ввести код при оформлении заказа, чтобы получить скидку на товары.

2. В мире видеоигр цифровые ключи используются для активации и загрузки игр и дополнений. Игроки могут покупать цифровые ключи в популярных платформах, таких как Steam, Xbox Live и PlayStation Network.

3. Производители программного обеспечения предоставляют цифровые ключи для активации программ.

4. Используются для приобретения и загрузки музыкальных альбомов, фильмов и телешоу.

Для наглядности, был создан простой, но полностью функционирующий бот (рис. 1–3). С помощью стороннего сервиса BOT-T. На нём уже имеются шаблоны, хостинг и удобный интерфейс, позволяющий нам максимально быстро создать бота.

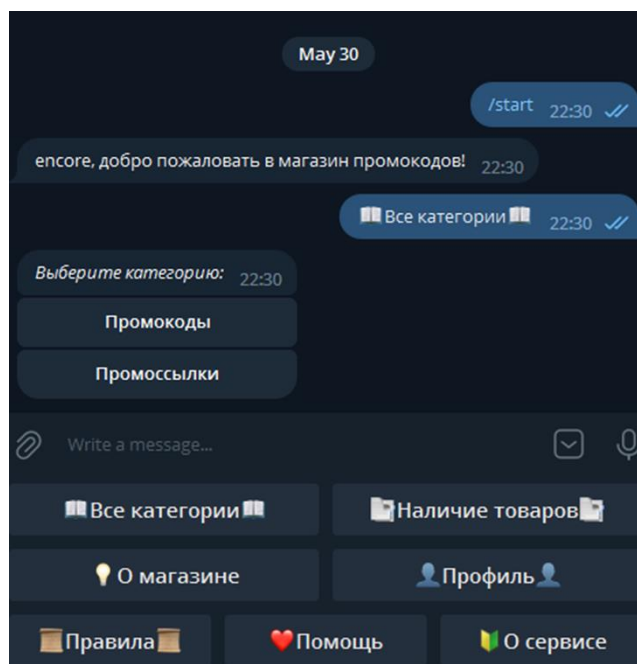


Рис. 1. Интерфейс бота, категории товаров

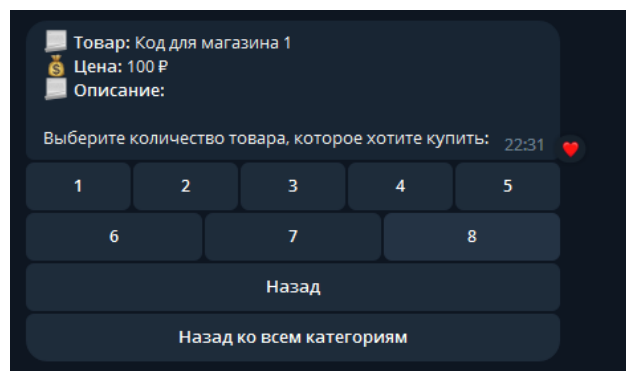


Рис. 2. Покупка промокода

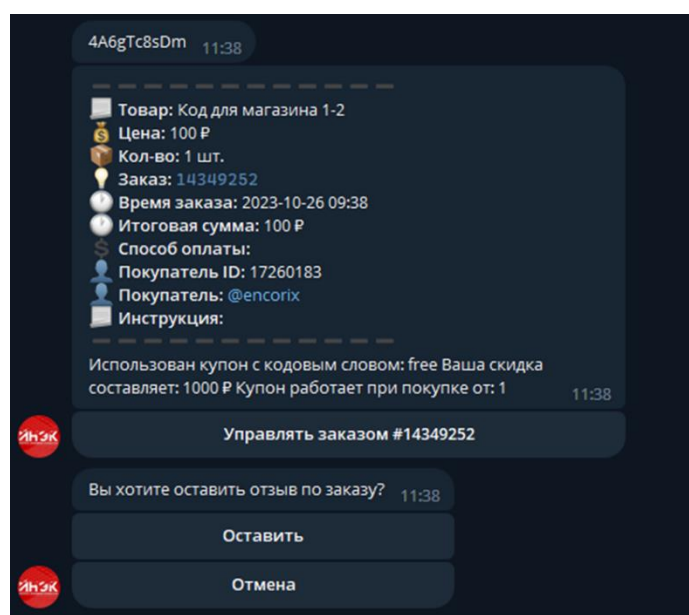


Рис. 3. Промокод и чек товара



Покупатель имеет возможность оставить отзыв о своей покупке, оценив ее от 1 до 5 звезд и написав свой комментарий (рис. 4). Это очень важная функция для многих онлайн-магазинов и сервисов, так как она позволяет не только клиентам поделиться своим мнением, но и другим потенциальным покупателям получить более подробную информацию о продукте или услуге.

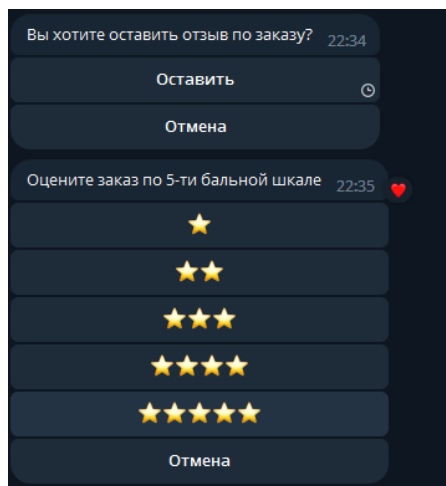


Рис. 4. Оценка покупки

В заключении можно утверждать, что Телеграм-боты представляют собой универсальный инструмент для улучшения взаимодействия с клиентами, особенно в контексте интернет-магазинов. Их выдающейся особенностью является возможность не только продажи товаров, но и предоставления разнообразных «специфических» продуктов, таких как цифровые ключи и промокоды.

### Библиографический список

1. Скворцов, В., Гринзовский, И. Как самостоятельно сделать бота в «Телеграме» без навыков программирования / В. Скворцо, И. Гринзовский. – Текст: электронный // Тинькофф Журнал: [сайт]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/guide/howto-telegram-bot/> (дата обращения: 27.10.2023).
2. Боты: информация для разработчиков. – Текст : электронный // Telegram : [сайт]. – Режим доступа: <https://tlgrm.ru/docs/bots> (дата обращения: 27.10.2023).
3. API – для разработчиков. – Текст: электронный // BOT-T : [сайт]. – Режим доступа: [https://bot-t.com/faq/HELP/obshchie\\_principy](https://bot-t.com/faq/HELP/obshchie_principy) (дата обращения: 27.10.2023).
4. V Международная научная конференция «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность» [Электронный ресурс] // <https://pure.spbu.ru/> : [сайт]. – Режим доступа: [https://pure.spbu.ru/ws/portalfiles/portal/71947934/MEDIA\\_2020.pdf](https://pure.spbu.ru/ws/portalfiles/portal/71947934/MEDIA_2020.pdf) (дата обращения: 09.11.2023).
5. Гришина, Е.Е., Цацура, Е.А. Адресные выплаты на детей 3–7 и 8–17 лет: доступность, результативность и уроки для единого пособия / Е.Е. Гришина, Е.А. Цацура [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru>: [сайт]. – Режим

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/adresnye-vyplaty-na-detey-3-7-i-8-17-let-dostupnost-rezultativnost-i-uroki-dlya-edinogo-posobiya> (дата обращения: 09.11.2023).

6. Черкасов, Ю. Внедрение цифрового рубля как явление постмодерна / Ю. Черкасов [Электронный ресурс] // <https://zakon.ru/>: [сайт]. – Режим доступа: [https://zakon.ru/blog/2023/09/24/vnedrenie\\_cifrovogo\\_rublya\\_kak\\_yavlenie\\_postmoderna\\_101399](https://zakon.ru/blog/2023/09/24/vnedrenie_cifrovogo_rublya_kak_yavlenie_postmoderna_101399) (дата обращения: 09.11.2023).

7. Турунова, М.Н. Субъекты противодействия влиянию интернета на преступность несовершеннолетних / Турунова Меруерт Нурлановна [Электронный ресурс] // <https://cyberleninka.ru/>: [сайт]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/subekty-protivodeystviya-vliyaniyu-interneta-na-prestupnost-nesovershennoletnih> (дата обращения: 09.11.2023).

8. Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий / [Электронный ресурс] // <https://kpfu.ru/>: [сайт]. – Режим доступа: [https://kpfu.ru/staff\\_files/F\\_1513811957/2620\\_Aktualnye\\_voprosy\\_ustojchivogo\\_razvitiya.\\_Tom\\_3.pdf](https://kpfu.ru/staff_files/F_1513811957/2620_Aktualnye_voprosy_ustojchivogo_razvitiya._Tom_3.pdf) (дата обращения: 09.11.2023).

9. Жукова, Е. В. Управление ESG-рисками организации в процессе устойчивого развития [Электронный ресурс] // <http://ords.rea.ru/>: [сайт]. – Режим доступа: <http://ords.rea.ru/wp-content/uploads/2023/04/Zhukova.pdf> (дата обращения: 09.11.2023).

© Гатауллин У.А., 2023

У.А. ГАТАУЛЛИН

*uralgataullin@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р техн. наук, проф. В.В. МАРТЫНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ БАНКА**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрен процесс разработки архитектуры предприятия банка на конкретном примере.

*Ключевые слова:* архитектура банка, организационная структура банка, дерево продуктов, дерево функций, бизнес-процесс, бизнес-цели, стратегии, модель потока работ.

В современном мире банковское дело стало неотъемлемой частью жизни каждого человека и мировой экономики в целом. Банки играют важнейшую роль в обеспечении финансовой устойчивости и развитии общества, и их деятельность тесно связана с использованием передовых информационных технологий. В этом контексте, разработка архитектуры предприятия банка становится ключевым аспектом обеспечения его эффективной работы и удовлетворения потребностей клиентов.

Архитектура предприятия банка – это комплексный подход к планированию, проектированию и управлению информационными и технологическими ресурсами организации. Она охватывает все аспекты деятельности банка, начиная с организационной структуры и заканчивая технической инфраструктурой. Разработка такой архитектуры требует глубокого понимания банковской деятельности, технических инноваций и требований регулирующих органов [2].

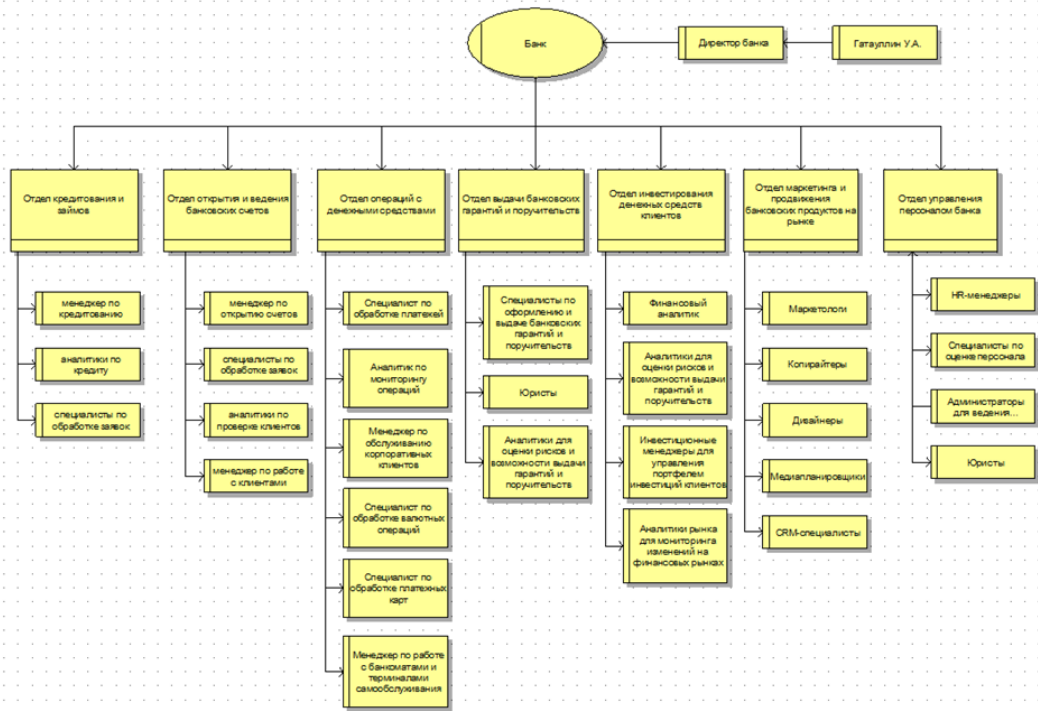
Суть разработки архитектуры предприятия банка заключается в создании стратегического плана, который определяет, как банк будет достигать своих целей в долгосрочной перспективе. Этот процесс включает в себя анализ существующей инфраструктуры, выявление узких мест и потенциальных рисков, а также определение необходимых изменений и инвестиций [2].

Однако разработка архитектуры банка – это не только технический процесс. Она также включает в себя анализ рынка и конкурентной среды, а также учет потребностей и ожиданий клиентов. Стремление к удовлетворению клиентов и обеспечению им безопасности и удобства становится важным фактором успешной работы любого банка.

Важным аспектом разработки архитектуры предприятия банка является также соблюдение нормативных и законодательных требований, которые регулируют деятельность банковского сектора. Соблюдение норм и стандартов важно не только с точки зрения законности, но и с точки зрения обеспечения доверия со стороны клиентов и инвесторов.

В данной статье будет рассмотрен процесс разработки архитектуры предприятия банка, показаны его ключевые аспекты и вызовы, с которыми сталкиваются банковские организации. Будут рассмотрены лучшие практики в этой области и акцентируем внимание на важности инноваций и адаптации в динамичной банковской индустрии.

Для начала определимся со списком важных понятий и объектов, построим организационную структуру банка. Для этого создадим диаграмму Organizational Chart (рис.1).



Далее построим модели основных бизнес-процессов Product Service Tree (рис. 2), Function tree (рис. 3).

Рис. 1. Организационная структура

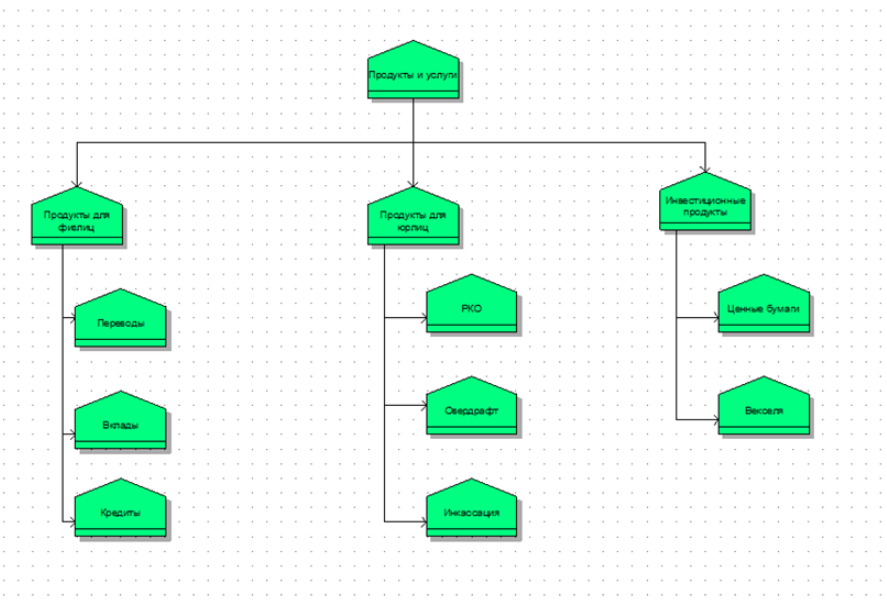


Рис. 2. Дерево продуктов

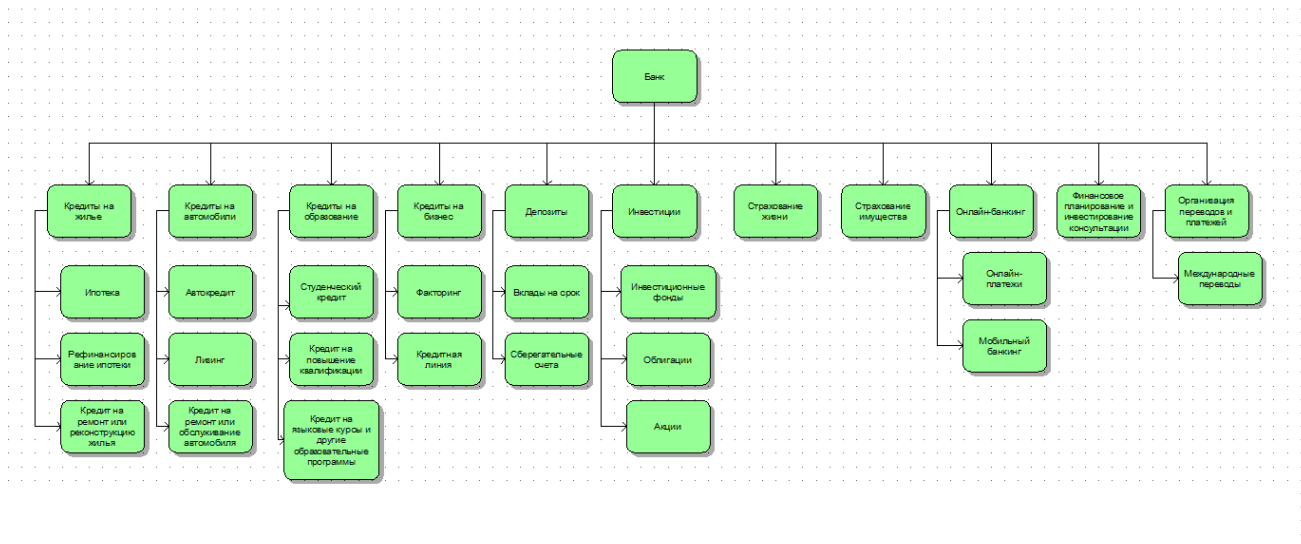


Рис. 3. Дерево функций

Иерархическая модель видов деятельности предприятия, обеспечивающих достижение дерева целей. Вершиной дерева функций является главная цель предприятия, ветви дерева представляют собой функции (или работы), которые необходимо реализовать для достижения главной цели предприятия и подчиненных ей целей нижнего уровня [2].

Сформировали дерево стратегических целей компании (рис. 4).

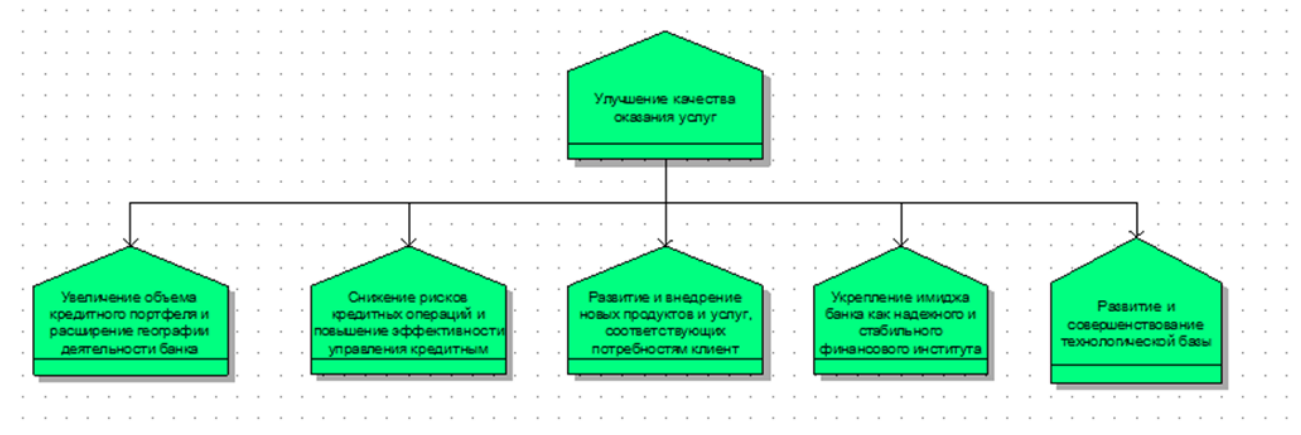


Рис. 4. Список бизнес-целей и стратегий

Следуя методу Захмана, необходимо рассмотреть архитектуру предприятия на уровне владельца. В первую очередь, создается концептуальная модель данных (SeDaM), которая отражает смысловую взаимосвязь информационных объектов [1]. Концептуальная модель данных показана на рис. 5.

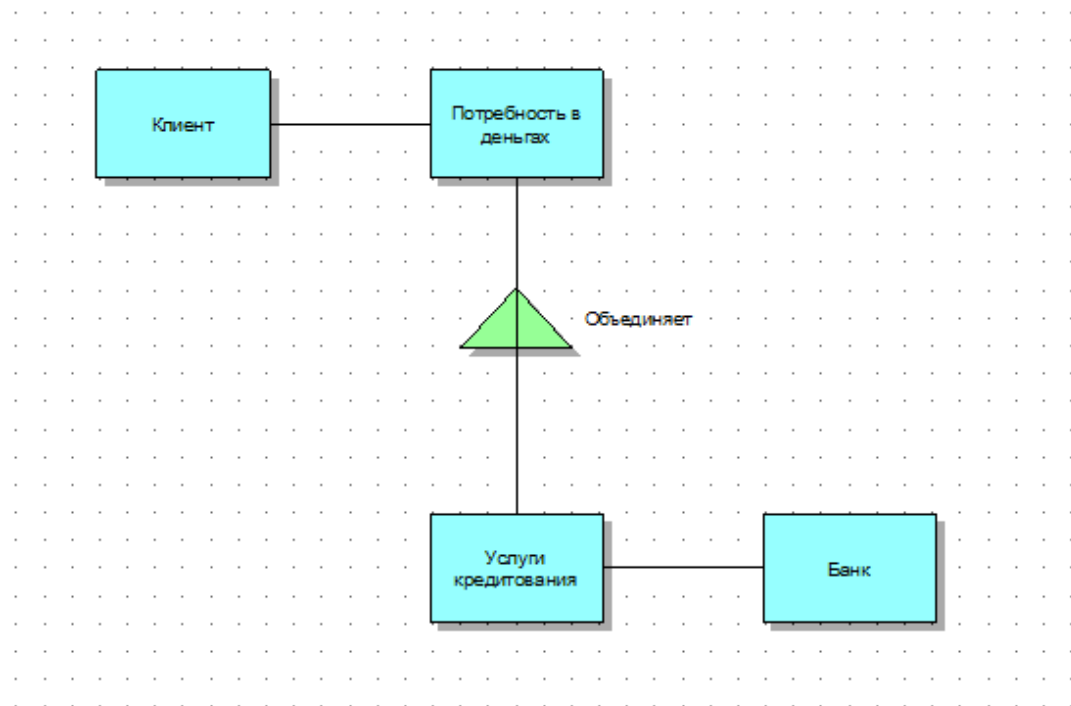


Рис. 5. Семантика данных

В существующей архитектуре банка выявлены несколько недостатков, включая неопределенность в банковских процессах и процедурах, что может привести к затруднениям и ошибкам в клиентском обслуживании. Также не всегда ясно, какие роли и ответственность у каждого сотрудника, что может вызывать конфликты и снижать эффективность работы. Для улучшения этой ситуации предлагаются следующие действия: анализ существующих банковских процессов и разработка более эффективных; внедрение новых технологий для автоматизации и ускорения процессов обслуживания; мониторинг и анализ результатов работы сотрудников для улучшения качества обслуживания клиентов; установление четких инструкций и правил для определения ответственности сотрудников и предотвращения конфликтов. Измененную модель можно увидеть на рис. 6.

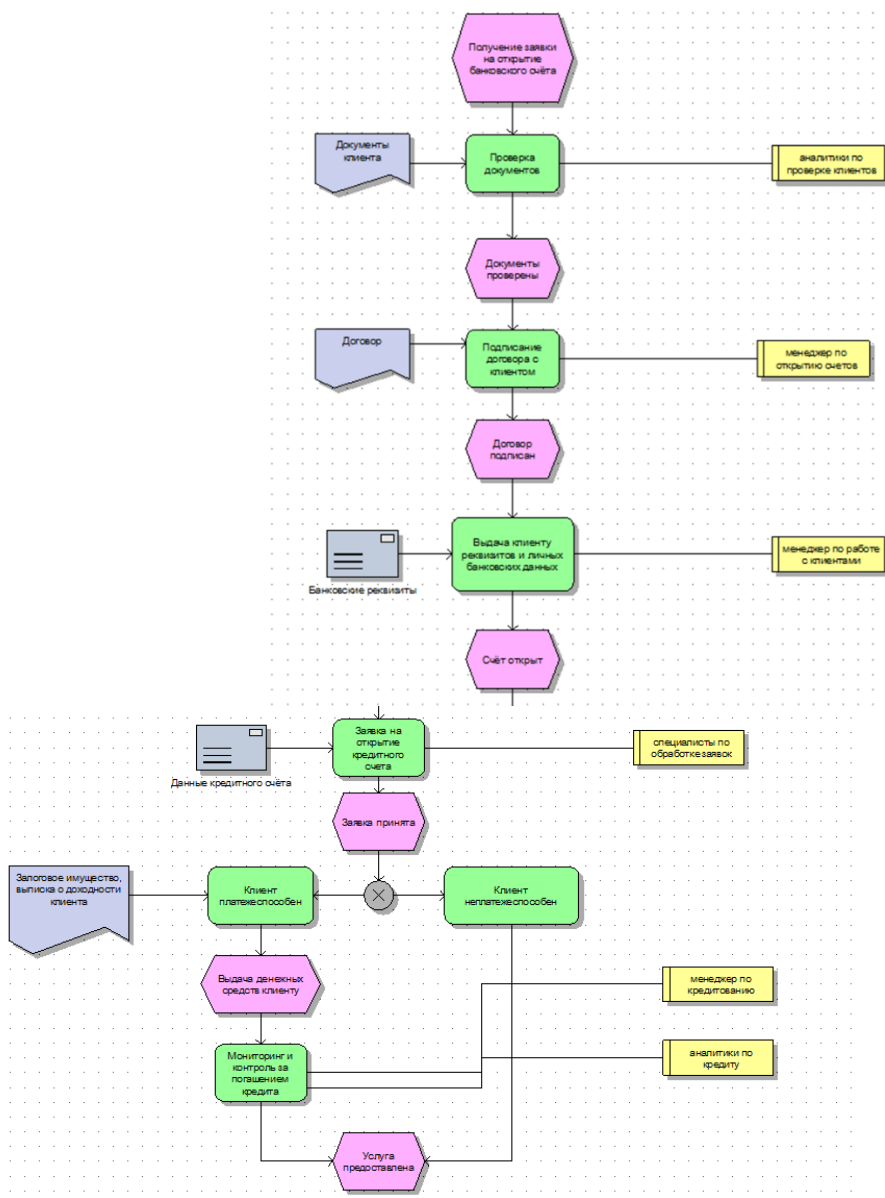


Рис. 6. Предполагаемая модель потока работ

Таким образом, в данной работе был проанализирован банк, его архитектура с декомпозицией в отношении проблемных бизнес-процессов, используя модель Захмана и инструмент ARIS на трех уровнях: от планировщика до конструктора [3]. Результатом этого анализа является целевая архитектура банка.

### Библиографический список

1. Методические указания к выполнению расчетно-графической работы по дисциплине «Архитектура предприятия» для студентов специальности «Бизнес-информатика»/ Уфимский государственный авиационный технический университет; сост.: В. В. Мартынов, С. Н. Султанова. – Уфа, 2021. – 12 с.
2. Построение технической архитектуры предприятия: лабораторный практикум по дисциплине «Архитектура предприятия» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; сост.: М. В. Мартынов, А. А. Зайцева, С.Н. Султанова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – 103 с.
3. ARIS – моделирование бизнес-процессов; Шеер Август-Вильгельм – Москва, Вильямс, 2009 г. – 120 с.

В.А. ИЗГИНА

*izgina.vilena777@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. З.А. ДАВЛЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВНЕДРЕНИЕ МИКРОСЕРВИСНОЙ АРХИТЕКТУРЫ В ПРОЦЕСС РАБОТЫ ООО «ПЕТРОИНЖИНИРИНГ»**

*Аннотация:* в статье проведен анализ процедуры «Движение геологических данных» предприятия для разработки и внедрения web-сервиса. Построена модель сценарий процедуры, протекающий в компании ООО «ПетроИнжиниринг», а также модель сценария процедуры при внедрении микросервисной архитектуры.

*Ключевые слова:* web-сервис; микросервисная архитектура.

В ходе работы предприятия возникают различные проблемы, такие как сложность масштабирования и обновления системы, ограничения в выборе технологий и инструментов, а также сложности в добавлении новых функций или изменении существующих. Для избежания данных проблем лучше внедрить web-сервис, который разбивается на небольшие, автономные и независимые сервисы для выполнения запросов. Это подход, который называется микросервисной архитектурой.

Основная идея микросервисной архитектуры заключается в том, чтобы разделить сложное приложение на более простые и управляемые части. Каждый сервис может быть написан на разных языках программирования, использовать разные технологии и иметь свою собственную базу данных (БД). Это позволяет командам разработчиков работать над отдельными сервисами независимо друг от друга, увеличивая скорость процесса разработки и внедрения новых функций [1].

Целью данной работы является анализ процесса работы предприятия для последующей разработки и внедрения web-сервиса. В качестве примера будет рассмотрена процедура «Движение геологических данных» российской компании ООО «ПетроИнжиниринг».

Геологические данные, собранные в процессе полевых изысканий, обрабатываются в несколько этапов и с помощью различных информационных систем. Технология обработки данных имеет определенную трудоемкость с одной стороны, а с другой стороны при наличии доли ручного труда, значимого «человеческого фактора», существуют риски искажения, потери данных, нарушения целостности данных.

На рис. 1 показано, что в процессе движения геологических данных участвуют 3 объекта: геолог-камеральщик, геолог-полевик и отдел лаборатории. В основном процессе используются данные из бумажных полевых журналов и информационных систем (Technical Data Management System (TDMS),



GeoSolution (GS), EngGeo), также эта процедура включает в себя процесс заполнения формы Excel данными буровых журналов.

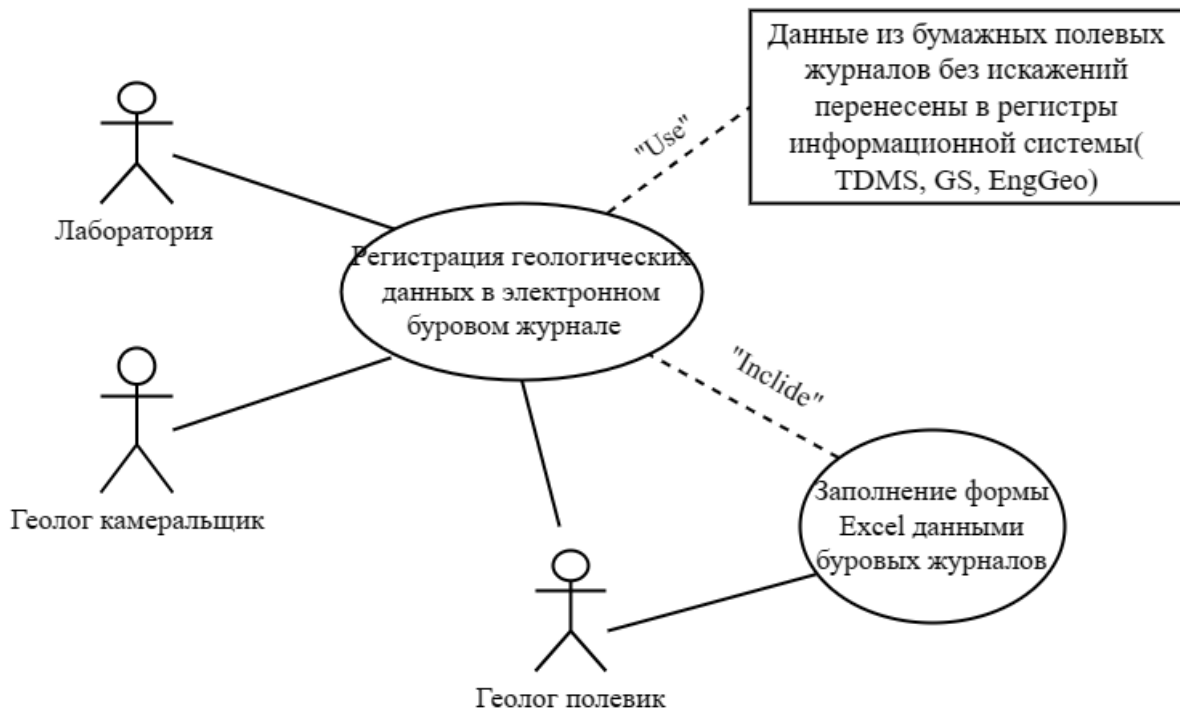


Рис. 1. Сценарий процедуры «Движение геологических данных» на первом уровне

Рис. 2 демонстрирует декомпозицию процедуры движения геологических данных. Рисунок также отображает функции каждого участника процесса. Например, геолог-полевик занимается формированием бурового журнала скважины в Excel. В этот процесс входит буровой журнал, на выходе получается электронная версия бурового журнала.

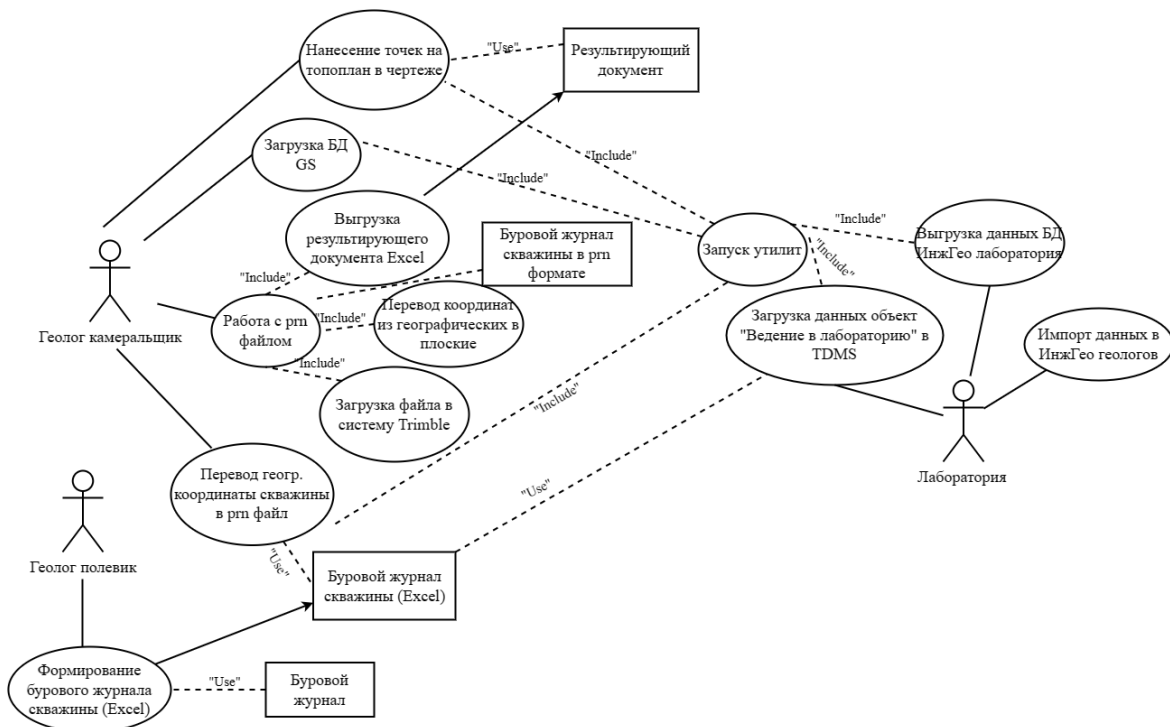


Рис. 2. Сценарий процедуры «Движение геологических данных»

Рис. 3 описывает схему движения геологических данных.

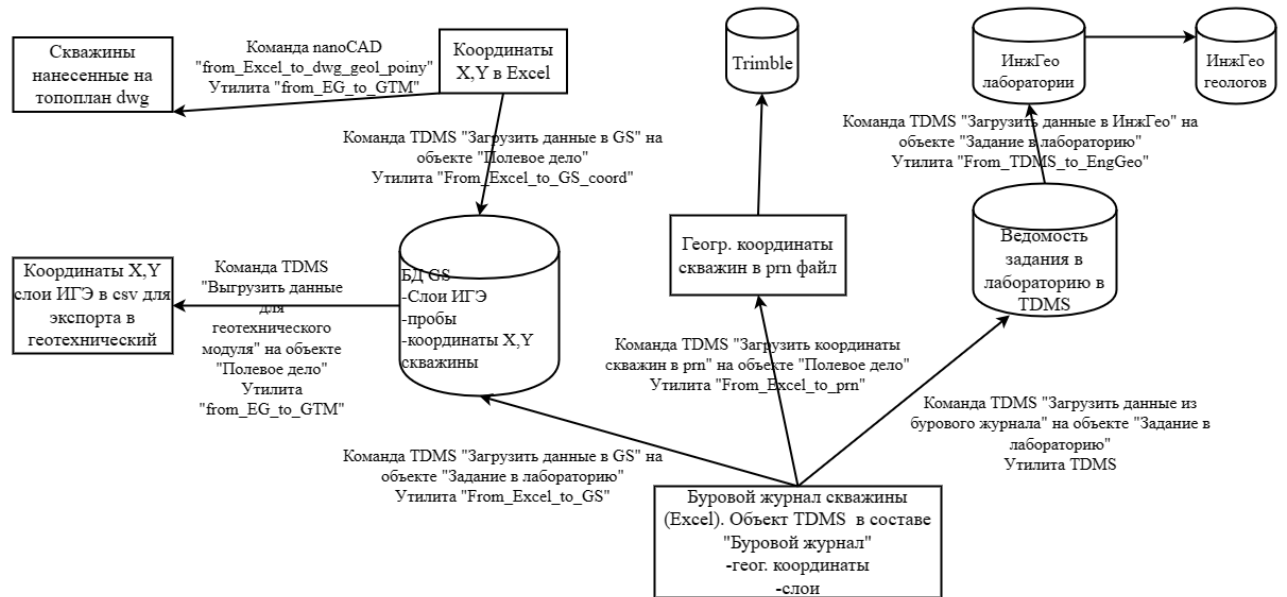


Рис. 3. Схема движения геологических данных

В ходе описания процедуры «Движения геологических данных» были выявлены следующие недостатки процесса:

1. В середине процесса включается участие специалиста, который выполняет работу вручную. Вследствие этого возникает риск ошибок и неточностей при выполнении работы вручную.

2. Наличие двух баз данных EngGeo. Наличие двух БД может быть неэкономичным для компании, поскольку это может потребовать дополнительных ресурсов, таких как серверы и хранилища данных. Если данные из двух баз данных могут быть объединены в одну, это может упростить управление данными и снизить затраты на обслуживание и хранение данных.

3. Работа с промежуточной документацией. Работа с промежуточной документацией может создавать дополнительные сложности и затраты времени для пользователей.

4. Использование большого количества утилит пользователями для решения одной задачи. Увеличивается время выполнения задачи, а также возникает сложность обучения пользователей на использование всех необходимых утилит.

5. Привязка утилит к одной системе. Использование утилит, которые привязаны только к одной системе, может ограничивать возможности масштабирования и интеграции с другими системами. Если компания хочет внедрить новую систему управления данными (PDM), то может возникнуть проблема в интеграции.

6. Большой шанс потери данных в процессе выполнения задачи.

7. Большая сложность сопровождения всех написанных утилит. Данный недостаток возникает из-за отсутствия централизованного представления и взаимодействия между скриптами.

8. Трудоемкий процесс установки и наладки программных продуктов.

9. Сложность достижения большей гибкости и масштабируемости процесса.

Для устранения недостатков и автоматизации процесса было разработано предложение создания web-сервиса, которое разбивается на небольшие, автономные и независимые сервисы для выполнения запросов. Эти микросервисы будут взаимодействовать между собой через API. Каждый сервис может быть разработан и развернут независимо от других сервисов, что позволяет командам разработчиков работать параллельно и быстро вносить изменения в свои сервисы без необходимости перекомпиляции и перезапуска всего приложения. Микросервисы также могут быть легко масштабируемыми и горизонтально масштабируемыми. Это означает, что при увеличении нагрузки можно просто добавить новые экземпляры сервисов, чтобы обрабатывать больше запросов [2].

Далее на рис. 4 и 5 описаны диаграммы процедуры движения геологических данных после внедрения web-сервиса.

На рис. 4 видно, что при внедрении web-сервиса функции участников сокращаются, минимизируется ручной труд, тем самым уменьшается риск возникновения ошибок. Большинство функций исполняются двумя микросервисами:

1. Микросервис для формирования данных чертежей, который включает в себя конвертацию данных Excel в rpt, перевод координат из географических в плоские, выгрузку результирующего документа Excel, загрузка в БД GeoSolution.

2. Микросервис загрузки данных в БД ИнжГео.

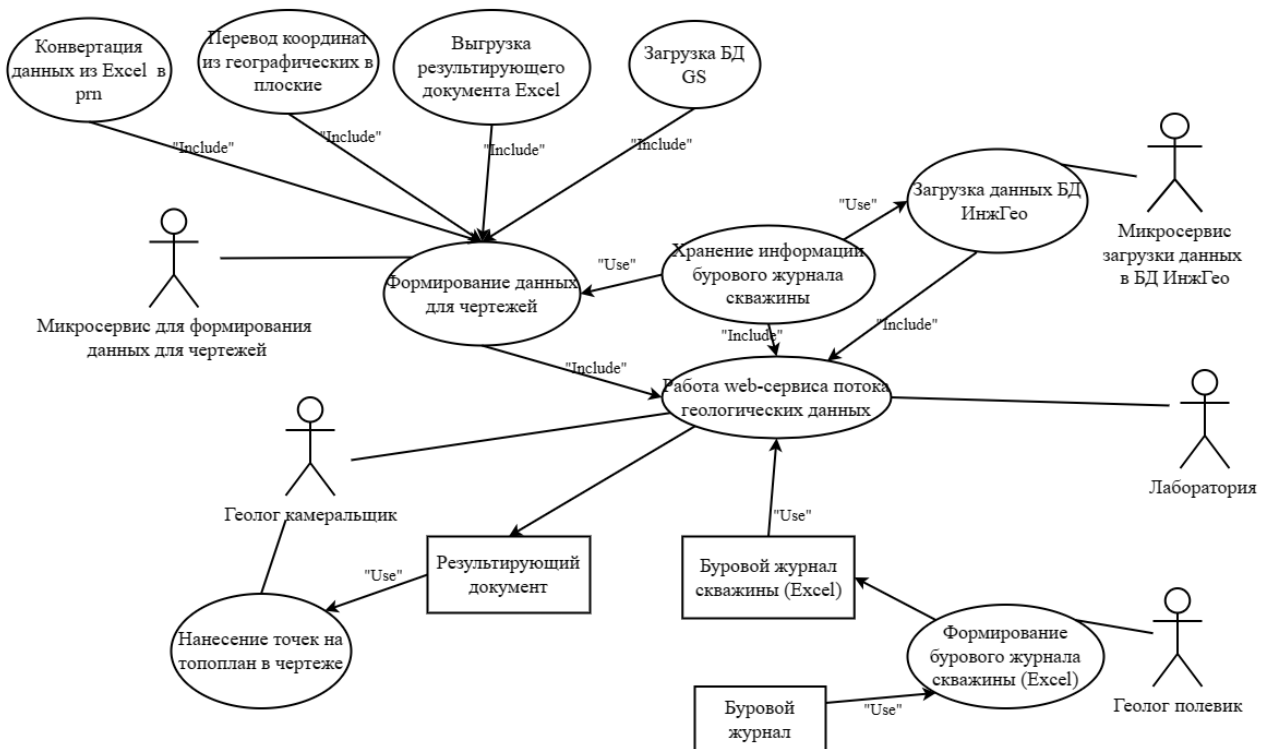


Рис. 4. Сценарий процедуры «Движение геологических данных»

Рис. 5 показывает схему движений данных при внедрении web-сервиса. Впоследствии внедрения уменьшается работа с промежуточной документацией, две БД объединяются в одну, устраняется необходимость использования большего количества утилит, появляется возможность масштабирования и интегрирования с другими системами с помощью API, уменьшается шанс потери данных в процессе выполнения задачи.

Помимо двух основных микросервисов присутствуют:

1. Сервис входных данных, который представлен в виде страницы с формой для ввода необходимой информации.
2. Сервис-контроллер, который сохраняет полученные данные в хранилище, также отправляет запрос на необходимый микросервис для выполнения поставленной пользователем задачи.

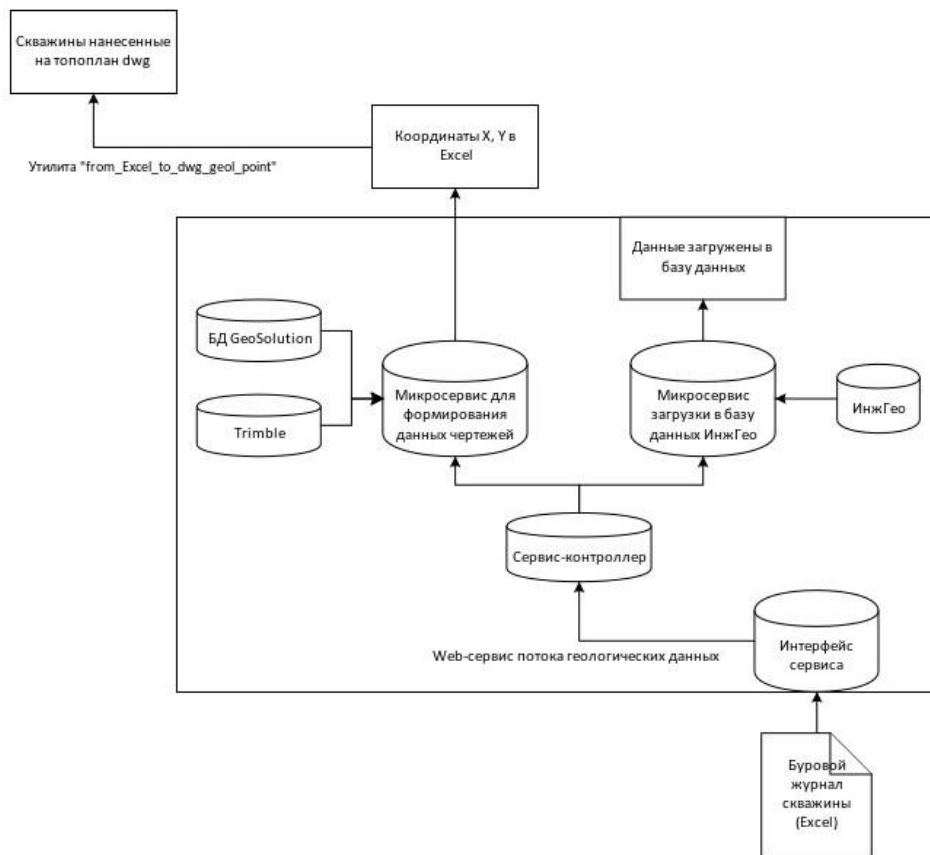


Рис. 5. Схема движения геологических данных

В результате исследования была разобрана процедура «Движения геологических данных» предприятия «ПетроИнжиниринг». Были построены модели сценария процесса, представлена схема движения геологических данных. На основе данных моделей были выявлены недостатки данного процесса. Также была разработана модель сценария процесса и схема движения геологических данных при внедрении web-сервиса.

Таким образом, разделение web-сервиса на небольшие, автономные и независимые сервисы для обработки запросов является эффективным подходом.

Микросервисная архитектура становится все более популярной среди разработчиков. Она позволяет предприятию сохранить гибкость и масштабируемость, а также внедрять и применять различные технологии для каждого сервиса. Однако, внедрение этой архитектуры требует тщательного планирования и координации между различными командами.

### Библиографический список

1. Ньюмен, С. Создание микросервисов = Building Microservices. – СПб.: Питер, 2016. – 304 с.
2. Шитько, А.М. Проектирование микросервисной архитектуры программного обеспечения // Труды БГТУ – 2017. – Серия 3. – № 2. – С. 122–125 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Физико-математические науки и информатика\_2017\_2 (belstu.by).

И.А. ИСАЕВА

*irina.isa2002@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р техн. наук, проф. В.В. МАРТЫНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «БАШКИРСКИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ ТЕПЛОВЫЕ СЕТИ»**

*Аннотация:* в статье проведен анализ предметной области. Описан процесс заключения договоров на присоединение потребителей к тепловым сетям «как есть». Были выявлены проблемы существующей архитектуры, описаны недостатки и пути их разрешения. В результате анализа предложена архитектура предприятия «как должно быть» с изменениями и декомпозицией в отношении проблемных бизнес-процессов, используя модель Захмана и инструмент ARIS.

*Ключевые слова:* архитектура предприятия; тепловая энергетика; автоматизация бизнес-процессов; информационные технологии; модель потока работ.

ООО «БашРТС» создано в 2005 году на базе Тепловых сетей и Теплоцентрали ОАО «Башкирэнерго». В 2012 году ООО «БашРТС» вошло в состав Группы «Интер РАО» – одного из крупнейших энергетических холдингов России и Европы [1]. Миссия компании заключается в обеспечении тепловой энергией потребителей тепла, повышение надежности теплоснабжения и обеспечение дальнейшего развития города. Перед предприятием стоит ряд тактических задач:

- гарантированное соблюдение договорных условий заказчиков;
- поддержание высокого качества выполняемых услуг;
- соблюдение оперативно-диспетчерской дисциплины;
- содержание оборудования, зданий и сооружений в состоянии эксплуатационной готовности;
- обеспечение максимальной экономичности и рентабельности выполняемых услуг.

Чтобы визуализировать деятельность предприятия воспользуемся инструментом ARIS [2] и моделью Захмана, которая позволяет взглянуть на предприятие как на единое целое, в тоже время, концентрируясь на отдельных аспектах архитектуры [3].

Рассмотрим бизнес-процесс удовлетворения запроса на подключение абонента к тепловым сетям (рис. 1–2).

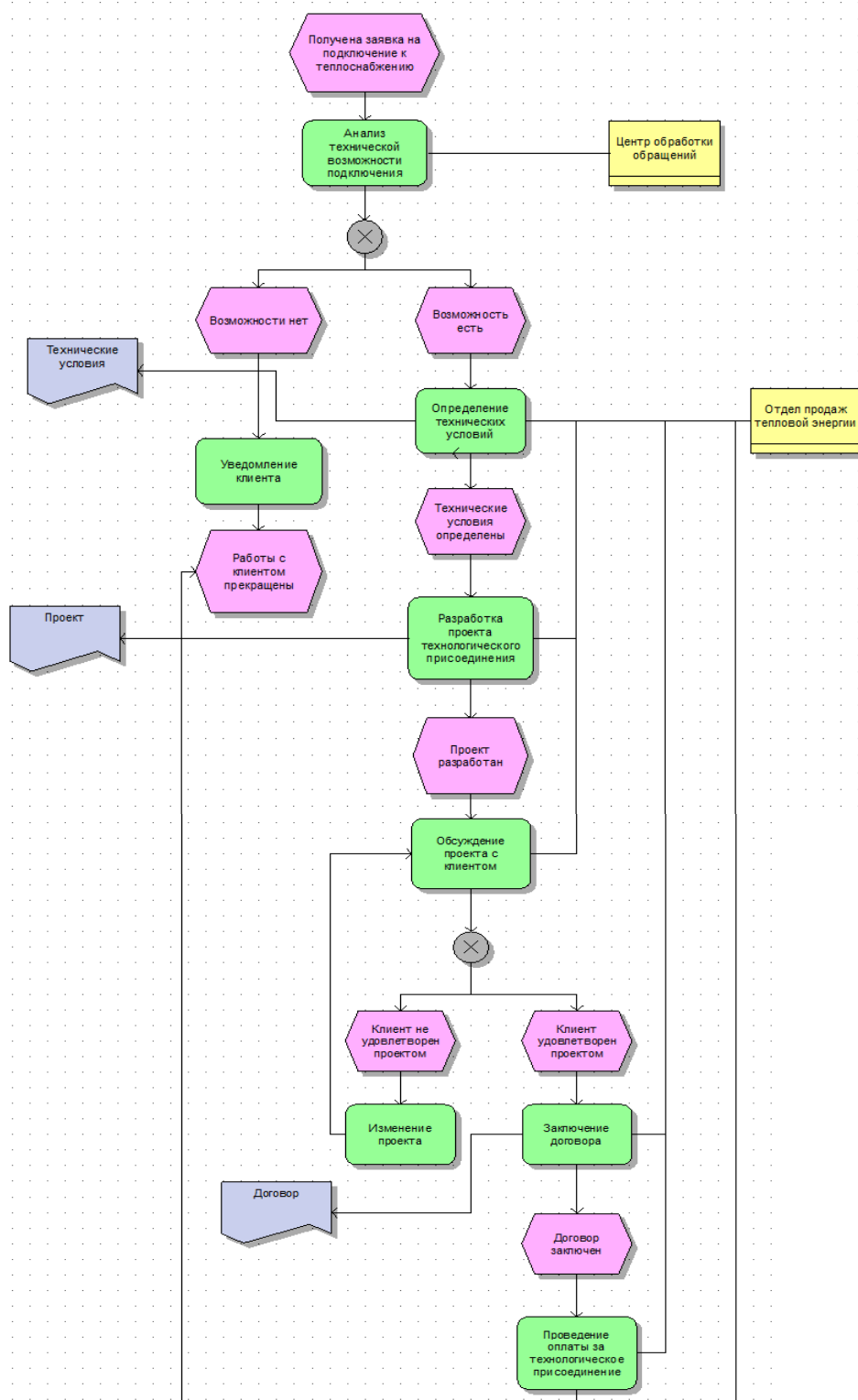


Рис. 1. Модель потока работ

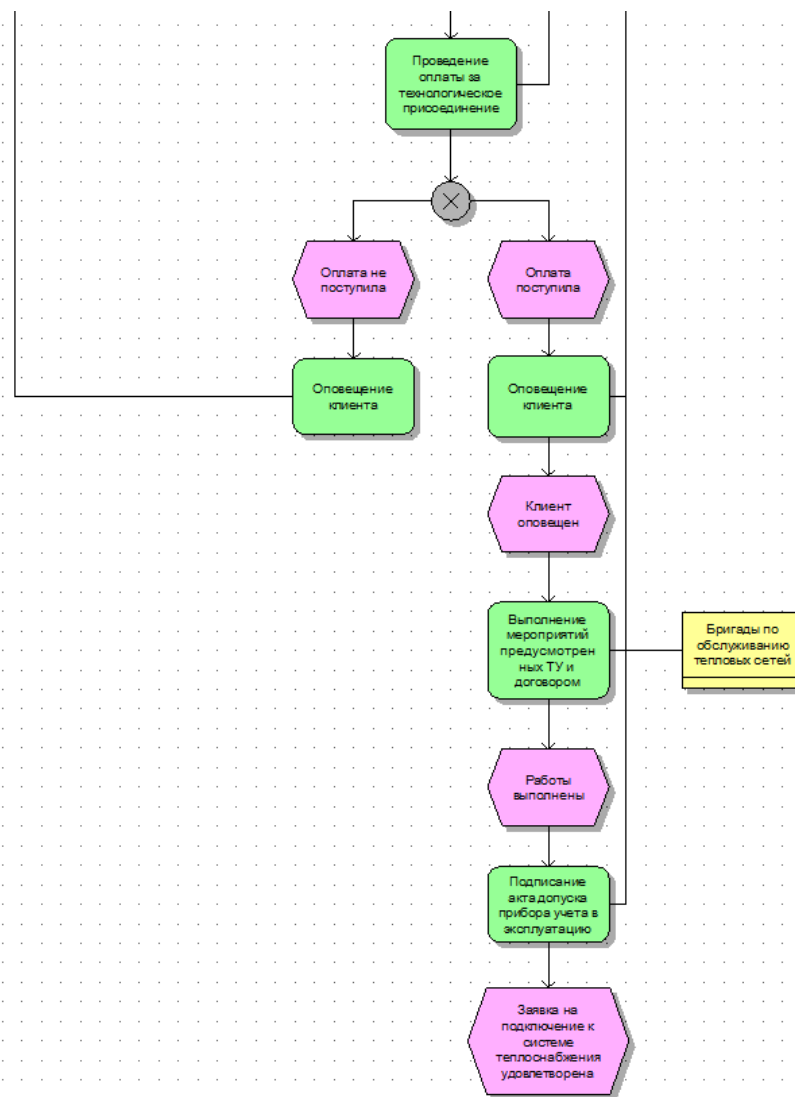


Рис. 2. Продолжение модели потока работ

В результате анализа построенной модели было обнаружено, что несмотря на то, что на предприятии активно используются базы данных, при заключении договора с потребителем документы хранятся в виде файлов на локальных дисках нескольких пользователей и в печатном виде в архиве предприятия. В силу этого имеется ряд следующих недостатков:

- из-за большого объема файлов диски пользователей переполнены;
- поиск нужного договора занимает много времени;
- есть большая вероятность утери и использования разными пользователями разных версий файлов;
- большой расход количества бумаги при печати;
- отсутствие оперативной отчетности по заключенным договорам за период.

Эти недостатки поможет устранить разработка и использование базы данных, в которой будут храниться все договора, заключенные с потребителем, что позволит быстро и оперативно находить любой договор по адресу объекта, видеть его историю и формировать отчетность.

На основании принятого решения по устранению проблемы внесены изменения в диаграмму модели потока работ (рис. 3–5). Изменением модели

потока работ является функция занесения договора в базу данных. Договор прикрепляется в виде сканированного документа формата pdf по адресу нахождения объекта.

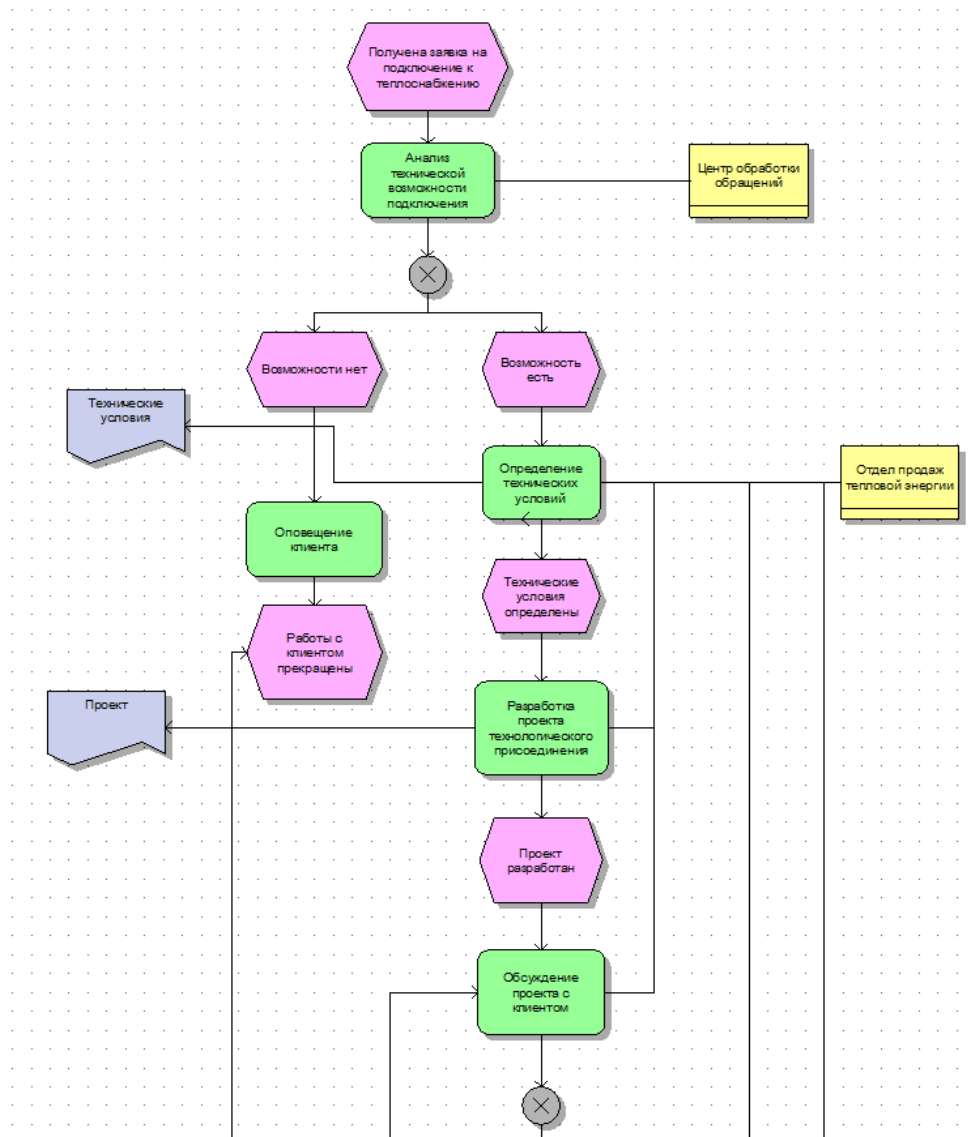


Рис. 3. Измененная модель потока работ



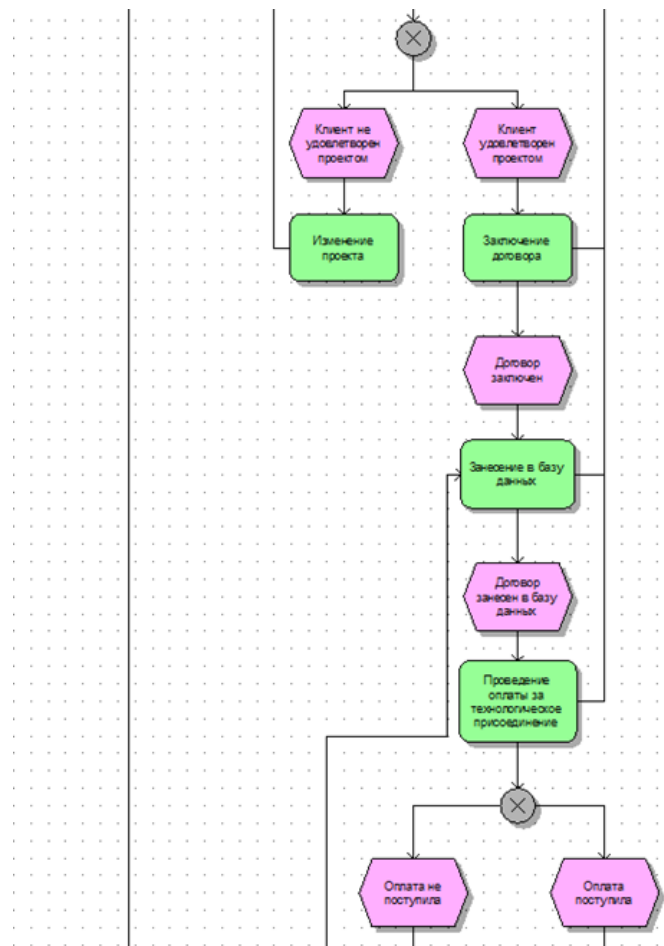


Рис. 4. Продолжение измененной модели потока работ

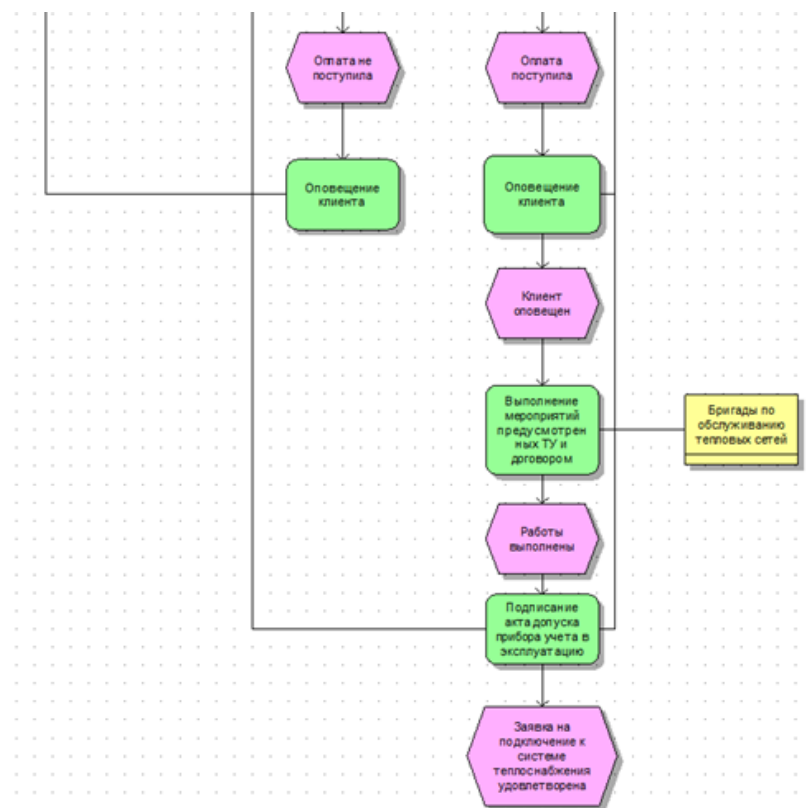


Рис. 5. Конец измененной модели потока работ

В данной статье была рассмотрена архитектура ООО «БашРТС», выявлены проблемы существующей архитектуры и предложены пути решения.

### **Библиографический список**

1. ООО «Башкирские распределительные тепловые сети»: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bashrts-rb.ru/ru/>
2. ARIS – моделирование бизнес-процессов; Шеер Август-Вильгельм. – Москва, Вильямс, 2009. – 120 с.
3. Проектирование информационных систем: учебное пособие для студентов очной формы обучения, обучающихся по направлению 080700 подготовки бакалавров «Бизнес-информатика»; В.В. Мартынов, Н.О. Никулина, Е.И. Филосова. –Уфа, УГАТУ, 2008 – 379 с.

© Исаева И.А., 2023

Ш.М. МАВЛИХАНОВ

*mavlix95@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. З.А. ДАВЛЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ**

*Аннотация:* статья описывает процесс разработки архитектуры организации, занимающейся строительством объектов с использованием программного продукта ARIS.

*Ключевые слова:* строительная компания; ARIS; архитектура предприятия; логическая модель данных; модель потока работ; моделирование; бизнес-процессы.

Строительство является ключевой отраслью экономики. В силу своей трудоемкости и необходимости огромного числа людей, данная сфера обеспечивает рабочие места. Строительство напрямую влияет на инфраструктуру городов, тем самым обеспечивает высокий уровень жизни населения. С развитием технологий строительство послужило движущей силой прогресса, так как оно привело к созданию умных домов и к утверждению стандартов экологических сооружений.

Строительная компания – это организация, занимающаяся строительством, ремонтом и реконструкцией объектов различного назначения [1]. В зависимости от сферы своей деятельности строительные компании могут быть задействованы в различных задачах, начиная от подготовки площадки и земляных работ и заканчивая строительством зданий и отделочными работами.

Строительная компания выполняет следующие функции:

- 1) дизайн;
- 2) планирование;
- 3) строительство;
- 4) контроль качества строительства и др.

ARIS – программный продукт, предназначенный для моделирования бизнес-процессов [2].

На рис. 1 показана организационная структура строительной компании. Организационная структура предприятия обычно описывает распределение ролей, обязанностей и взаимоотношений внутри компании. Это обеспечивает визуальное представление о том, как полномочия, ответственность и информация передаются внутри организации. Это неотъемлемая часть процессов принятия решений и коммуникации [3].

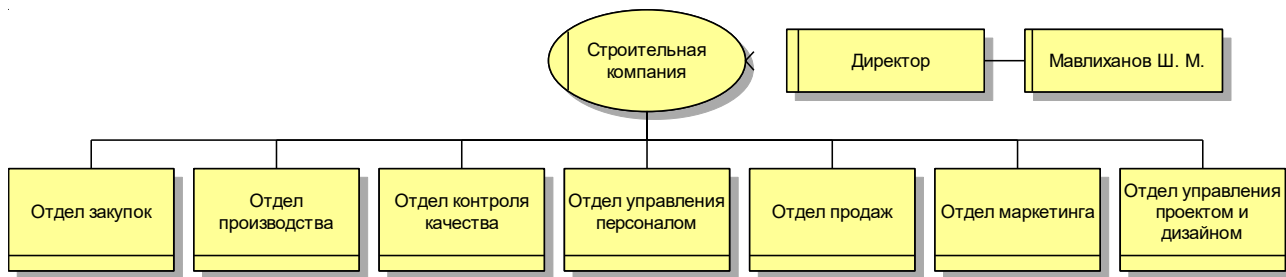


Рис. 1. Организационная структура

Отдел управления проектами и дизайном отвечает за сопровождение проектом на всех его этапах, а также за создание дизайна объектов.

Отдел закупок занимается приобретением строительных материалов

Отдел производства отвечает непосредственно за строительство сооружений.

Отдел контроля качества несёт ответственность за проверку выполнения строительных работ.

Отдел продаж занимается продажей готовых сооружений.

Отдел маркетинга разрабатывает различные стратегии по продвижению своего бренда на рынке строительных услуг.

Отдел управления персоналом – занимается приёмом на работу новых сотрудников, их адаптацией в компании.

В архитектуре современных застройщиков можно выделить следующие недостатки:

- нечёткое разграничение процессов и зон ответственности работников организации, что приводит к конфликтам между сотрудниками и понижению эффективности работы;

- длительный оборот документов, который затормаживает темпы строительства из-за увеличения его срока, что подрывает доверие со стороны клиента и отпугивает потенциальных заказчиков.

Принимая во внимание вышеперечисленные недостатки, была построена схема модели процесса построения объекта, изображённая на рис. 2.

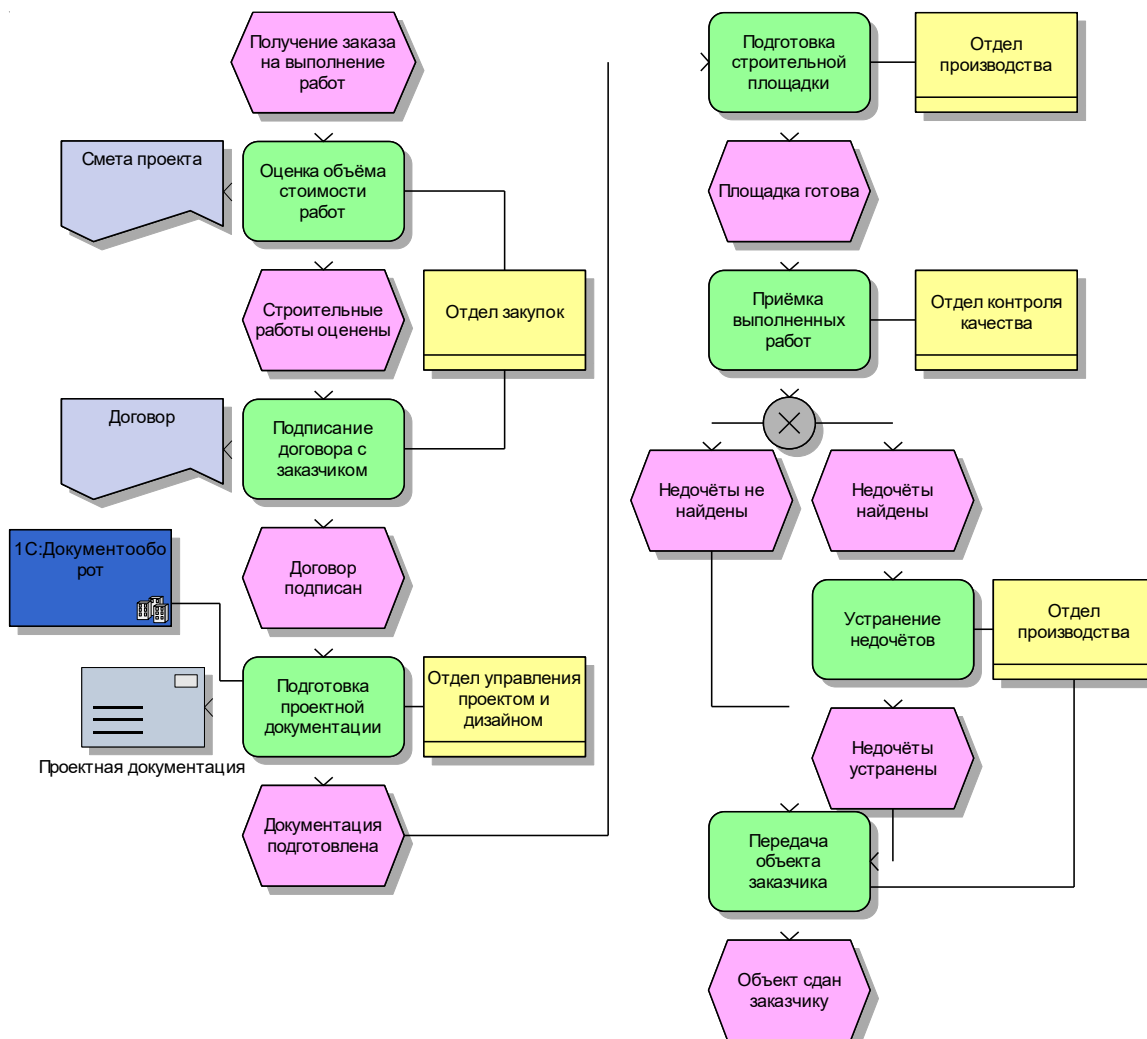


Рис. 2. Модель потока работ

Решением проблем в обработке документов является внедрение информационной системы 1С: Документооборот. Данный программный продукт позволяет автоматизировать работу с документами.

Следующая диаграмма – логическая модель данных (рис. 3). Она характеризуется абстрактным представлением объектов данных, атрибутов, сущностей и отношения между сущностями предприятия [4].

Связи между сущностями могут быть следующими:

- 1) заказчик бронирует проект;
- 2) проект включает в себя работы, которые необходимо выполнить;
- 3) выполненные работы связаны с проектом и контролируются на качество.

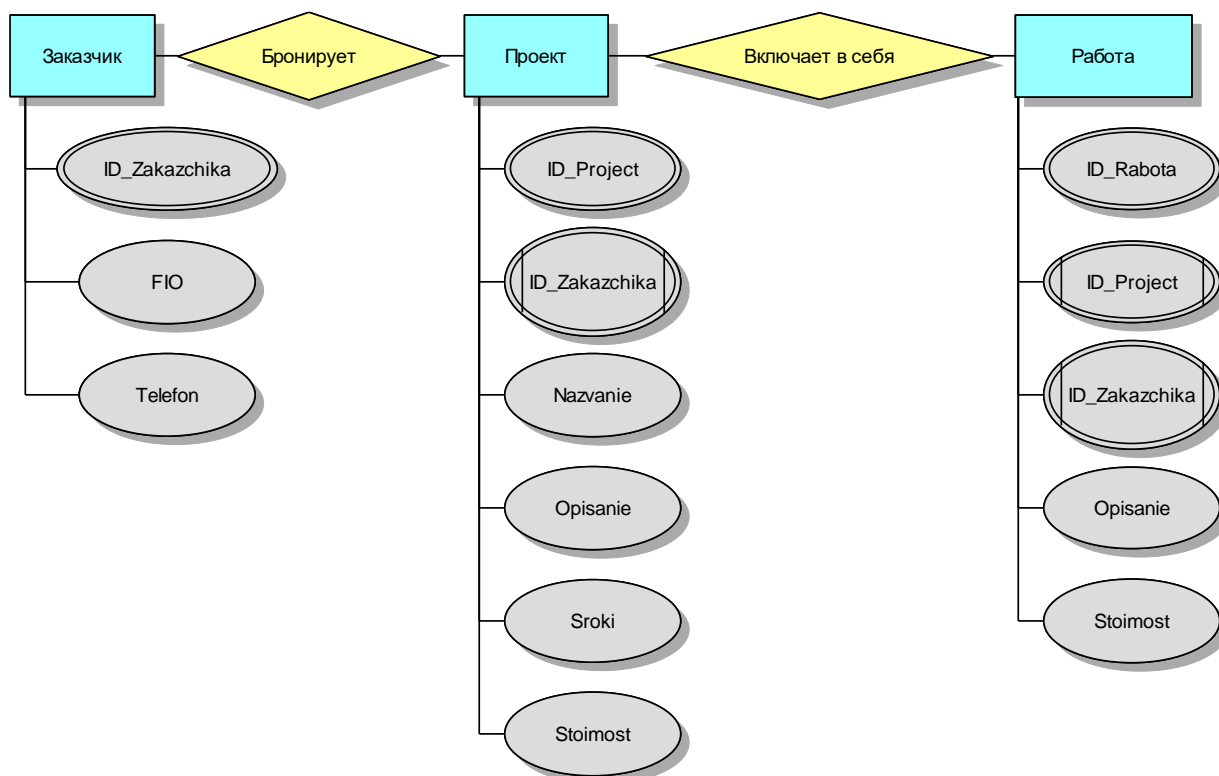


Рис. 3. Логическая модель данных

Таким образом, в данной статье описана архитектура строительной компании. Были обнаружены проблемы в виде отсутствия конкретного разграничения процессов и зон ответственности сотрудников, а также в виде длительной обработки документов. Найдены решения данных проблем. С учётом этих решений построены модель потока работ и логическая модель данных.

### Библиографический список

1. Николаев, С.Н. Развитие аренды строительной техники в РФ / С. Н. Николаев // Механизация строительства. – 2011. – № 4(802). – С. 16–19.
2. ARIS – моделирование бизнес-процессов; Шеер Август-Вильгельм – Москва, Вильямс, 2009 г. – 120 с.
3. Методические указания к выполнению расчетно-графической работы по дисциплине «Архитектура предприятия» для студентов специальности «Бизнес-информатика» / Уфимский государственный авиационный технический университет; сост.: В.В. Мартынов, С.Н. Султанова. – Уфа, 2021. – 12 с.
4. Построение технической архитектуры предприятия: лабораторный практикум по дисциплине «Архитектура предприятия» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; сост.: М.В. Мартынов, А.А. Зайцева, С.Н. Султанова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – 103 с.

Е.А. МЕЛЬНИКОВА

*meellniikova@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук, доц. В.С. САУБАНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ВРЕМЕНИ НА ОБРАБОТКУ ПОСТУПАЮЩИХ ЗАЯВОК И ПОВЫШЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИКОВ**

*Аннотация:* в данной статье проведён анализ процесса обработки заявок от клиентов на предприятии, в результате которого выявлена причина популярности CRM-систем на средних и крупных предприятиях. Приведён обзор существующих решений, позволяющий осуществить улучшение эффективности сотрудников. Построены модели процесса обработки заказа «как есть», протекающий в компании ООО «ФирмаСтройРезерв».

*Ключевые слова:* CRM-система; автоматизация; бизнес-процесс; эффективность.

CRM расшифровывается как customer relationship management, то есть «управление взаимоотношениями с клиентами». CRM-система для бизнеса – это программное обеспечение, которое помогает работать с клиентской базой, собирать лиды, отслеживать действия клиентов и сотрудников и автоматизировать рутинные операции [3].

Переход к цифровой экономике – это необратимый процесс, который позволяет реальному бизнесу извлекать дополнительную прибыль за счёт оптимизации и ускорения бизнес-процессов посредством внедрения на предприятии ИТ-технологии [4].

Первые такие системы появились в 1993 году и на сегодняшний день насчитывается более 3000 разнообразных предложений на рынке.

Актуальностью данного программного продукта, является стремление предприятия к сокращению производственных затрат и увеличению прибыли.

Целью работы является анализ предметной области и ознакомление с технологией сбора, обработки, хранения и регистрации экономической и другой информации для дальнейшей разработки модели по внедрению CRM-системы.

Предприятие «ООО СтройРезерв» основано в марте 2018 года, и занимается оптовой и розничной торговлей металлопроката. Выпускаемой продукцией являются восстановленные трубы. Также данное предприятие предоставляет услуги в виде резки по металлу. На предприятии работает около 20 сотрудников.

Организационно-функциональная структура предприятия «ООО СтройРезерв» включает 4 основных отдела. Туда входит отдел закупок, отдел продаж, бухгалтерия и производственный отдел. В каждом из этих отделов есть соответствующий руководитель.

Мнемосхема основного бизнес-процесса на предприятии представлена на рис. 1.

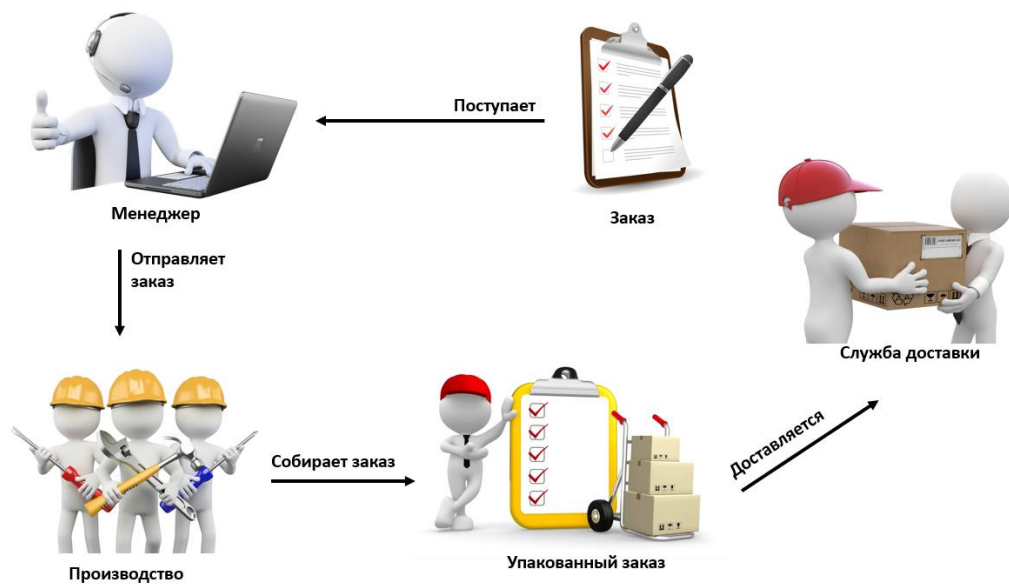


Рис. 1. Мнемосхема

Поиск клиентов осуществляется с помощью смс рассылок и обзвона клиентов, с которыми работала организация. Добавление клиентов и заказов производилось через базу данных для ведения учета продаж. Экономические данные бухгалтера заносят в программу 1С, менеджеры работают в программе Excel/Access, используются и другие программы, являющиеся частью пакета Microsoft Office.

На предприятии проходит большое количество бизнес-процессов, основные из них (рис. 2):

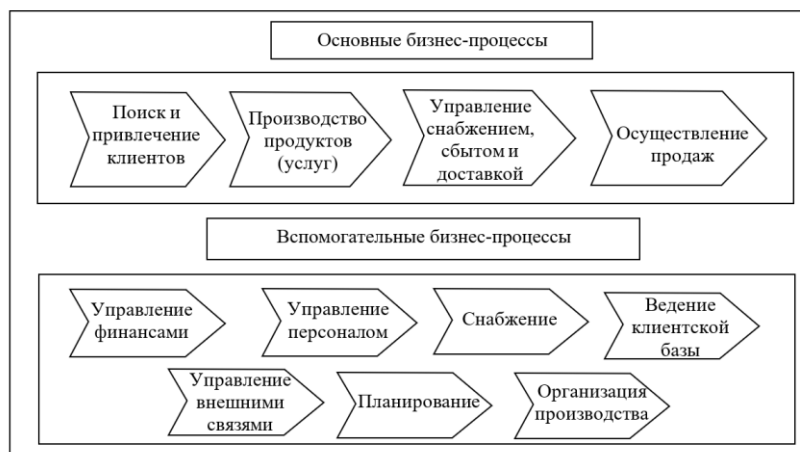


Рис. 2. Бизнес-процессы

При изучении сайта предприятия было выявлено слабое место. При заказе товара через сайт покупателю необходимо либо связаться с менеджером, либо оставить заявку с данными заказа на сайте, после чего менеджер сам связывался с покупателем. Данные покупателя и заказа нужно вручную заполнять менеджеру в базу данных. Таким образом клиент не может посмотреть какие заказы делал до этого. А менеджеру необходимо обрабатывать заказы с каждым клиентом лично,



что занимает большое количество времени и ведёт к длительному ожиданию потенциальных клиентов.

Ниже построена EPC модель, на которой отображена обработка заказа менеджером и внесение данных о клиенте и заказе в базу данных (рис. 3).

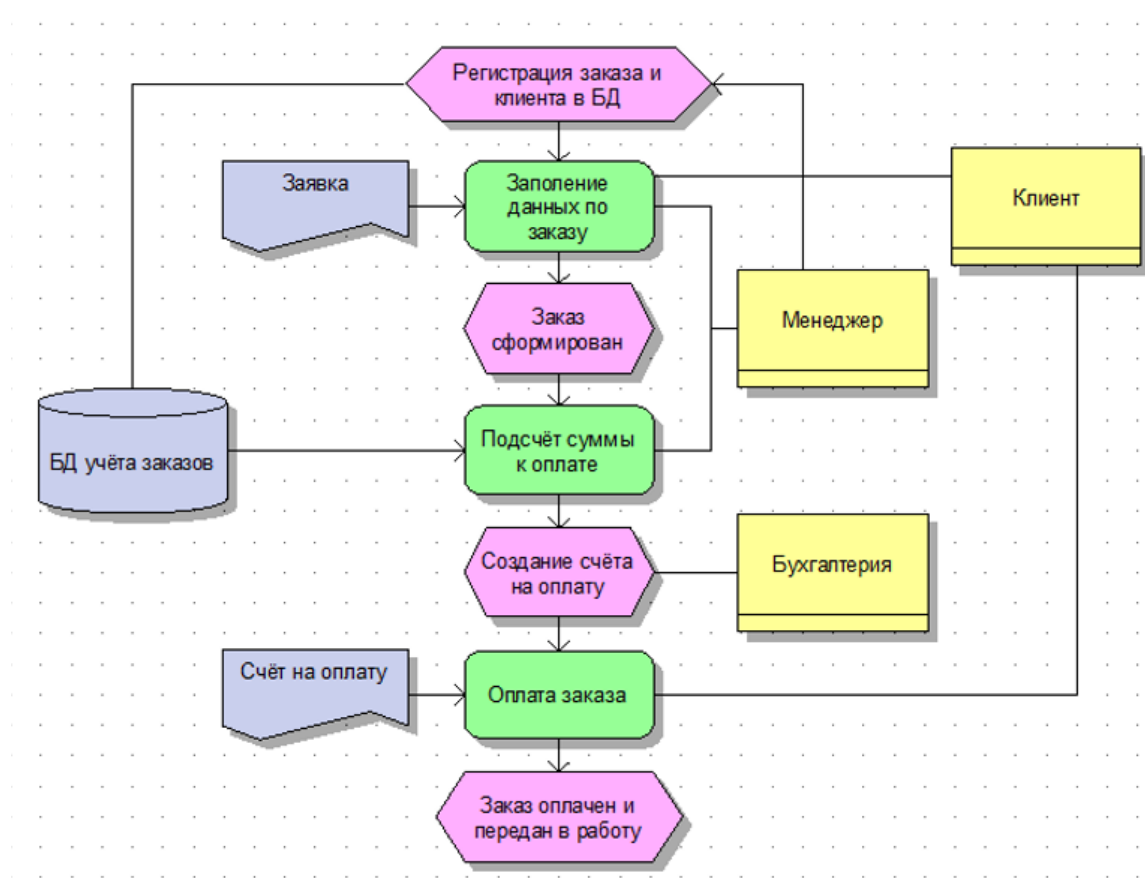


Рис. 3. Внесение данных

Для исправления слабого места необходимо автоматизировать данный процесс путем внедрения системы CRM по автоматической обработке заявок и внесению данных в БД. Системы CRM есть как бесплатные, так и платные, также есть такие системы, где можно оптимизировать функционал программы под собственное предприятие.

Ниже построена обновленная EPC модель, на которой отображена обработка заказа и внесение данных о клиенте и заказе в систему CRM (рис. 4).

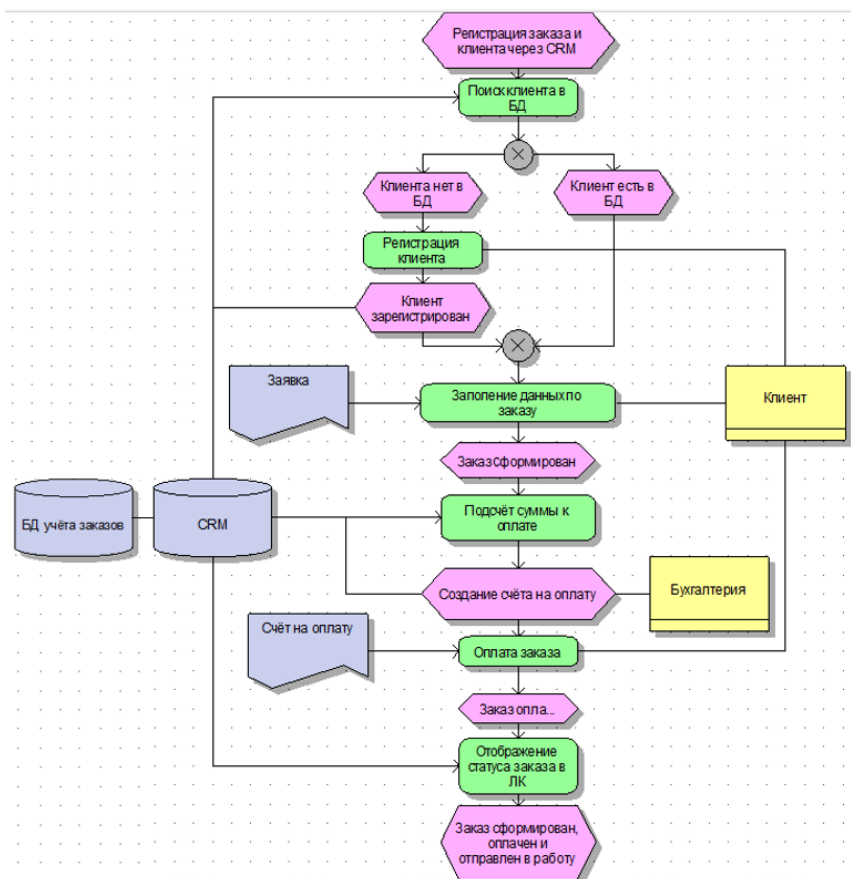


Рис. 4. Обновленная EPC модель

Таким образом, данное нововведение разгрузит менеджера, менеджер будет задействован в основном для работы с клиентами в офлайн формате, и также консультирование клиентов по товарам. Также у клиента будет возможность просмотра статуса заказа и просмотр прошлых заказов. В следствии внедрения будет обработано большее количество клиентов.

### Библиографический список

1. Бурков, В.Н. Методология и практика внедрения корпоративных информационных систем: учебник [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/337935964\\_TEORII\\_AKTIVNYH\\_SISTEM\\_50\\_LET\\_ISTORIA\\_RAZVITIA](https://www.researchgate.net/publication/337935964_TEORII_AKTIVNYH_SISTEM_50_LET_ISTORIA_RAZVITIA).
2. Книжникова, З. О. Корпоративные информационные системы [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=596768](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=596768).
3. СберБизнес. Что такое CRM-система и как её внедрить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/pro\\_business/cto-takoe-crm/](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/cto-takoe-crm/).
4. Современные информационные системы поддержки управленческих решений / Денисов Д. Ю. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-informatsionnye-sistemy-podderzhki-upravlencheskih-resheniy/viewer>.

© Мельникова Е.А., 2023

А.А. МОХИРЕВА

*nastyamoxireva2002@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р техн. наук, проф. В.В. МАРТЫНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ЗАЯВКИ НА НОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ООО «БАШРТС»**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается проблема неэффективности и затратности процесса отправки заявок на получение нового оборудования в предприятии. Автор предлагает решение этой проблемы путем разработки собственного веб-сайта, который позволит упростить, ускорить процесс отправки заявок, снизить вероятность ошибок и улучшить точность данных.

*Ключевые слова:* автоматизация; веб-сайт; заявки; отправка заявок.

Предприятие ООО «Башкирские распределительные тепловые сети» (ООО «БашРТС») обеспечивает теплом и горячей водой жителей, социальные объекты и предприятия в восьми городах Башкирии: Уфа, Благовещенск, Стерлитамак, Салават, Ишимбай, Сибай, Нефтекамск, Агидель [1].

В ходе анализа бизнес-процессов предприятия была выявлена проблема, которая заключается в неэффективности и затратности процесса отправки заявок на получение нового оборудования для компании. В настоящее время этот процесс осуществляется через формирование каждым сотрудником документа и отправкой его по электронной почте, что занимает много времени.

Именно поэтому актуальна тема автоматизации процесса отправки заявок на получение нового оборудования. Автоматизация позволит упростить и ускорить процесс, снизить вероятность ошибок и улучшить точность данных. Централизация и удобство также будут достигнуты, поскольку заявки будут храниться и обрабатываться в одном месте, что облегчит коммуникацию и отслеживание статуса заявки.

Приведем детальное описание бизнес-процесса «как есть»:

1. После выявления необходимости в новом оборудовании сотрудник составляет список требуемых предметов в виде электронного документа, и отправляет его по электронной почте ответственному лицу.

2. При необходимости сотрудник может приложить к письму дополнительные файлы, такие как технические характеристики или цены оборудования.

3. Ответственный за закупку оборудования сотрудник составляет смету на закупку оборудования.

Представим бизнес-процесс «как-есть» в виде EPC модели [2] (рис. 1).

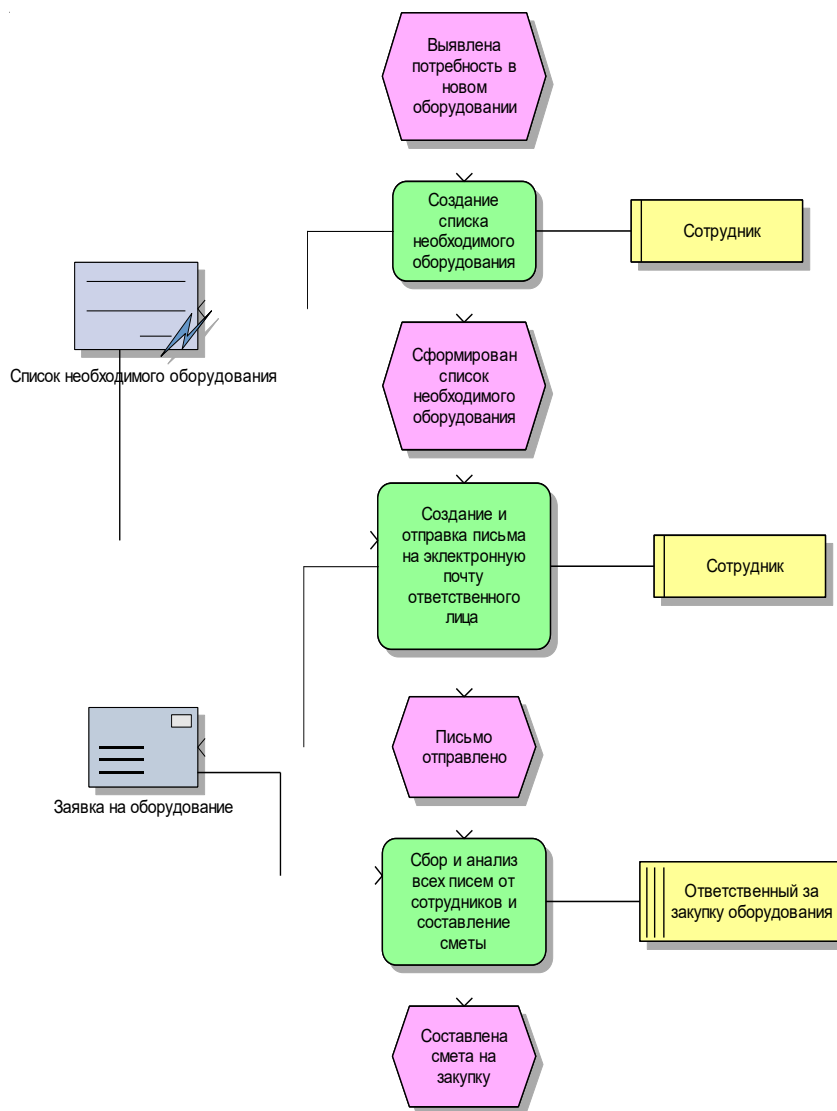


Рис. 1. Модель бизнес-процесса «как есть»

Этот метод является неудобным и неэффективным, так как требует ручного описания каждого предмета оборудования и его количества. Это может занимать много времени и усилий, а также увеличивать возможность ошибок при обработке заявок. Кроме того, отсутствие автоматизации и отслеживания статуса заявки может затруднять коммуникацию между сотрудниками и руководством.

Для решения этой проблемы были рассмотрены следующие варианты:

1. Внедрение готовой информационной системы. Существует множество платформ, способных обеспечить автоматизацию процесса отправки запроса для получения нового оборудования. Из них можно выделить следующие системы: 1С:Управление предприятием и Vitrix24.

2. Разработка собственного веб-сайта или приложения. Это позволит адаптировать процесс под потребности и требования компании, а также полностью контролировать его функционал.

Проведенный анализ выявил, что разработка собственного веб-сайта предпочтительна для компании. Это решение основано на нескольких факторах:

1. Разработка собственного веб-сайта позволит компании адаптировать функционал и дизайн под ее уникальные требования, интегрировать

необходимые модули, функции и средства связи для удовлетворения потребностей компании.

2. Создание веб-сайта позволит сотрудникам легко заполнять и отправлять запросы, а также отслеживать их статус без необходимости установки дополнительного программного обеспечения.

Таким образом, разработка собственного веб-сайта является наиболее эффективным решением для компании. Оно позволит рационально использовать имеющиеся ресурсы, предоставить удобный и понятный интерфейс для сотрудников, а также гибко настраивать и расширять функционал в соответствии с меняющимися потребностями компании.

Опишем процесс «как буде»:

1. После выявления потребности в новом оборудовании сотрудник входит в личный кабинет. Данные о сотруднике, его прошлые заявки хранятся в БД.

2. При выявлении неполадок при входе сотрудник обращается в отдел управления информационными технологиями, которые решают данную проблему.

3. Далее сотрудник заполняет заявку, выбирая необходимые товары из предложенного списка или добавляет новый вид.

4. Заявка формируется и отправляется в БД.

5. Сотрудник ответственный за закупку и предоставление оборудования выгружает готовый отчет, с заявками всех сотрудников.

Бизнес-процесс «как будет» в виде EPC модели представлен на рис. 2.

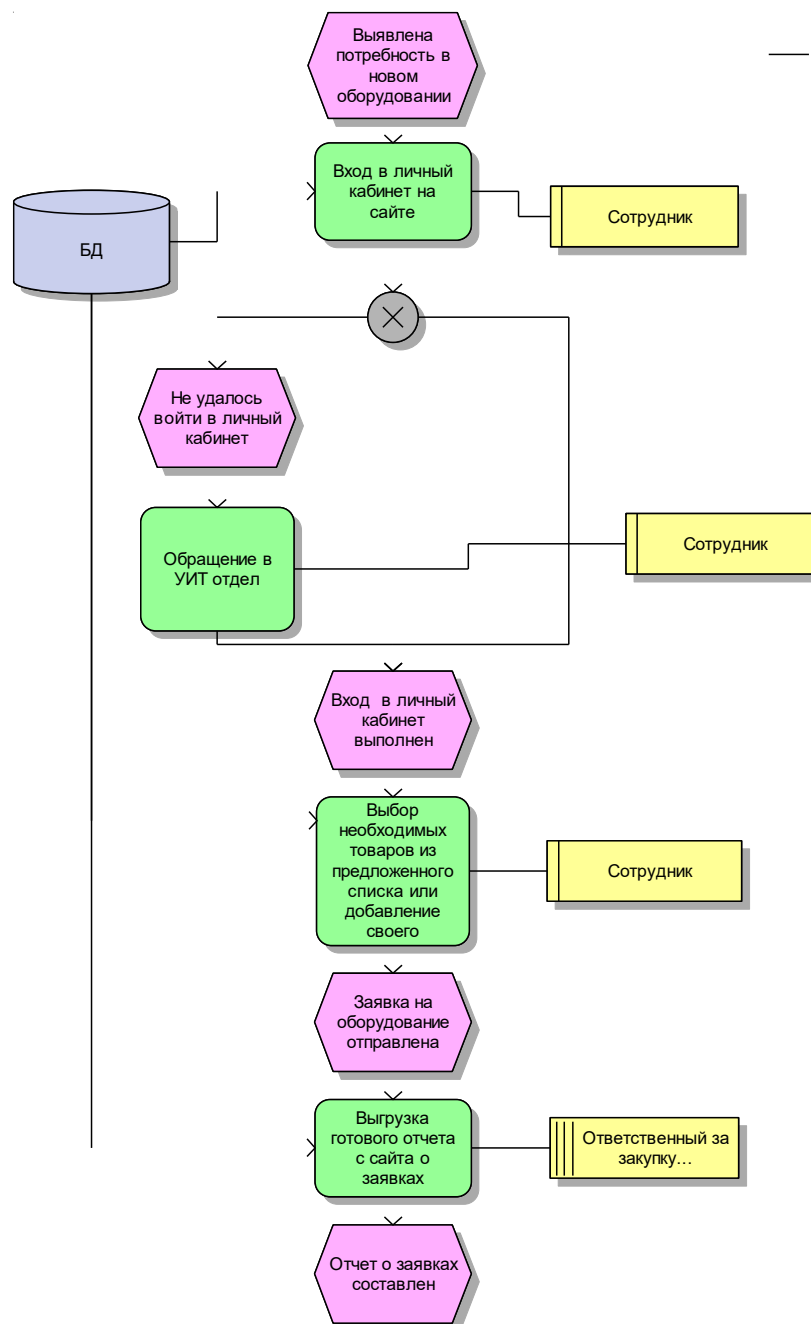


Рис. 2. Модель бизнес-процесса «как будет»

Таким образом, разработка собственного веб-сайта является рациональным решением для компании ООО «БашРТС». Предложенное решение позволит упростить, ускорить процесс отправки заявок на получение нового оборудования, снизить вероятность ошибок и улучшить точность данных.

### Библиографический список

1. История ООО «БашРТС» [Электронный ресурс] [сайт]. – Режим доступа: <https://bashrts-rb.ru/ru/about/history/> (дата обращения: 26.10.2023).
2. Построение технической архитектуры предприятия: лабораторный практикум по дисциплине «Архитектура предприятия» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; сост.: М.В. Мартынов, А.А. Зайцева, С.Н. Султанова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – 103 с.

## РЕАЛИЗАЦИЯ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГЕНЕТИЧЕСКИХ АЛГОРИТМОВ

*Аннотация:* разработка и реализация описания подхода к решению задач оптимального логистического перераспределения изготавливаемой продукции внутри цеха и/или участка между технологическим оборудованием с использованием генетического алгоритма.

*Ключевые слова:* генетический алгоритм, мутация, гены, популяция.

На сегодняшний день каждое машиностроительное предприятие стремится функционировать в современном мире с наименьшими затратами в целях получения высоких доходов на внешнем рынке [1]. Актуальным остается реализовать эффективные способы снижения трудоемкости и себестоимость продукции.

Оптимальным решением является логистическое перераспределение заготовок между гибкими производственными модулями (ГПМ) и гибкими производственными комплексами (ГПК). Результат задачи – оптимальное перераспределение временных и пространственных показателей. В настоящее время, остро стоящая проблема – неавтоматизированные расчеты в отделах мощностей и в отделе главного технолога. Было принято разработать описание подхода к решению задачи оптимального логистического перераспределения изготавливаемой продукции внутри цеха и/или участка между технологическим оборудованием с использованием генетического алгоритма. Была представлена имитационная модель процесса, включающая в себя структуру гибкого производственного комплекса (ГПК) (рис. 1).

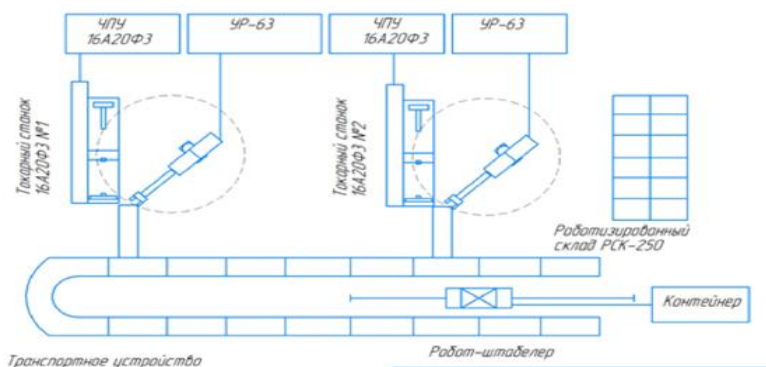


Рис. 1. Структура ГПК

Представлена имитационная модель процесса, включающая в себя структуру ГПК, а также перечень продукции производственной системы и параметры переходов сетевой модели. Исходными данными являются типовые маршрутные карты, описание технологических операций и основных переходов с последующей термической и механической обработками. Генетический алгоритм представляет собой симуляцию естественного отбора, который может решать оптимизационные задачи [1]. Сетевой граф производственного процесса ГПК представлен на рис. 2.

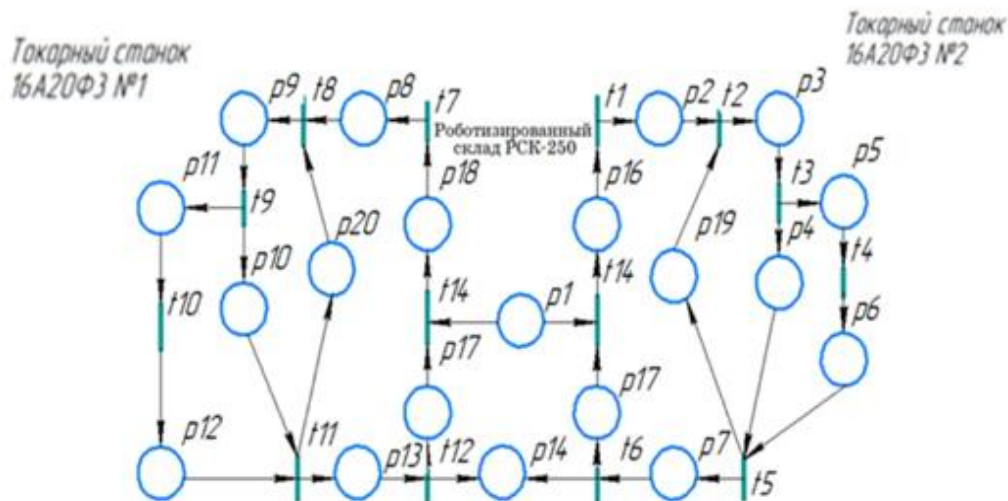


Рис. 2. Сетевой граф производственного процесса гибкого производственного комплекса

Алгоритм формирования генетического алгоритма состоит из следующих шагов:

1. Формирование набора данных в виде массива, состоящего из 0 и 1. Форма определения массива определяется по количеству хромосом и генов.

2. Вычисление функций приспособленности.

3. Определение родителей.

4. Определение пар хромосом для скрещивания.

Решение задачи сводится к поиску целевой функции (расчет минимума выбранного показателя эффективности). Критерием оптимизации выступает временной интервал осуществления технологического процесса, происходящего на ГПК. Данная задача предусматривает проведение оптимизационно-имитационного моделирования на основе генетического алгоритма [2].

Значение функции приспособленности учитываются при выборе пар родителей. По ним определяется вероятность выбора каждой хромосомы, для этого был использован метод рулетки, в котором предусмотрено то, что чем выше значение функции вероятности, тем больше шансов быть выбранным при вращении рулетки [1–2].

Был разработан программный продукт, позволяющий оптимально распределять временные ресурсы на машиностроительных предприятиях.



Интерфейс программного продукта и основные диалоги представлены на рис. 3 и 4, соответственно.

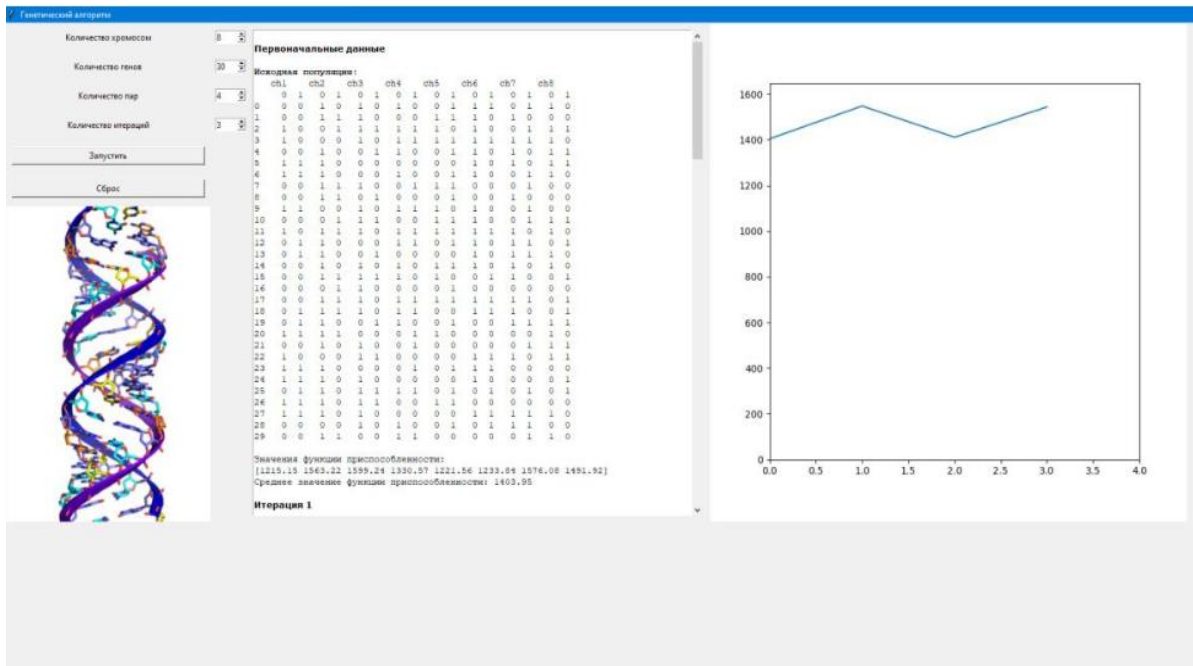


Рис. 3. Интерфейс программного продукта

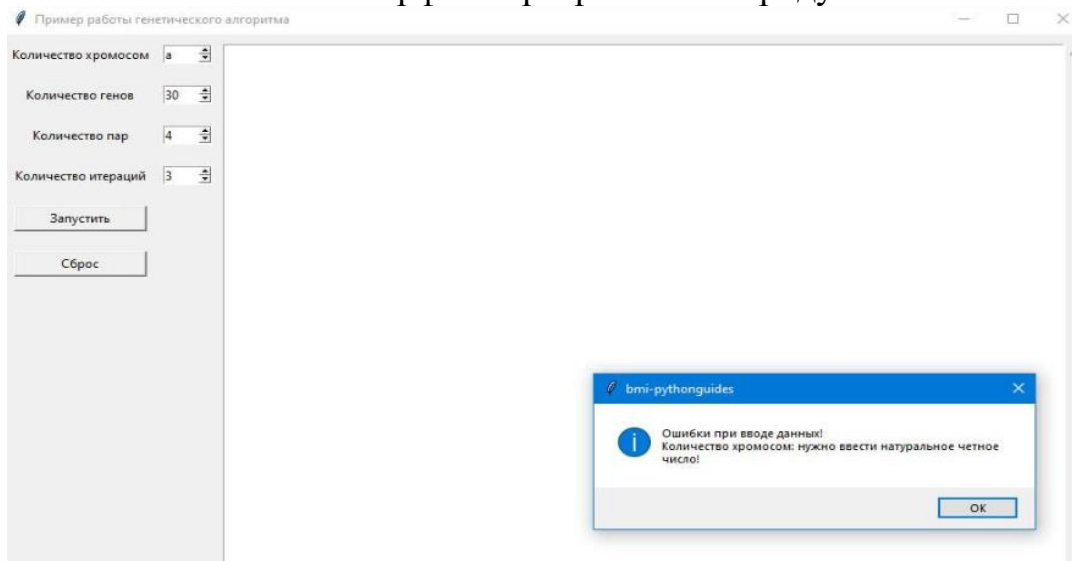


Рис. 4. Диалоговое окно «Вывод ошибки»

В настоящее время, была разработана сетевая модель производственного процесса гибкого производственного комплекса на АО «МК «Витязь»», отдельно рассмотрены позиции, описывающие количество временных ресурсов. На языке Python создана реализация генетического алгоритма, позволяющая моделировать задачи технологической подготовки производства с целью оптимизационного планирования, требующая экспериментального подтверждения в будущем.

### Библиографический список

1. Столбов, В.Ю., Федосеев, С.А. Модель интеллектуальной системы управления производством // Проблемы управления. – 2006. – № 5. – С. 36–39.
2. Юдицкий, С.А., Магергут, В.З. Логическое управление дискретными процессами. Модели, анализ, синтез. – М.: Машиностроение, 1987. – 176 с.

© Смагин Н.С., Крючко И.А., Жуков И.Д., 2023

М.Ю. СОБРОВИНА

*msobrovina@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. техн. наук З.А. ДАВЛЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ С КЛИЕНТАМИ**

*Аннотация:* в статье представлен анализ архитектуры предприятия автомобильного концерна Volkswagen Audi Gruppe. Проанализирована организационная структура предприятия. Сформировано предложение об автоматизации бизнес-процесса взаимодействия предприятия с клиентами, имеющими особые требования на индивидуальный заказ при помощи информационных систем.

*Ключевые слова:* продажа автомобилей; продажа запчастей; автоматизация; бизнес-процесс; автомобильный концерн.

В современном мире такие крупные компании, как автомобильные концерны, приобрели широкую популярность по всему миру. Все чаще предприятия такого типа начинают задумываться о развитии ИТ-инфраструктуры, так как она обеспечивает конкурентоспособность компании на рынке. Информационные системы, внедренные на предприятии, позволяют вести не только учет проданной продукции, но также наглядно отображают базу клиентов, и услуги, которыми пользуются последние.

Однако на практике, осознание важности автоматизации конкретных бизнес-процессов порождает множество вопросов, на которые необходимо правильно ответить, чтобы подобрать подходящую информационную систему. При выборе стоит учитывать не только технические и функциональные характеристики системы, но также и опыт внедрения на предприятиях рассматриваемой отрасли, на которых протекают схожие технологические и бизнес-процессы.

Концерн – финансово-промышленная группа компаний разных отраслей промышленности, что и отличает её от других форм объединений [4]. Например, концерн Volkswagen Audi Gruppe (далее Volkswagen) включает в себя предприятия автомобильной, электронной, судостроительной и прочих отраслей промышленности.

Информационные системы задействованы во многих бизнес-процессах автомобильного концерна – начиная от производства автомобилей, формирования и организации работы цепей их поставок, заканчивая предоставлением разного рода услуг. Все эти работы требуют быстрого обмена большими объемами информации, что сложно представить без задействования

разного рода информационных систем. В противном же случае, страдает качество обслуживания клиентов и эффективность логистических операций.

Автомобильные концерны выполняют такие функции как:

- 1) производство и ремонт автомобилей;
- 2) продажа автомобилей и запчастей;
- 3) кредитование дилеров и покупателей;
- 4) лизинг автомобилей;
- 5) банковские и страховые услуги.

Организационная структура автомобильного концерна Volkswagen показана на рис. 1 [3].

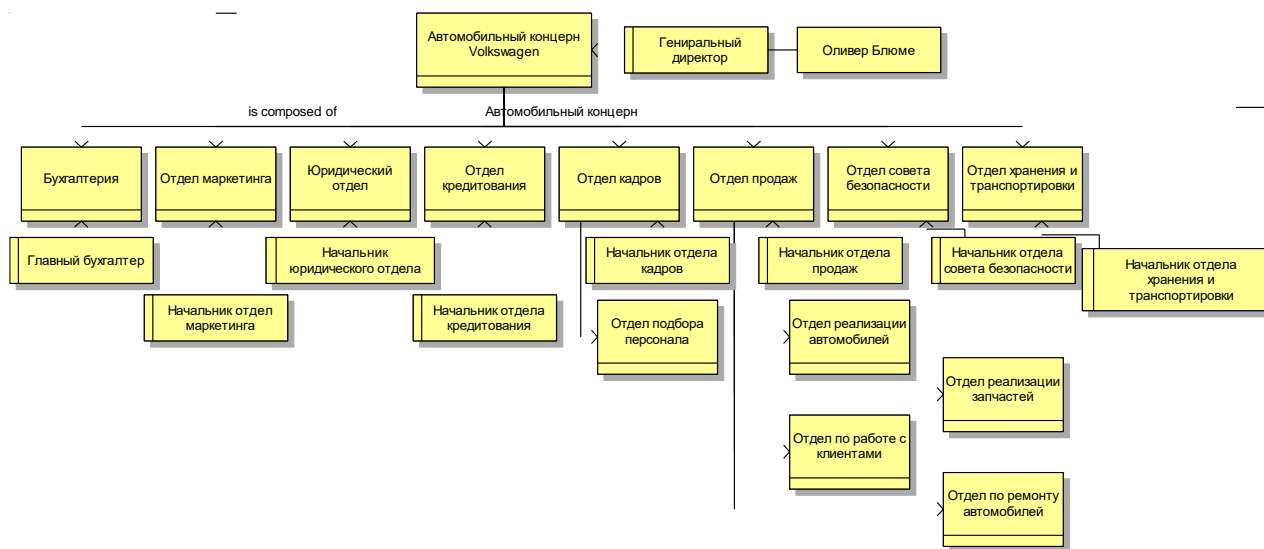


Рис. 1. Организационная структура предприятия

Среди основных отделов предприятия можно выделить [5]:

1) бухгалтерский отдел ответственен за ведение учета транспортных средств в автосалоне, контроль над расходами в предприятии, а также мониторинг доходов и расходов автосервиса;

2) юридический отдел защищает интересы предприятия, следит за изменениями законодательства, а также выявляет несоответствия автосалона каким-либо правовым требованиям;

3) отдел маркетинга проводит маркетинговые исследования, разрабатывает товарную и ценовую политику, системы распределения и товародвижения компании, оценивает конкурентоспособность товаров на рынке;

4) отдел кредитования осуществляет рассмотрение заявок клиентов на предоставление кредитов, проводит предварительный анализ финансового состояния клиента, анализ документов, характеризующих клиента и его кредитоспособность;

5) отдел кадров занимается набором новых сотрудников, повышением квалификаций у действующих сотрудников;

6) отдел реализаций автомобилей консультирует и продает автомобили клиентам;

7) отдел реализация запасных частей занимается продажей запасных частей и сопутствующих товаров, к которым относятся зимние шины, диски, боковые зеркала;

8) отдел ремонт автомобилей проводит комплекс работ, направленных на устранение возникших неисправностей, при помощи замены или восстановления деталей автомобиля, осуществляемых как по гарантии в течение трех лет, так и в любых других случаях при обращении клиента в сервис;

9) отдел совета безопасности контролирует соблюдение техники безопасности в автосалоне, обеспечивает охрану автомобилей и запасных частей, а также осуществляет контроль над финансовыми операциями.

Чтобы более детально рассмотреть структуру данных, составляется расширенная модель «сущность отношение» (Extended entity - relationship model - eERM) [2]. В ней раскрывается не только семантика, но и атрибуты сущностей (рис. 2).

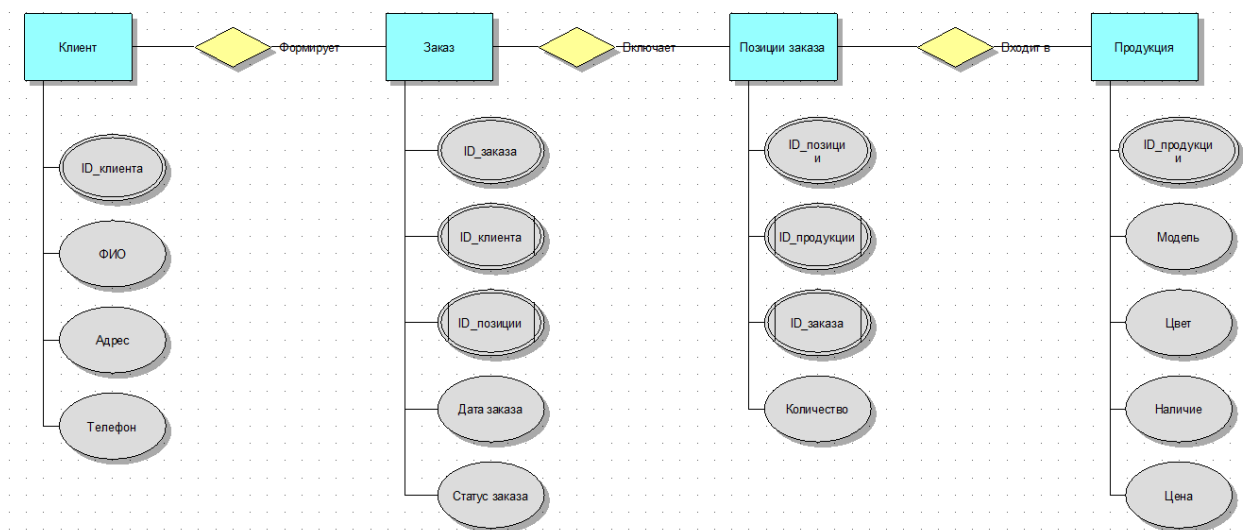


Рис. 2. Модель база данных

Также разрабатывается модель потока работ, которая в данном случае иллюстрирует процесс обработки индивидуальных заказов клиентов [1]. Этот процесс включает в себя обращение клиента, составление заказа из имеющихся в наличие деталей и автомобилей или же составление индивидуального заказа. Модель потока работ показана на рис. 3.

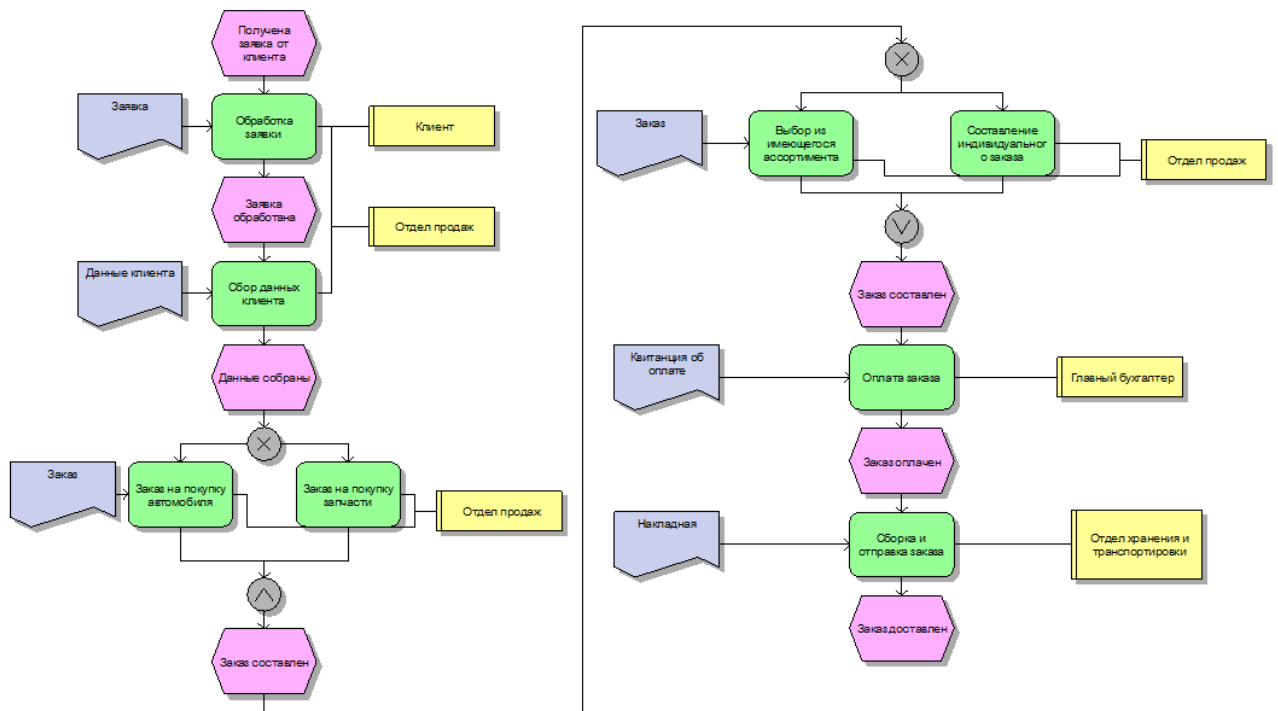


Рис. 3. Модель бизнес-процесса продажи автомобилей и запчастей

Важно отметить, что компания предоставляет услугу индивидуального заказа: клиент, совместно с отделом продаж составляет заказ на автомобиль или запасную часть, которые не представлены в каталоге предприятия.

Путем анализа существующей архитектуры предприятия были выявлены следующие минусы:

- 1) заказчик проводит слишком много времени в офисе;
- 2) в каталоге представлены не все модели автомобилей и запчастей, которые можно приобрести, что приводит к повторному обращению.

Эти недостатки можно устранить, если:

- 3) обращения будут обрабатываться в электронном виде;
- 4) пользователь сможет выбрать любой интересующий автомобиль или запчасти из дома.

На основании принятого решения по устранению проблемы обработки обращений, были внесены изменения в диаграмму модели потока работа (рис. 4). В нее была добавлена ИС, которая перенаправляла бы клиентов с индивидуальными заказами в отдельное окно, в котором можно было бы заполнить требования к автомобилю или запчасти. Также данная ИС обрабатывает все заявки клиентов, присуждает им индивидуальные номера и отправляют всю информацию на хранение в специальную БД.

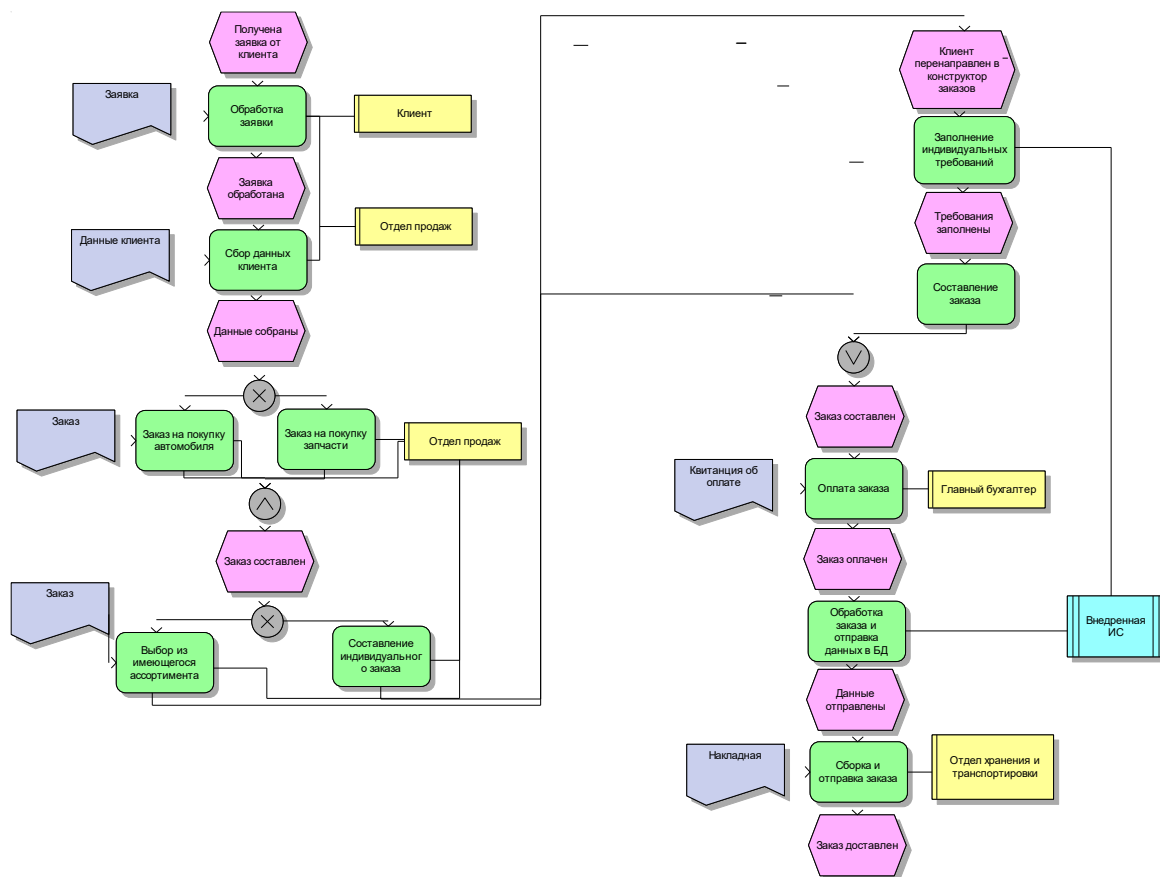


Рис. 4. Внедрение ИС в процесс обработки заявок клиентов

Проанализировав имеющуюся структуру предприятия, можно предложить два варианта модернизации и автоматизации имеющегося бизнес-процесса приема заявок клиентов на покупку транспортных средств и комплектующих: разработка и внедрение индивидуальной информационной системы, либо внедрение готового продукта. Главными задачами внедренной информационной системы станут автоматизация приема индивидуальных заказов и их обработка, а также ведение учета зарегистрированных пользователей и их заказов, путем отправления информации в базу данных.

#### Библиографический список

1. Методические указания к выполнению расчетно-графической работ по дисциплине «Архитектура предприятия» для студентов специальности «Бизнес-информатика» / Уфимский государственный авиационный технический университет; сост.: В.В. Мартынов, С.Н. Султанова. – Уфа, 2021. – 12 с.
2. Построение технической архитектуры предприятия: лабораторный практикум по дисциплине «Архитектура предприятия» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; сост.: М.В. Мартынов, А.А. Зайцева, С.Н. Султанова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – 103 с.
3. ARIS – моделирование бизнес-процессов; Шеер Август-Вильгельм – Москва, Вильямс, 2009 г. – 120 с.
4. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935-1940. Том 1: А. Кюрины / сост. Г.О. Винокур, проф. Б.А. Ларин, С.И. Ожегов, Б.В. Томашевский, проф. Д.Н. Ушаков; под ред. проф. Д.Н. Ушакова. – М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ, 1935. – 1562 с.
5. Теория организации: учебное пособие / Л.С. Ружанская, А.А. Яшин, Ю.В. Солдатова; под общ. ред. Л.С. Ружанской. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 200 с.

В.М. ШАТАЛИНА

*shatalina.lerochka@mail.com*

Науч. руковод. – канд. техн. наук О.В. ШИРЯЕВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ПОДБОРА КУРСОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в статье рассмотрен процесс мониторинга прохождения курсов сотрудниками предприятия в соответствии с календарным планом. Предложен подход к разработке веб-приложения подбора курсов повышения квалификации для сотрудников предприятия.

*Ключевые слова:* информационные технологии; мониторинг компетенций; повышение квалификации; веб-приложения подбора курсов повышения квалификации.

В современном деловом окружении, независимо от сферы деятельности, технологии становятся все более сложными и важными для достижения успеха. Владение новейшими технологиями и навыками требует постоянного обучения и повышения квалификации. Организации, которые уделяют должное внимание этому процессу и регулярно обучают своих сотрудников, получают значительное конкурентное преимущество на рынке.

Преимущества такого подхода очевидны: обученные сотрудники способны эффективно работать со сложным оборудованием и внедрять новые технологии, что ведет к повышению качества оказываемых услуг и производству товаров с лучшими характеристиками по сравнению с конкурентами. Более того, переобученные сотрудники могут быстро адаптироваться к изменениям в технологическом пейзаже и решать сложные задачи, что позволяет компании быть гибкой и конкурентоспособной в любой сфере деятельности.

В некоторых сферах деятельности периодичность повышения квалификации оговорены на законодательном уровне. Это относится к медикам, педагогам, летчикам, работникам муниципальных и государственных структур. В данном случае работодатель обязан составлять графики направления сотрудников на курсы повышения квалификации (КПК), перестраивая режим работы подразделений [1].

На основе выше сказанного можно сделать вывод, что с ростом требований к повышению квалификации в различных сферах деятельности и необходимостью своевременного мониторинга прохождения курсов сотрудниками предприятия в соответствии с календарным планом, разработка веб-приложения, способного помочь предприятиям автоматизировать процесс подбора курсов повышения квалификации, становится актуальной задачей.

Целью данной работы является мониторинг прохождения курсов повышения квалификации сотрудниками предприятия и обоснование подхода к разработке веб-приложения подбора курсов повышения квалификации для сотрудников предприятия.

В большинстве случаев процесс мониторинга прохождения курсов сотрудниками предприятия в соответствии с календарным планом осуществляется в ручном режиме. Модель потока работ «как есть», отражающая данный бизнес-процесс, представлена на рис. 1 [2].

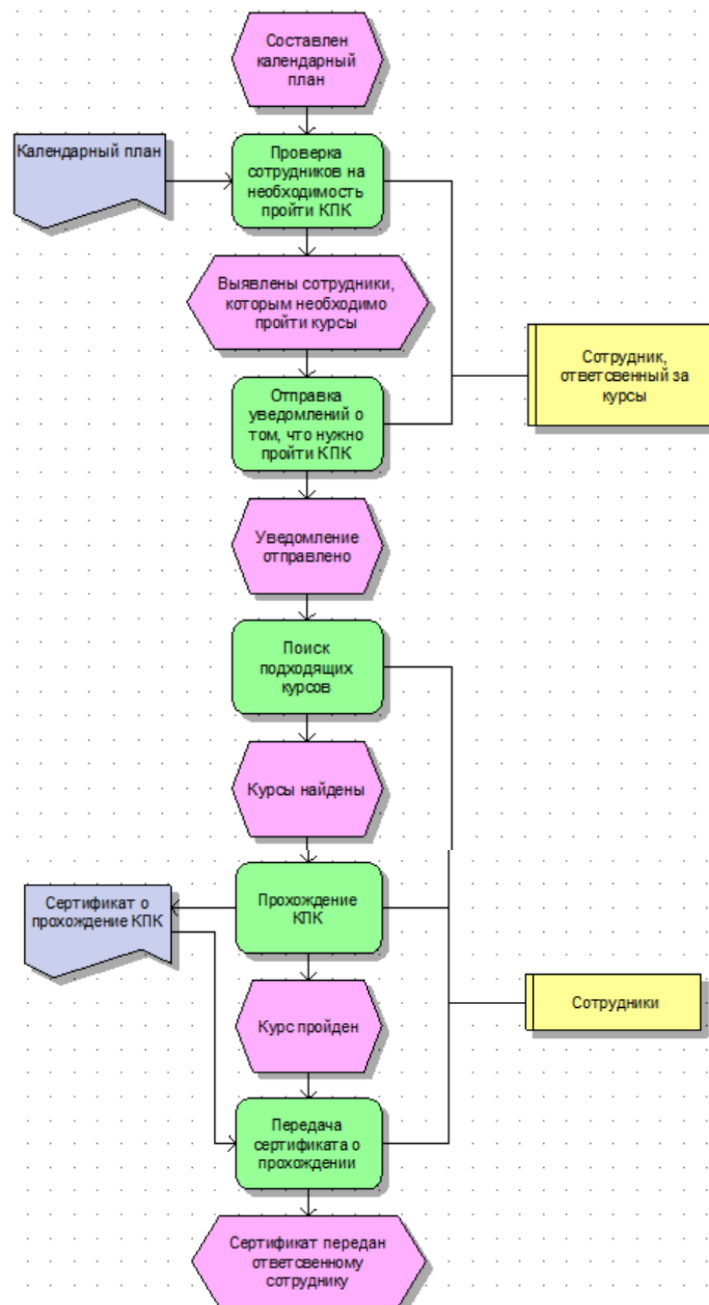


Рис. 1. Модель потока работ «как есть» (EPC)

У рассмотренного процесса есть несколько недостатков:

1. Сотруднику, ответственному за подбор курсов (руководитель), необходимо самому отслеживать календарный план и уведомлять остальных сотрудников о том, что им нужно пройти курсы повышения квалификации;



2. Сотруднику приходится самому искать подходящие курсы;
3. Также сотрудник для подтверждения прохождения КПК вынужден отправлять сертификат в личные сообщения или на электронную почту руководителю.

На основе проведенного анализа предметной области спроектирована модель потока работ «как будет» процесса подбора КПК и доведения информации о необходимости их пройти до сотрудников с использованием разрабатываемого веб-приложения, представленная на рис. 2 [2].

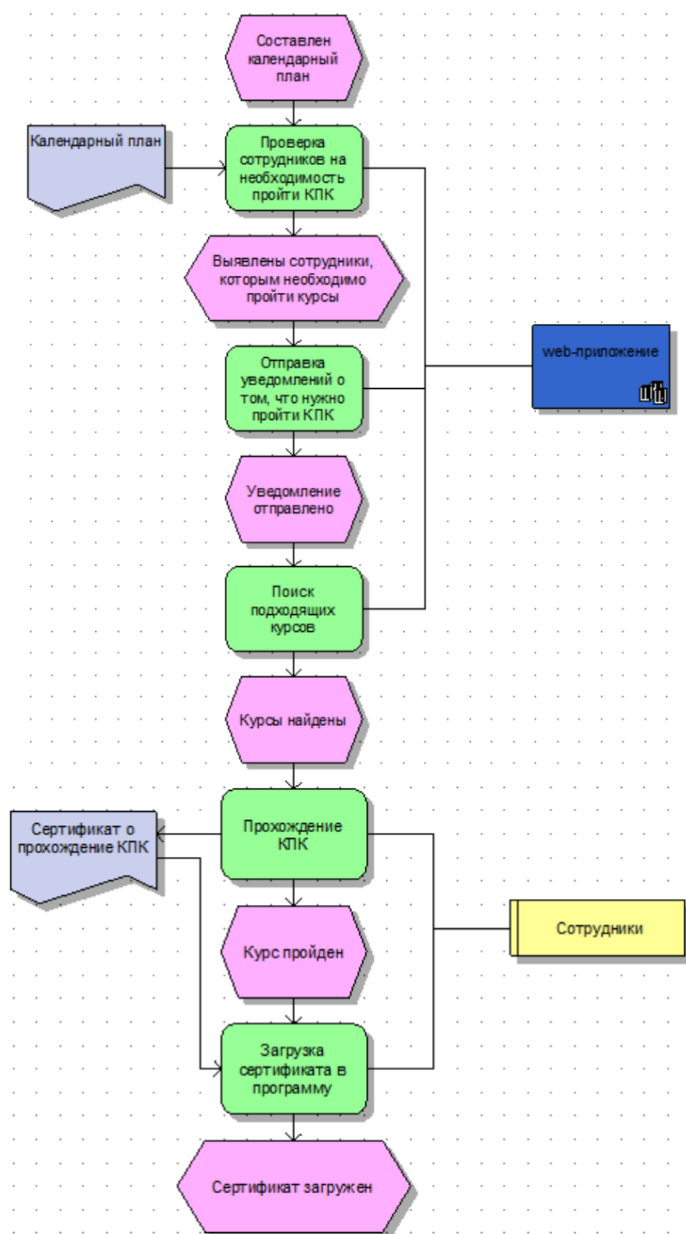


Рис. 2. Модель потока работ «как будет» (EPC)

На основе модели, представленной выше, планируется разработать веб-приложение, которое позволит предприятиям предоставить своим сотрудникам доступ к широкому выбору курсов повышения квалификации, а также поможет им выбрать наиболее подходящие программы обучения для своего профессионального роста. Это сокращает время, затрачиваемое на поиск подходящих курсов, и увеличивает вероятность выбора оптимальных вариантов.

Одним из ключевых преимуществ такого приложения являются уведомления о необходимости пройти КПК. Пользователи, как сотрудники, так и руководители могут быть уверены, что они не пропустят сроки обязательного прохождения курса. Это позволяет им планировать свое обучение более эффективно и не прерывать рабочий процесс.

Персонализированная подборка курсов является еще одной важной особенностью приложения. Оно может учитывать предпочтения и предыдущий опыт обучения каждого пользователя, чтобы предложить наиболее релевантные и интересные программы. Это повышает мотивацию пользователей и обеспечивает более эффективное использование времени на обучение.

Отслеживание прогресса обучения также является важной функцией приложения. Оно позволяет пользователям прикреплять свои сертификаты (аттестаты) о пройденных курсах, что позволит сократить время передачи документа руководителю, ответственному за данную сферу деятельности.

Таким образом, создание веб-приложения для предприятия с подборкой курсов повышения квалификации и уведомлением об их прохождении имеет высокую актуальность и пользу для предприятий. Такое приложение может значительно увеличить эффективность работы сотрудников и обеспечить их постоянное развитие.

### **Библиографический список**

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/d17243696427a3cc7eb092bb37c57021e5f64abe/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/d17243696427a3cc7eb092bb37c57021e5f64abe/) (дата обращения: 26.10.2023).

2. Построение технической архитектуры предприятия: лабораторный практикум по дисциплине «Архитектура предприятия» / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т; сост.: М.В. Мартынов, А.А. Зайцева, С.Н. Султанова. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – 103 с.

© Шаталина В.М., 2023

## СЕКЦИЯ 7.6. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

УДК 33.338

А.Г. ГАБИДУЛЛИН

AGGabidullin@yandex.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Э.И. ИСХАКОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### РЫНОК ИННОВАЦИЙ КАК КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Аннотация:* статья посвящена особенностям рынка инноваций как уникальной среды, в которой осуществляет свою деятельность промышленное предприятие с инновационной направленностью. Автор рассматривает черты рынка инноваций, его субъекты.

*Ключевые слова:* инновации, инновационное предприятие, рынок инноваций.

Вопрос конкурентоспособности инновационных предприятий представляет особый интерес, поскольку в научной литературе данная проблема широко не освещена. Управление конкурентоспособностью компании играет основополагающую роль в обеспечении ее функционирования. Вместе с тем, возрастает необходимость изучения вопросов, связанных с инновационным развитием отраслей, регионов и государств. Одну из ключевых ролей в инновационном развитии играют предприятия, внедряющие инновации – инновационные предприятия. Иногда промышленные предприятия рассматриваются как «ядро инновационного бизнеса» [1].

Под инновационным предприятием нами предлагается понимать коммерческую организацию, деятельность которой характеризуется производством высокотехнологичной продукции путем внедрения в производство новых технологий в целях постоянного повышения эффективности деятельности. Таким образом, различные технопарковые структуры в данной работе не рассматриваются как инновационные предприятия, поскольку у них несколько иная роль – создание инфраструктуры для научно-исследовательских организаций и предприятий, обеспечение их необходимыми ресурсами. Инновационная деятельность таких предприятий является не целью деятельности, а средство для развития [1].

Под конкурентоспособностью инновационного предприятия нами предлагается понимать способность такого предприятия потенциально или реально удовлетворять потребности потребителя в большей степени, чем это делают конкуренты; удерживать и усиливать свою рыночную позицию. Конкурентоспособность – это свойство, имеющее относительный характер.

Отметим, что инновационные предприятия могут функционировать не только на потребительском рынке. Такие организации интересны тем, что они

функционируют как минимум на трех рынках: потребительский рынок; рынок инвестиций; рынок инноваций [2; 3].

Потребительский рынок является традиционным, на нем в качестве товара, как известно, выступают продукты, услуги, направленные на конечное потребление. Спрос представлен обычно домохозяйствами, физическими лицами. Со стороны предложения выступают компании, предприятия и пр.

На рынке инвестиций в качестве товара выступают проекты и различные финансовые инструменты. Предложение предьявляется со стороны компаний, спрос – со стороны инвесторов.

На рынке нововведений (инноваций) товаром является новая технология, способная принести положительный экономический эффект. Спрос представлен предприятиями, компаниями, корпорациями. Предложение представлено в лице научно-исследовательских организаций, университетов, малых инновационных предприятий, а также промышленных компаний, в структуре которых имеются подразделения НИОКР [3].

На рынке инноваций в качестве товаров могут выступать:

- нематериальные инновации (идеи, ноу-хау и пр.);
- инновационные товары и услуги [1].

Рассмотрим особенности рынка инноваций. Как известно, на привычном рынке товаров и услуг в качестве триггера выступает спрос: именно потребителями диктуется, что именно нужно производить. Но говоря об инновационном рынке, мнения ученых относительно основополагающего элемента здесь расходятся. Одни ученые считают, что спрос первичен только на рынке прикладных знаний, тогда как рынок теоретических знаний создается предложением. Другие ученые отмечают, что на инновационном рынке спрос в любом случае будет первостепенным [1].

Еще одной особенностью рынка инноваций является неявный, заранее не всегда определяемый спрос на нее [1]. Поэтому покупатель инновации действует на свой страх и риск.

Представляется проблемным вопрос о том, какую роль на рынке инноваций играют инновационно-ориентированные промышленные предприятия; являются ли они теми, кто предлагает продукцию к продаже, или же они сами предьявляют спрос. Данная проблема связана с тем, что промышленные компании в целях внедрения инноваций могут как закупать готовые технологии, так и сами создавать их, сосредотачивая научные исследования и опытно-конструкторские работы в собственных подразделениях. Также одна компания может поочередно покупать одни технологии и разрабатывать другие.

Поставщиком для инновационных компаний являются, как было отмечено, различные научно-исследовательские организации и конструкторские бюро. Поставка новшеств и инноваций для подобного рода организаций является целью деятельности. Для промышленного предприятия целью деятельности является прежде всего получение прибыли посредством продажи промежуточной или конечной продукции (энергоресурсы, продовольствие и пр.). Инновации же для предприятия являются средством достижения цели в условиях конкурентной борьбы. То есть здесь не идет речи об инновациях как о предмете купли-продажи.

Технологии не выносятся на рынок, а являются конкурентным преимуществом, сосредоточенным в руках предприятия.

Суть конкурентного преимущества состоит в необходимости как-можно больше удержать это преимущество, а если речь идет не о более эффективном менеджменте или управлении финансами, а о технологиях, то такого рода конкурентное преимущество имеет еще и четко выраженную форму – она может быть описана через формулу, которая оформляется как патент, или же эксплуатируется в режиме ноу-хау. И в отличие от научных организаций, промышленные предприятия зачастую используют инновации именно как собственный атрибут, а не как предмет купли-продажи. Здесь товаром является продукция, изготовленная по новой технологии, но не сама технология.

В связи с вышеизложенными положениями возникает вопрос относительно того, в какой степени промышленное предприятие, внедряющее инновации, выступает на рынке инноваций со стороны предложения. Необходимо определить, является ли рост объемов выдачи лицензий фактором повышения конкурентоспособности предприятия также, как в случае с продажей продукции.

Итак, одной из особенностей инновационных промышленных предприятий является возможность функционирования не только на потребительском и инвестиционном рынках, но также и на рынке инноваций. Следовательно, конкурентоспособность такого предприятия в целом необходимо анализировать, учитывая рынок инноваций как среду, в которой так же есть конкуренция и который несет в себе как возможности, так и угрозы.

Таким образом, было выявлено, что одной из особенностей инновационных предприятий является возможность функционирования на рынке инноваций, что необходимо учитывать при управлении конкурентоспособностью такого предприятия. Вопрос управления конкурентоспособностью инновационным предприятием не освещен в научной литературе, поэтому необходимы дальнейшие исследования в этой области.

### **Библиографический список**

1. Баев, И.А., Горшенина, Д.А. Сущность, структура и функции рынка инноваций // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2015. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-struktura-i-funktsii-rynka-innovatsiy> (дата обращения: 24.10.2023).

2. Соколова, Е. Конкуренция на инновационных рынках: особенности определения и анализа // Экономический портал. – Режим доступа: <https://institutiones.com/innovations/2102-konkurenciya-na-innovacionnyh-rynках.html> (дата обращения: 24.10.2023).

3. Studfile. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9379206/page:4/> (дата обращения: 24.10.2023).

© Габидуллин А.Г., 2023

А.А. КАРИМОВА

*karimowa.ais@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. И.Р. ГУБАНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Аннотация:* статья посвящена исследованию направлений, влияющих на промышленное производство в современных условиях.

*Ключевые слова:* промышленное производство; тренд; прогноз; мировая экономика, международная торговля.

Исследование тенденций развития промышленного производства является актуальной темой в современных условиях по нескольким причинам.

Во-первых, промышленное производство является основой экономического развития любой страны. Оно обеспечивает создание рабочих мест, генерацию доходов, развитие инфраструктуры и повышение качества жизни населения. Поэтому изучение тенденций и прогнозирование развития данной отрасли является важной задачей для экономического планирования и стратегического развития государства.

Во-вторых, современные условия характеризуются быстрыми изменениями и нестабильностью, вызванными технологическим прогрессом, глобализацией и конкуренцией на рынке. Производственные компании должны постоянно адаптироваться к новым условиям и принимать стратегические решения для сохранения конкурентоспособности. Исследование тенденций развития промышленного производства позволяет выявить потенциальные угрозы и возможности, связанные с технологическими инновациями, изменением потребительского спроса, мировыми трендами и другими факторами, и разработать соответствующие стратегии реагирования.

В-третьих, промышленное производство имеет значительное влияние на окружающую среду. Рост производства и потребления приводит к увеличению выбросов загрязняющих веществ, расходу энергии и ресурсов, а также созданию отходов и отрастанию экологического следа. Исследование тенденций развития промышленного производства включает изучение вопросов экологической устойчивости, разработку эффективных технологий и методов производства, которые позволят снизить негативное воздействие на окружающую среду.

В-четвертых, технологический прогресс, включая цифровизацию и автоматизацию производства, оказывает существенное влияние на промышленное производство. Внедрение новых технологий способно повысить эффективность работы, снизить затраты, сократить производственные циклы и повысить качество продукции. Однако внедрение новых технологий также может

вызывать сокращение рабочих мест и изменение требований к профессиональной подготовке работников. Исследование тенденций развития промышленного производства позволяет определить ключевые технологии, инновации и требования к кадровому потенциалу для обеспечения успешного развития отрасли. Таким образом, исследование тенденций развития промышленного производства является актуальной темой в современных условиях, поскольку оно позволяет выявить векторы развития производства в условиях экономических и политических колебаний 21 века. Согласно исследованиям SBS Consulting в последнее десятилетие наметился тренд на снижение роли импорта товаров и услуг в мировой экономике (рис. 1).

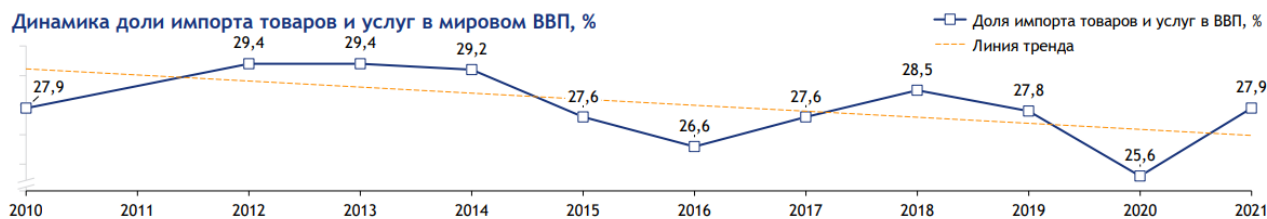


Рис. 1. Динамика доли импорта товаров и услуг в мировом ВВП, %  
Источники: World Bank, расчеты SBS Consulting.

Несмотря на то, что наблюдаются моменты роста доли импорта товаров и услуг, например в 2021 году доля составила 27,9%, что больше на 2,3% доли 2020 года. Мировые цепочки поставок постепенно сдвигаются в сторону внутреннего производства.

Существует несколько причин, объясняющих тренд на снижение роли импорта товаров и услуг в мировой экономике:

1. Развитие технологий и цифровизация: С развитием технологий и цифровой экономики возникает возможность производить и потреблять товары и услуги внутри страны без необходимости импорта. Например, многие компании предпочитают использовать облачные сервисы и программное обеспечение, вместо закупки физических товаров за рубежом.

2. Развитие отечественного производства: В некоторых странах наблюдается развитие отечественного производства, что позволяет удовлетворять спрос на товары и услуги внутри страны без необходимости импорта. Это может быть связано с развитием инфраструктуры, поддержкой государства или снижением затрат на производство.

3. Рост защитнической торговой политики: Некоторые страны начали применять защитнические меры в виде повышения тарифов или введения торговых барьеров для ограничения импорта товаров и услуг. Это может быть связано с желанием защитить отечественное производство и рабочие места.

4. Глобальные экономические кризисы: В периоды экономических кризисов многие страны сталкиваются с сокращением внутреннего спроса, что ведет к снижению импорта товаров и услуг. Это может быть связано с падением уровня доходов населения, сокращением инвестиций или нестабильностью на рынках.

5. Развитие международной торговли услугами: В последние десятилетия наблюдается рост международной торговли услугами, таких как финансовые, консалтинговые, информационные и туристические услуги. Это может снижать

зависимость от импорта товаров и способствовать развитию отечественных usługовых отраслей.

В целом, тренд на снижение роли импорта товаров и услуг в мировой экономике объясняется сочетанием этих факторов. Однако, следует отметить, что импорт по-прежнему играет важную роль в мировой экономике и является неотъемлемой частью международной торговли. По данным SBS Consulting можно заметить, что производство продукции обрабатывающей промышленности растёт быстрее, чем международная торговля ей (рис. 2).



Рис. 2. Динамика промышленного производства в обрабатывающих секторах и мировой торговли их продукцией, % к 2010 г.

Источники: World Bank, расчеты SBS Consulting.

Кроме того, международная торговля растёт, но темпы её роста будут снижаться вслед за развитием внутренних производств. Этому свидетельствует динамика скользящих 5-летних темпов роста импорта товаров и услуг в мире (рис. 3).



Рис. 3. Динамика скользящих 5-летних темпов роста импорта товаров и услуг в мире, %

Источники: World Bank, расчеты SBS Consulting.

«На фоне ослабления глобального спроса и замедления темпов роста мировой экономики отмечается давление на нефтяные котировки и снижение цен на основные металлы (сталь, медь, алюминий и др.). Сохранение данной тенденции может негативно сказаться на входящих денежных экспортных потоках. С 5 декабря 2022 г. вступили в силу европейское эмбарго и потолок цен стран G7 на поставки сырой нефти из России. По заявлениям первых лиц РФ, в случае фактической имплементации данных механизмов какой-либо из стран, поставки нефти такому контрагенту будут полностью прекращены. В целом же соответствие результатов переориентации поставок из Европы и других «недружественных» территорий на альтернативные рынки сбыта первоначальным ожиданиям является определяющим хеджирующим фактором для экспортной составляющей экономики» [1].



В отчете SBC Consulting «Основные мировые тренды: что нас ждёт к 2050 г.» говорится, что к 2050 году увеличится численность населения до 9,7 млрд человек, прирост на 21%, что как следствие приведет к потребности развития производства в сфере сельского хозяйства, производстве продуктов питания и т. п. Ожидается рост спроса на продовольствие и питьевую воду. По прогнозам ООН производство пищи к 2050 году должно вырасти на 50% [2]. Рост спроса на продовольствие способствует росту спроса на воду. Глобальный спрос на воду для аграрных, промышленных и муниципальных целей к 2050 году вырастет на 20–30% [3].

По прогнозам ООН в 2050 году по сравнению с 2022 годом ожидается рост на 1,7 млрд человек (рис. 4). В связи с увеличением населения, появятся потребности в ресурсах, развитии промышленности, медицинской структуры, территорий, строительства, сельского хозяйства. Все глобальные базовые социальные отрасли структуры нужно будет обеспечивать и развивать, то есть разрабатывать программы, которые будут стимулировать и поддерживать население. Необходимо провести реформы, обеспечивающие развитие физического и человеческого капитала, увеличение предложения рабочей силы, повышение производительности в секторе услуг и активизацию торговли.

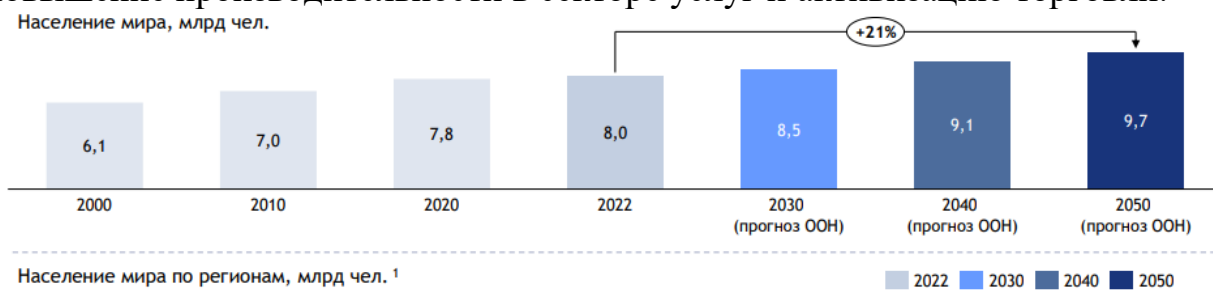


Рис. 4. Динамика населения мира, млрд чел.

Проведя исследование ключевых и базовых тенденций изменения внешнеэкономической деятельности страны с учетом изменения ситуаций в мировой экономике, можно сделать вывод, что многие отрасли нужно будет, в первую очередь, обеспечить экономической безопасностью. Роль государства возрастает наиболее высокими темпами, появляется огромная потребность в персонале, социальная заинтересованность в мировых тенденциях. Всегда есть риски, что государство не будет успевать реагировать на многие глобальные изменения, которые происходят в мире.

### Библиографический список

1. Анализ ключевых трендов и перспектив развития отраслей российской промышленности в условиях геополитической турбулентности 2023 г., kept.
2. The state of food security and nutrition in the world 2017, FAO UN.
3. World Water Development Report 2018, UN.
4. Энергетика и промышленность России. Российское энергомашиностроение для газовой отрасли. Адаптация рынка в новых условиях.
5. Росстат.

Д.Н. КИСЕЛЕВА

*dasha.kis002@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.П. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВКЛАД ИЛОНА МАСКА В СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ: ПРОВАЛЫ И ДОСТИЖЕНИЯ**

*Аннотация:* в данной научной статье проводится анализ деятельности одного из богатейших людей планеты Илона Маска, который двигает технический прогресс в будущее. Основной целью исследования является выявление основных факторов, положительно и отрицательно влияющих на предпринимательскую деятельность.

*Ключевые слова:* информационные технологии; венчурные инструменты, маркетинг, спекулятивная система торговли, автоматизация.

Актуальность работы очень высока, потому что этот признанный гений нашего времени сумел приблизить фантастическое будущее и ускорить путь к нему. Новизна исследования прослеживается в аналитическом исследовании личности нашего современника, который в настоящее время активно создает новые проекты, осуществляя в реальном времени, которые ранее казались недостижимыми, и изучении пользы его изобретений для человечества.

Илон Маск несомненно является прекрасным бизнесменом и маркетинговым-организатором, рост капитала которого с каждым годом все больше растет. Рассмотрение факторов его неудач и успехов поможет каждому начинающему предпринимателю (рис. 1).



*Рис. 1. Рост капитала Маска [1]*

Илон Маск – один из представителей целого поколения предпринимателей, сделавших состояние на информационных технологиях. Он сооснователь платежной системы PayPal и образец для подражания всех юнцов Силиконовой долины. Но своим сегодняшним положением Маск обязан не самой известной платежной системе в мире, а тем, что участвовал в разработке двигателя Falcon 9 для NASA, идеей космического туризма Space X, развитием технологий солнечных электростанций SolarCity и электромобилей Tesla [2].

В 2001 году Илон Маск задумал проект под названием «марсианский оазис». Маск решил создать миниатюру теплицы, аппарат должен был использовать почву планеты для питания растений, чтобы на Марсе можно было производить продовольственные культуры гораздо быстрее, чем на Земле. Он преследовал высокую цель – повысить интерес общественности к исследованию космоса, тем самым обеспечив NASA большими средствами для космических проектов.

Маск хотел приобрести в России межконтинентальные баллистические ракеты (МБР), которые могли бы отправить предполагаемые полезные грузы в космос, но ничего не вышло, тогда он решил основать собственную компанию, которая могла бы проектировать, производить и запускать современные ракеты и космические аппараты по доступной цене. И в 2002 году он основал компанию Space Exploration Technologies, или SpaceX.

SpaceX – это первая частная компания, успешно запустившая, выведшая на орбиту и восстановившая космический аппарат (Dragon в 2010 году); и первая частная компания, запустившая объект на орбиту вокруг Солнца (2018 год). Помимо работы на NASA, SpaceX также запускает спутники для военных, частных компаний и других стран [3].

Илон Маск организовал PayPal. Компания трансформировала всю финансовую отрасль и стала лидирующей платежной системой в мире. Платформа онлайн-платежей PayPal получила право выдавать кредиты предприятиям малого и среднего бизнеса в рамках Программы защиты зарплат Ассоциации малого бизнеса. Компания первой среди аналогов получила такое право. PayPal уже выдала своим клиентам более чем 900 тыс. займов и авансов наличными на сумму свыше \$15 млрд.

В ходе исследования были выделены факторы успехов и неудач Илона Маска (табл. 1).

Факторы успехов и неудач Илона Маска

Факторы успеха	Факторы неудач
Постоянные инвестиции в новейшие технологии	Отсутствие навыков ведения переговоров. (Маск дважды пытался купить в России межконтинентальные баллистические ракеты для проекта «Mars Oasis» в 2001 и в 2002 году. И дважды получал отказ)
Использование венчурных инструментов новой экономики для привлечения огромных инвестиций	Ошибки при составлении бизнес-плана. (Затраты на разработку первого спортивного электрокара Маска превзошли план в 6 раз)
Хорошие организаторские способности – создание команды из лучших и талантливых инженеров и менеджеров из разных стран	Активность в социальных сетях. (Поведение Илона Маска в публичной сфере портит репутацию его организаций. Неоднократно поступали жалобы от сотрудников, а также Комиссия по ценным бумагам и рынка США (SEC) подала на Маска в суд)
Достижение целей с минимальными затратами	Освоение тяжелых ниш при отсутствии нужных компетенций. (Запуски ракеты Falcon-1, которые привели к их взрыву)
Освоение наиболее сложных сфер предпринимательства.	Внедрение полной автоматизации процессов при производстве автомобиля Tesla Model S, что привело к высокому проценту браков. (Самовозгорание батарей Tesla Model S, что привело к недоверию потребителя)
Быстрая обучаемость. (Илон Маск получил степень в области экономики и физики в Пенсильванском университете всего за 2 года обучения)	Невыполнение обещаний. (Нерешенная проблема с Model X и отказ Маска комментировать ее исправление)
Применение спекулятивной системы торговли. (Стоимость компании Tesla формируется за счет акций и информации, которая и создает бренд. Спекулятивная часть основана на нематериальных активах: на восприятии, доверии, энтузиазме и восхищении этим брендом)	
Эффективная реклама, маркетинг и брендинг, стимулирующие нематериальные активы, которые потом перерастают в материальные	
Государственная поддержка США	
Высокий уровень самомотивации	
Экспансия Tesla. (Несмотря на плохие прогнозы аналитиков, экспансия в Европу, начавшаяся всего четыре года назад, миллион поставленных на рынок моделей Tesla-выдающийся результат)	

Илон Маск – гениальный маркетолог, человек, который умеет привлечь инвестиции и собрать лучшие человеческие компетенции в одном проекте. Проанализировав все вышесказанное, можно сделать вывод, что Илон Маск по праву может считаться «героем нашего времени», так как его вклад в развитие прогресса общества неопределимо велик.

### Библиографический список

1. Статистика взята из журнала «Forbes».
2. Яковлева, Н. // Управление персоналом. – 2013. – № 21.
3. Сайселофф, Стивен. «NASA – SpaceX успешно запускает Falcon 9 / Dragon Flight». – Режим доступа: nasa.gov.
4. Басаргин, А. А. Методы искусственного интеллекта: учебное пособие / А.А. Басаргин. – Новосибирск : СГУГиТ, 2022. – 164 с.

Е.О. МУСИНА

*evgeniya.musina02@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.П. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

*Аннотация:* в данной научной статье исследуется бизнес-модель на основе использования мобильных приложений и их влияние на развитие современного бизнеса. Авторы рассматривают различные аспекты данной бизнес-модели, виды и примеры.

*Ключевые слова:* бизнес-модель, мобильное приложение, монетизация, платформы, бизнес.

Рынок мобильных приложений является одним из наиболее быстроразвивающихся и динамичных сегментов сферы информационных технологий, который существенно влияет на современный бизнес. В настоящее время множество компаний и организаций прибегают к соответствующим решениям, создавая мобильные приложения для своих клиентов и партнеров, с целью повышения своей конкурентоспособности и улучшения взаимодействия с ними.

Значимость мобильных приложений для бизнеса заключается прежде всего в их способности обеспечивать быстрый и удобный доступ к информации, процессам и услугам. Мобильные приложения позволяют повысить удобство взаимодействия клиентов и бизнеса, облегчить процессы заказа и оплаты, а также улучшить качество обслуживания. Кроме того, используя мобильные приложения, компании могут проводить целевой маркетинг, повышать уровень лояльности клиентов и получать достоверную обратную связь о своих продуктах и услугах.

Среди наиболее востребованных мобильных приложений на рынке можно выделить приложения для электронной коммерции, мобильные приложения для доставки еды, приложения для мониторинга фитнеса и здоровья, а также приложения, связанные с путешествиями и туризмом. Отметим, что развитие технологий и мобильных приложений создает условия для появления новых инновационных продуктов и решений в различных отраслях экономики и представляет собой интересный вызов для бизнеса, требующий постоянного анализа и совершенствования практик и стратегий их использования.

Классификация бизнес-моделей на основе мобильных приложений может быть осуществлена на основе базовых принципов заработка и услуг, предлагаемых пользователям. Наиболее распространенные модели монетизации мобильных приложений:

1. «Реклама. Рекламная бизнес-модель существует уже давно и становится все более оригинальной, но мере того, как мир переходит от печатных материалов в онлайн. Основы модели строятся вокруг создания контента, который люди хотят читать или смотреть, и показа рекламы своим читателям или зрителям. Примеры: The New York Times, YouTube;

2. Партнерская программа. Партнерская бизнес-модель связана с рекламной моделью, но имеет некоторые специфические особенности. Чаще всего в партнерской модели используются ссылки (они встраиваются в контент), а не визуальные рекламные объявления, которые легко идентифицируются. Примеры: «Альпина Паблишер», Ozon, Aviasales;

3. Комиссия. Посреднические бизнесы связывают покупателей и продавцов, тем самым упрощая сделку. Они взимают плату за каждую транзакцию либо с покупателем, либо с продавцом, а иногда с обоими. Примеры: агентства недвижимости, PR-агентства, event-компании, рекрутинговые агентства;

4. Кастомизация. Некоторые компании используют существующие продукты или услуги, дополняя их элементами, которые делают каждую продажу уникальной для конкретного клиента. Примеры: NIKEiD, «Рубашка на заказ», «Велокрафт»;

5. Краудсорсинг. Если вам удалось объединить большое количество людей, которые снабжают ваш сайт контентом, то вы используете модель краудсорсинга. Эта бизнес-модель чаще всего сочетается с рекламным форматом для получения дохода, но есть много других вариантов этой модели. Например, можно предоставить дизайнерам возможность разрабатывать дизайн футболок и выплачивать им процент от продаж. Примеры: ЖЖ, YouTube, P&G Connect and Develop» [1].

«Приведенный список не является исчерпывающим, его можно дополнять. Но начинающим предпринимателям стоит помнить о том, что для достижения успеха в бизнесе далеко не всегда нужно изобретать новую бизнес-модель, ведь все новое сопряжено с более высокими рисками. Напротив, использование существующих моделей может значительно упростить ситуацию, поскольку эти модели уже доказали свою эффективность» [1].

Основными элементами бизнес-модели на основе мобильных приложений могут являться (рис. 1):

1. Ключевые ресурсы (технологии и инфраструктура для разработки приложений).

2. Ключевые партнеры (разработчики, логистические компании и другие организации).

3. Ключевые действия (разработка, тестирование и маркетинг мобильного приложения).

4. Ценностные предложения (уникальность приложения, возможности для пользователей).

5. Каналы распространения (магазины приложений, социальные сети).

6. Потоки доходов (платные приложения, продажи внутри приложения, реклама и др).

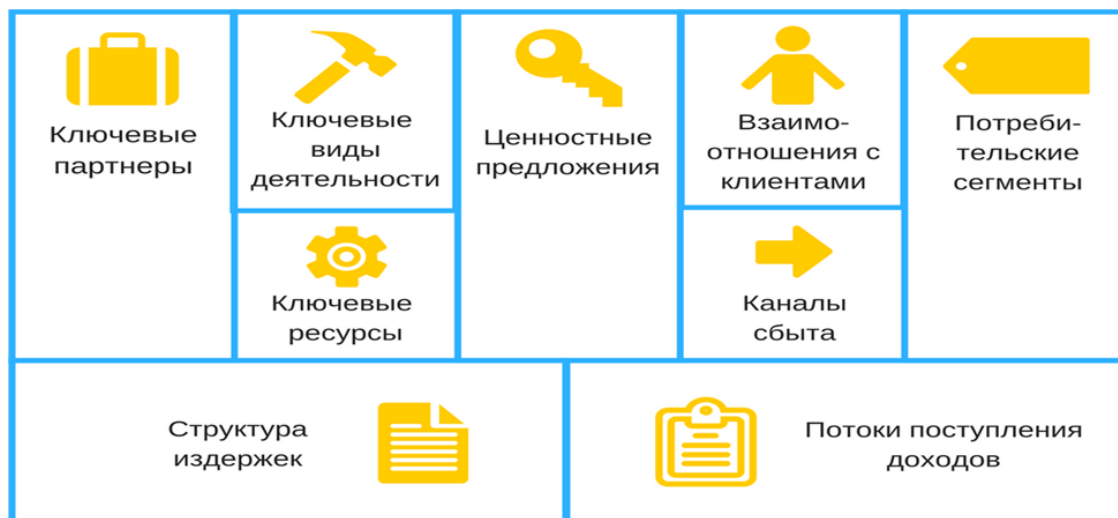


Рис. 1. Бизнес-модель Остервальдера [2]

Бизнес-модель Остервальдера дает общее представление о бизнесе: что мы делаем, кому продаем, сколько тратим, откуда получаем прибыль и т.д (рис. 1). Обобщенная информация дает понять, где есть проблемы, с чем не стоит работать, а что, наоборот, можно улучшить.

Примеры мобильных приложений, успешно использующих бизнес-модели, могут включать:

1. Uber (платформа для поиска и заказа такси).
2. Airbnb (платформа для бронирования жилья).
3. Amazon (платформа для онлайн-торговли).
4. Facebook (социальная платформа для коммуникации) и др.

Каждое из этих приложений успешно монетизирует структуру и контент своих услуг, существенно улучшая условия для предоставления услуг пользователям.

На сегодняшний день мобильные приложения – неотъемлемый элемент нашей жизни. Мы используем их для покупок, бронирования билетов, заказа еды и многого другого. Рост рынка мобильных устройств и мобильных приложений открыл новые возможности для бизнеса. Бизнес-модель на основе мобильных приложений может быть очень успешной, поскольку она отвечает изменчивым потребностям потребителей в мире, где все более высоко ценится смартфон и его возможности.

В ходе исследования мы проанализировали успешные бизнес-модели на основе мобильных приложений, такие как Instagram и Whatsapp, сделали вывод, что ключевыми факторами успеха являются инновационность, удобство, надежность и простота пользовательского опыта, а также эффективный монетизационный процесс.

Бизнес-модель Uber стала трансформационной для отрасли перевозок и показала, как мобильные приложения могут упростить процесс заказа такси и повысить качество услуг. Airbnb, в свою очередь, позволяет людям сдачу своих жилых помещений и открыть новые возможности для туристического бизнеса. Dropbox, Google Drive и OneDrive – это показатель успешной бизнес-модели хранения данных в облаке, где они становятся доступными для работы с любого устройства.

Ключевой момент в разработке бизнес-моделей на основе мобильных приложений – это создание приложения, которое не только отвечает потребностям пользователей, но также предлагает дополнительную ценность. Компании должны постоянно анализировать данные о пользователе, чтобы лучше понимать их потребности и ожидания, а также следить за инновациями в технологиях и конкуренцией на рынке. Кроме того, эффективная монетизация является ключевым фактором успеха.

Монетизация может быть основана на разных моделях: от покупок приложений и встроенных функций до рекламных кампаний и комиссий за услуги. Важно продумать монетизационный процесс заранее и постоянно его улучшать, чтобы максимизировать прибыль.

Таким образом, бизнес-модели на основе мобильных приложений предоставляют большие возможности для роста бизнеса в эпоху цифровой трансформации. Те компании, которые хотят оставаться конкурентоспособными в долгосрочной перспективе, должны адаптироваться к этим изменениям и инвестировать в разработку новых и инновационных мобильных приложений.

### **Библиографический список**

1. Контур. 17 бизнес-моделей. Придумать новую или использовать старую? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/5030>.
2. Нетология медиа. Как заполнять бизнес-модель Остервальдера: потребительские сегменты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://netology.ru/blog/ostervalder-segmenty>.

© Мусина Е.О., 2023



Т.С. ПЕТРОВА

tatyana\_petrova\_17@bk.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Т.В. МАТЯГИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИОНИЧЕСКОГО ПРОТЕЗИРОВАНИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются современные проблемы и перспективы развития рынка бионических протезов. В ней проанализированы основные вызовы, с которыми сталкиваются производители, потребители и медицинские специалисты, такие как высокие затраты на производство, ограниченная доступность и сложности в интеграции технологий с биологическими системами. *Ключевые слова:* бионическое протезирование, протезы, технические средства реабилитации, рынок бионического протезирования, финансирование протезирования.

В последнее время прогресс в области бионических протезов привел к прорывам в медицинской науке и инженерии. С каждым годом исследователи и разработчики во всем мире активно работают над улучшением их функциональности и доступности.

Мировая наука и технологии в области медицины достигают невероятных высот, открывая уникальные возможности для тех, кто сталкивается с ограничениями, вызванными физическими явлениями. В последнее время постоянные инновации в медицинской отрасли, внимание к рынку бионических протезов продолжается. Передовые технологии в области бионики, совмещенные с инженерным и экономическим мастерством, ставят своей целью не только преодолеть физические ограничения, но и проложить путь к революционным изменениям в мировой медицине.

В данной статье мы обращаем внимание на возникающие проблемы и перспективы развития рынка бионических протезов, анализируя последние тенденции и достижения в этой области. Мы рассматриваем основные проблемы, связанные с трудностями ученых, инженеров и специалистов в области медицины, стремящихся создать более эффективные и доступные бионические протезы. Помимо этого, мы проанализируем возможные перспективы, которые открываются перед обществом благодаря развитию данной отрасли, и рассматриваем потенциальные возможности для будущего человечества.

Существует базовое определение к термину бионический, данный термин применим к протезу, который полностью либо частично может заменить утраченный орган и выполняет его функции [1].

Согласно нормативным документам определен перечень протезов конечностей («разработанному Санкт-Петербургским научно-практическим

центром медико-социальной экспертизы, протезирования и реабилитации инвалидов им. Г.А. Альбрехта):

1) в зависимости от уровня ампутации и/или врождённого недоразвития:

- протезы пальцев и кисти;
- протезы предплечья;
- протезы плеча;
- протезы после вычленения плеча

2) по способу управления:

- косметические;
- функционально-косметические;
- активные;

3) в зависимости от механизмов управления: – рабочие

- тяговые (активные, механические)
- миоэлектрические (биоэлектрические, бионические)» [2].

Интерес к разработке бионических протезов находится на высоком уровне, однако участники этой отрасли рынка сталкиваются с рядом проблем.

1. Ограничения, связанные с правилами хирургической ампутации, могут создавать препятствия при установке высокотехнологичных протезов.

2. Существует недостаточное соответствие между назначенным уровнем двигательной активности и образом жизни пациента.

3. Качество реабилитации для людей, использующих протезы, часто оказывается низким.

4. Наблюдается неправильное регулирование порядка выбора функциональности протезов в зависимости от индивидуальных потребностей реабилитирующихся инвалидов.

5. Неясность полномочий и взаимодействия государственных органов в области медицинской реабилитации инвалидов с ампутированными конечностями.

6. Длительное ожидание получения протезно-ортопедической и реабилитационной помощи.

7. Недостаточная осведомленность о доступных механизмах получения протезно-ортопедической и реабилитационной помощи.

8. Отсутствие развитой инфраструктуры для полноценной восстановительной и абилитационной реабилитации.

9. Недостаточный уровень государственной компенсации на протезы.

10. Проблема дефицита опытных специалистов в области протезирования по всей Российской Федерации.

11. Отсутствие обучения в области механико-медико-биологической инженерии в университетах.

Агентство стратегических инициатив провело анализ проблем, которые выделяют отечественные производители (рис. 1).

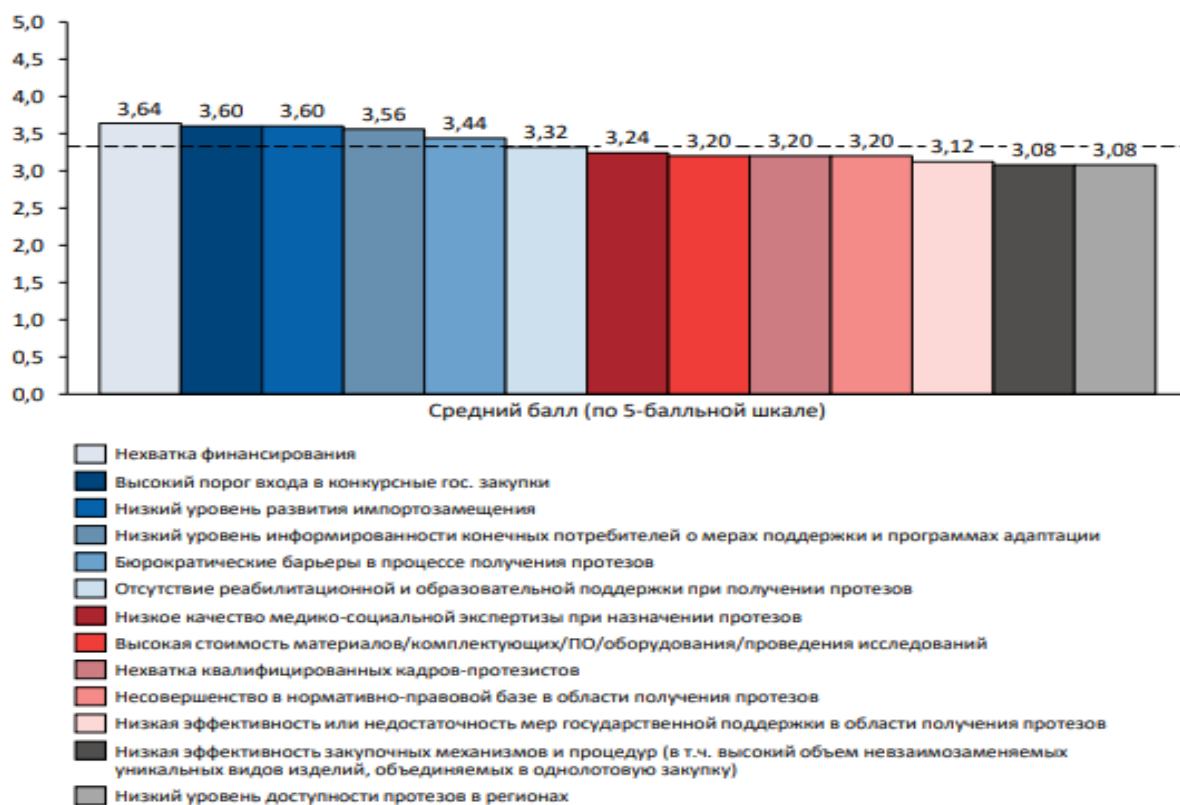


Рис. 1. Анализ проблем отечественных производителей бионических протезов [4]

По рис. 1 можно отметить, что предприятия равномерно выделили проблемы, которые оказывают наибольшее негативное влияние на рынок. Это свидетельствует о равной приоритетности аспектов, которые определяют состояние отрасли, и о необходимости комплексного подхода при разработке решений, направленных на развитие рынка. Эти решения должны охватывать всю инфраструктуру рынка, включая механизмы получения протезов, системы оплаты, сотрудничество между предприятиями и научными институтами, а также реабилитационную поддержку.

Реальна перспектива развития рынка бионических протезов, по причине, что в ближайшем будущем Российская медицина может столкнуться с увеличением числа людей, которые будут нуждаются в технических средствах реабилитации (ТСР) из-за участия в проводимой специальной военной операции (СВО). Согласно заявлению от 17 октября 2024 года заместителя министра труда и социальной защиты РФ Алексея Вовченко, он сообщил, что 54% участников СВО, которые участвовали в СВО получили увечья различного рода и проходят медико-социальную экспертизу, чаще всего имеют ампутации. Согласно поддержке правительства России, каждый из них вправе получить ТСР от государства – затраты на бионические протезы покрываются бюджетом Фонда социального страхования (ФСС). В федеральном бюджете на 2023 год для Соцфонда на обеспечение инвалидов ТСР было заложено около 42 млрд руб, что на 4,7 млрд руб. больше, чем в 2022 году. В пресс-службе Минтруда РБК назвали немного более высокие суммы на 2024 год. В следующем году Социальному фонду предусмотрено выделение 56,2 млрд руб. [6] Конечно точно спланировать

объём финансирования подобного рода статей в реальных условиях достаточно сложно, но радует что объёмы увеличиваются по потребности [5].

В последние десятилетия технологии бионического протезирования претерпели значительные изменения, и этот рынок стал ключевым фактором в улучшении качества жизни людей с ограниченными физическими способностями. Бионические протезы, призванные восстановить утраченные функции органов или конечностей, открывают перед нами множество возможностей, но также вносят свои собственные проблемы и вызовы.

### **Библиографический список**

1. <https://www.enableme.com.ua/ru/article>.
2. Коробенков, Н.О., Кочетов, С.С., Григоров, П.А. Бионическое протезирование конечности // Сибирский медицинский журнал (Иркутск). – 2019. – Т. 158. – № 3. – С. 22–27. – DOI: 10.34673/ismu.2020.13.79.004.
3. <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5e91e02b9a79474e8cb6d892>.
4. <https://asi.ru/>.
5. <https://www.kommersant.ru/doc/5633776>.
6. <https://www.rbc.ru/society/28/09/2023/6513f25f9a7947563522e381>.

© Петрова Т.С., 2023

А.Ш. РУСТЕМОВА

*zaysaps@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: ВЫГОДЫ И РИСКИ**

*Аннотация:* данная статья рассматривает важность участия предприятий в международной торговле и выявляет основные преимущества и риски, связанные с этим процессом. Однако, риски связанные с международной торговлей, такие как валютные колебания, политическая нестабильность и изменения регулирующей политики, также необходимо учитывать.

*Ключевые слова:* международная торговля, развитие предприятия, современная экономика, инновации, снижение рисков.

Международная торговля играет критическую роль в современной экономике, открывая перед предприятиями новые возможности развития и роста. В условиях глобализации и все более интегрированной мировой экономики, участие предприятий в международной торговле становится необходимым для обеспечения их конкурентоспособности и выживаемости. Основной целью международной торговли для предприятий является расширение рынка сбыта и доступ к новым клиентам. Кроме того, участие в международной торговле позволяет предприятиям получить доступ к новым технологиям, экспертизе и ресурсам, которые могут быть критически важными для повышения их эффективности и конкурентоспособности. К тому же, одним из преимуществ международной торговли является возможность увеличить прибыль и диверсифицировать доходы от деятельности на различных рынках. Однако, вместе с потенциальными выгодами сопровождаются и определенные риски. Международная торговля связана с валютными колебаниями, изменениями политической ситуации, регуляторной политикой и таможенными ограничениями, что может негативно сказаться на бизнес-процессах предприятий [1].

Данная статья направлена на проведение анализа роли международной торговли в экономике предприятий с целью выявления так называемых «плюсов и минусов», связанных с участием в этом процессе. Задачи исследования включают анализирование теоретических основ международной торговли, изучение опыта предприятий, уже участвующих в международной торговле, а также выработку практических рекомендаций для предприятий, планирующих вступить в международную торговлю.

Международная торговля играет важную роль в экономике предприятий, имея несколько основных черт:

– международная торговля позволяет предприятиям расширить свои рынки сбыта. Открываясь для зарубежных покупателей, компании получают возможность увеличить объемы продаж и прибыль. Это особенно важно для малых и средних предприятий, которые зачастую имеют ограниченные рынки внутри своих стран;

– международная торговля дает предприятиям доступ к новым технологиям и инновациям. В процессе внешнеторговых операций компании могут устанавливать деловые связи с иностранными партнерами, что открывает возможности для обмена технологическими решениями и передачи новых знаний. Это позволяет предприятиям быть более конкурентоспособными и инновационными;

– международная торговля способствует увеличению конкурентоспособности предприятий. В международной торговле компании сталкиваются с конкуренцией со стороны иностранных производителей. Чтобы выжить и преуспеть на мировых рынках, компании вынуждены повышать свою эффективность, снижать издержки, улучшать качество своей продукции и предлагать конкурентоспособные цены. Кроме этого, она помогает развитию специализации и сокращению издержек производства. Компании могут концентрироваться на производстве тех товаров и услуг, в которых они имеют конкурентное преимущество. Это позволяет повышать эффективность производства, снижать издержки и увеличивать прибыль.

Международная торговля предоставляет предприятиям ряд выгод. Первая и наиболее очевидная выгода – это разнообразие выбора и доступ к различным товарам и услугам со всего мира. Благодаря этому, предприятия имеют возможность предлагать своим клиентам более широкий ассортимент, что способствует привлечению новых покупателей и увеличению объемов продаж. Вторая важная выгода связана с экономией издержек производства и снижением стоимости продукции. Международная торговля позволяет предприятиям использовать более дешевые и эффективные ресурсы из других стран. Например, если страна имеет доступ к недорогим сырьевым материалам или низкой стоимости рабочей силы, предприятия могут снизить свои затраты на производство и, следовательно, стоимость своей продукции.

Наконец, международная торговля способствует развитию навыков и инновационному потенциалу предприятий. Когда предприятия вступают в международный рынок, они сталкиваются с новыми технологиями, методами производства и маркетинговыми стратегиями. Это стимулирует предприятия к развитию новых навыков и исследованию инновационных решений для улучшения качества продукции и конкурентоспособности на рынке. Таким образом, международная торговля предоставляет предприятиям выгоды в виде расширения выбора товаров и услуг, экономии издержек производства и стоимости продукции, а также стимулирует развитие навыков и инновационного потенциала [3].

Что касается рисков, важно их учитывать и разрабатывать стратегии для их управления или смягчения. Политические риски и изменение законодательства являются одними из основных проблем, с которыми предприятия сталкиваются

при международной торговле. Политические нестабильности, введение тарифов или других ограничений на импорт, а также изменение налогового или торгового законодательства могут существенно повлиять на бизнес предприятия. Чтобы снизить эти риски, компании должны следить за изменениями в законодательстве и политической обстановке в странах, с которыми они взаимодействуют, и принимать меры заранее, такие как привлечение местных экспертов или диверсификация рынков. Экономические риски связаны с колебаниями валютных курсов и макроэкономической ситуацией в странах международной торговли. Валютные колебания могут значительно снизить доходность и делать торговлю менее предсказуемой для предприятий. При работе на международных рынках, предприятия должны учитывать факторы валютного риска и разрабатывать стратегии его снижения, такие как использование хеджирования или деривативов. Финансовые риски связаны с возвратностью инвестиций и финансовым состоянием компаний, которым предприятия доверяют свои ресурсы. Перед началом бизнеса с новыми партнерами или клиентами, необходимо проводить детальную финансовую аналитику и рискованый анализ. Важно также четко определить условия и механизмы возврата инвестиций в случае непредвиденных обстоятельств. Технические риски связаны с проблемами транспортировки и доставки товаров, такими как потеря, повреждение или задержка груза, а также проблемы связанные с таможенными процедурами или неправильной упаковкой. Чтобы избежать или сократить эти риски, предприятия должны разрабатывать стратегии логистики и принимать меры для обеспечения надежности и безопасности транспортировки товаров.

В целом, международная торговля предполагает наличие рисков, и предприятия должны иметь грамотные стратегии риск-менеджмента, чтобы успешно управлять этими рисками и достигать своих целей [2].

Способы снижения рисков и повышения выгод от международной торговли включают:

1. Диверсификация рынков сбыта и поставщиков: Расширение географического присутствия предприятия позволит сократить риски, связанные с политической нестабильностью, экономическими кризисами или изменениями законодательства в конкретной стране. Также, имея нескольких поставщиков, предприятие может снизить риск проблем с поставками, качеством продукции или изменением цен.

2. Использование страхования и финансовых инструментов: Предприятия могут застраховать свои товары от потерь, вызванных транспортными авариями, кражей или природными бедствиями. Также, существуют финансовые инструменты, такие как аккредитивы или гарантии, которые могут обеспечить определенный уровень гарантии оплаты или исполнения контракта.

3. Разработка стратегии управления рисками: Предприятия могут разработать стратегию, которая будет включать анализ рисков, планирование и принятие соответствующих мер для снижения рисков. Например, управление валютными рисками путем хеджирования или использование экспертных знаний при выборе новых рынков сбыта.

4. Образование и развитие навыков предприятия: Предприятия должны обучать своих сотрудников, чтобы повысить их компетенции в области

международной торговли и риск-менеджмента. Это позволит лучше понимать риски, связанные с международной торговлей, и принимать более обоснованные решения [5].

В целом, комбинация этих способов позволит снизить риски и повысить выгоды от международной торговли, обеспечивая стабильность и рост предприятия.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что международная торговля предполагает ряд выгодных моментов для предприятий. Во-первых, она позволяет предприятиям расширить свой рынок сбыта, что приводит к увеличению объемов продаж и, следовательно, прибыли. Также, международная торговля способствует разнообразию продукции, а, следовательно, удовлетворяет потребности широкого круга покупателей. Кроме того, за счет дешевой рабочей силы и доступности ресурсов в некоторых странах, предприятия могут снизить свои затраты на производство товаров или услуг. Однако, необходимо учитывать и риски, связанные с международной торговлей. Открытие для глобальных рынков может привести к усилению конкуренции, особенно со стороны крупных международных корпораций. В свою очередь, это может привести к снижению цен на товары и услуги, что негативно отразится на прибыли предприятий. Также, возможные торговые барьеры, такие как таможенные пошлины или санкции, могут серьезно ограничить доступ предприятий на международные рынки и создать дополнительные расходы и препятствия для их развития. В целом, несмотря на риски, международная торговля предоставляет предприятиям возможность расти и развиваться на мировом уровне. Они могут установить партнерские отношения с компаниями из других стран, что приведет к обмену опытом и технологиями, а также к повышению качества продукции и эффективности процессов производства. Правильное использование преимуществ международной торговли позволяет предприятиям укрепить свою позицию на рынке и повысить свою конкурентоспособность, несмотря на сложности, с которыми они также могут столкнуться в этом процессе [4].

### **Библиографический список**

1. Мухаметова, Л.Р. Инновационное развитие региональной экономики / Л.Р. Мухаметова, И.Г. Ахметова // Инновационные кластеры в цифровой экономике: Теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С. 298–302.

2. Дюдина, О.В. Оценка влияния санкций на конкурентоспособность продовольственных товаров в РФ / О.В. Дюдина, А.С. Маадыр-Оол // Церевитиновские чтения – 2023. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Москва. – 2023. – С. 188–189.

3. Гудкова, М.В. Международная торговля как фактор устойчивого развития предприятий / М.В. Гудкова // Вестник Международного университета туризма и экологии. – 2020. – № 1 (43). – С. 105–110.

4. Исакович, А. А. Роль международной торговли в развитии экономики предприятий / А. А. Исакович // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 6. – С. 65–68.

5. Малахов, К. В. Международная торговля: теория и практика / К. В. Малахов. – М.: Альпина Нон-Фикшн, 2020. – 320 с.

© Рустимова А.Ш., 2023



Е.А. СТЕПАНОВА

*liza12.10.02@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

*Аннотация:* в статье представлено исследование факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия в энергетической отрасли. А также рассмотрен системный подход к анализу конкурентоспособности, который включает оценку внутренних и внешних факторов и различные методы и модели анализа конкурентоспособности энергетического предприятия.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность; факторы конкурентоспособности; методы конкурентоспособности; энергетика; энергетическое предприятие.

Мировой энергетический рынок всегда находится в состоянии трансформации. Это обусловлено быстрым развитием и распространением инновационных технологий, а также изменением энергетической политики ряда лидирующих стран, так как они стремятся к энергоэффективности экономики и повышению уровня энергетической безопасности.

В России же ключевую роль в экономике и формировании ВВП играют предприятия ТЭК. Также большое значение имеет борьба за рынки сбыта энергоресурсов. Это влияет на формирование новых факторов конкуренции и повышении уровня конкурентоспособности предприятий.

Факторы конкурентоспособности на энергетическом предприятии могут быть различными и зависят от конкретной ситуации на рынке энергетики. За счет того, что внутренние факторы легче поддаются изменениям посредством принятия управленческих решений, целесообразнее рассматривать именно их во время анализа конкурентоспособности предприятий ТЭК. К основным внутренним факторам конкурентоспособности энергетических предприятий можно отнести [1]:

1. Эффективность использования ресурсов. Важным фактором является эффективное использование энергетических ресурсов для производства энергии. Это включает в себя оптимизацию процессов, снижение потерь и улучшение полезного использования энергии.

2. Надежность и качество поставки. Потребители энергии стремятся получать надежное и качественное энергоснабжение. Поэтому, энергетическое предприятие должно обеспечивать стабильную поставку энергии без перебоев и соблюдать высокие стандарты качества.

3. Цена и конкурентные тарифы. Цена играет значительную роль в выборе энергетического поставщика. Предприятие должно предоставлять конкурентные

тарифы, которые отражают реальные затраты на производство и обслуживание энергии.

4. Инновации и технологический прогресс. Применение новых технологий и инноваций позволяет повысить эффективность производства энергии и снизить экологическую нагрузку. Энергетическое предприятие, обладающее передовыми технологиями, может быть более конкурентоспособным на рынке.

5. Экологическая ответственность. Современные потребители все больше обращают внимание на экологическую составляющую потребляемой энергии. Предприятие, которое активно заботится об экологии и применяет энергоэффективные технологии, может привлечь больше клиентов и повысить свою конкурентоспособность.

6. Клиентоориентированность. Удовлетворение потребностей клиентов и предоставление качественных услуг – один из важных факторов конкурентоспособности. Энергетическое предприятие должно предлагать гибкие условия работы с клиентами, предоставлять индивидуальные решения и оперативно реагировать на запросы и проблемы клиентов.

Различные факторы могут иметь различное значение для каждого энергетического предприятия в зависимости от его стратегии и особенностей рынка, но эти факторы обычно играют ключевую роль в конкурентоспособности на энергетическом рынке.

В экономической теории есть несколько методов анализа конкуренции энергетических предприятий, которые основываются на использовании различных инструментах управления. К ним можно отнести такие методы как анализ портфеля клиентов, анализ рыночной доли, SWOT-анализ, анализ системы ценностей, анализ рисков, а также исследование конкурентов рынка и различные маркетинговые исследования [2].

Эти и другие методы анализа конкуренции могут помочь энергетическому предприятию лучше понять свою позицию на рынке и разработать эффективные стратегии для удержания и привлечения клиентов.

Анализ конкуренции на энергетическом предприятии включает в себя оценку основных конкурентов компании и их стратегий, анализ рыночной доли, определение сильных и слабых сторон компании в сравнении с конкурентами, а также оценку возможностей для роста и улучшения своей позиции на рынке. К основным шагам проведения анализа конкурентоспособности энергетического предприятия относятся [3]:

1) идентификация конкурентов – определите основных игроков на рынке энергетических услуг, включая государственные и частные компании, работающие в том же регионе или секторе;

2) сбор данных – проведите исследование для сбора информации о конкурентах, включая данные об их рыночной доле, выручке, клиентской базе, репутации и стратегиях;

3) анализ рыночной доли – определите долю конкурента на рынке энергетических услуг. Это может быть основой для сравнения и оценки его позиции на рынке;

4) исследование стратегий конкурентов – изучите стратегии, используемые конкурентами для привлечения и удержания клиентов, включая ценообразование, маркетинговые акции, развитие новых продуктов и услуг. Оцените, насколько эти стратегии успешны и как они могут повлиять на ваше предприятие;

5) сравнение сильных и слабых сторон – определите основные преимущества и недостатки вашего предприятия по сравнению с конкурентами. Это может быть связано с технологическими возможностями, инфраструктурой, стоимостью, экологическими показателями и т. д.;

6) определение возможностей для роста – идентифицируйте области, где ваше предприятие может улучшить свою позицию на рынке и превзойти конкурентов. Это может быть связано с развитием новых продуктов или услуг, улучшением качества обслуживания клиентов, снижением издержек или разработкой экологически устойчивых решений.

Оценка и анализ конкурентной среды необходимо энергетическому предприятию для определения своей уникальности на рынке и разработки стратегии, которая поможет добиться конкурентного преимущества на рынке [3].

Таким образом, анализ конкурентоспособности энергетического предприятия необходим для определения его позиции на рынке и разработки эффективной стратегии развития. А также анализ конкуренции на энергетическом предприятии помогает выявить возможности и проблемы, улучшить конкурентоспособность и обеспечить успешное развитие.

### **Библиографический список**

1. Юшков, И.В. Актуальные факторы конкурентоспособности предприятий топливно-энергетического комплекса с учетом современных тенденций глобального энергетического рынка / И.В. Юшков, Ю.Д. Дроздова // РППЭ. – 2020. – № 5 (115). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-factory-konkurentosposobnosti-predpriyatij-toplivno-energeticheskogo-kompleksa-s-uchetom-sovremennyh-tendentsiy> (дата обращения: 23.10.2023).

2. Мухаметова, Л.Р. Инновационное развитие региональной экономики / Л.Р. Мухаметова, И.Г. Ахметова // Инновационные кластеры в цифровой экономике: Теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С. 298–302.

3. Афанасьев, В.Я., Кузьмин В.В. О методологических аспектах развития конкуренции на электроэнергетическом рынке / В.Я. Афанасьев, В.В. Кузьмин // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2022. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-metodologicheskikh-aspektah-razvitiya-konkurentsii-na-elektroenergeticheskom-rynke> (дата обращения: 23.10.2023).

4. Дюдина, О.В. Оценка влияния санкций на конкурентоспособность продовольственных товаров в РФ / О.В. Дюдина, А.С. Маадыр-Оол // Церевитиновские чтения – 2023. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Москва. – 2023. – С. 188–189.

А.Н. ФРОЛОВА

*Frolova.Anastasiya1999@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р техн. наук, проф. Л.А. ИСМАГИЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭКОНОМИКО-СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются состояние и тенденции развития туристической отрасли в Республике Башкортостан, анализируются особенности деятельности автономной некоммерческой организации «Центр стратегических разработок Республики Башкортостан» и оценивается роль организации в развитии исследуемого отраслевого рынка. На основе проведенных исследований формируется перечень мероприятий стратегической направленности.

*Ключевые слова:* экономико-стратегический анализ, туристическая отрасль, автономная некоммерческая организация.

Индустрия путешествий и туризма, и прямо, и косвенно, вносит значительный вклад в ВВП разных стран. При этом важную роль играют географические, культурные и исторические ценности, которые принадлежат стране. Влияют на развитие отрасли общественно политические ситуации, которые формируют и перенаправляют туристические потоки. Российская Федерация (РФ) и Республика Башкортостан (РБ) развивают туристический рынок с учетом общемировых тенденций. Анализ изменения доли рынка в валовом внутреннем продукте (ВВП) России свидетельствует, что в 2021 году в общей сложности доля составила почти 4,9 трлн. рублей. И по сравнению с предыдущим годом, когда вклад значительно снизился из-за Covid-19, значение увеличилась почти на 33% [1].

Рынок туристских услуг подразделяется на рынок международного туризма, который включает в себя прием зарубежных туристов и отправка туристов из России за рубеж, и рынок внутреннего туризма – путешествия жителей России по своей стране. Активно развиваются рынки клубного отдыха, медицинский туризм и рынок круизов. Как показывают данные статистических опросов, большинство туристов путешествуют, чтобы познакомиться с культурой, различными традициями и гастрономией принимающего места, что очень выгодно местным торговым центрам, магазинам и ресторанам.

В связи с внешней мировой политической ситуацией въездной туризм в Россию уменьшился. По итогам трех кварталов 2022 года въездной турпоток, согласно отчёту Ассоциации туроператоров, составил 147,4 тыс. поездок иностранных граждан, что на 99,5% меньше, чем за этот же период в 2019 году и на 16% меньше, чем в «жестком ковидном» 2021 году.

Согласно отчётам Ассоциации туроператоров в 2022 году во многих регионах Российской Федерации объёмы организованных потоков превзошли уровень 2019 года. В 2022 году в России общий турпоток увеличился на 7%, а количество туристов, в среднем по стране – на 16%. Прекращение работы в России некоторых зарубежных систем бронирования привело к развитию новых внутренних туристических направлений по России, которые поддерживают собственные системы бронирования и коммуникаций. Доля туроператоров на внутреннем рынке увеличивается второй год подряд. По предварительным оценкам за 2022 год рост изменится с 23% до 30% [2].

Независимо от внешнеполитической ситуации и развития отношений с западными странами экспертами прогнозируются высокие темпы развития внутреннего туризма во всех субъектах Российской Федерации.

Наличие природных туристско-рекреационных ресурсов легло в основу развития и специализации туристской индустрии Республики Башкортостан. В республике более 800 пещер, более 2 тысяч озёр, 3 государственных заповедника и национального природного парка, более 3 тысяч памятников истории, искусства, культуры, археологии. В регионе имеется множество минеральных источников, тепловых проявлений и грязей, обладающих лечебно-профилактическими свойствами, на базе которых организована деятельность более 30 санаториев.

Туристский потенциал Башкортостана способствует развитию следующих видов туризма: экотуризм, этнотуризм, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивно-приключенческий, событийный, религиозный, мистический, сельский, круизный, научно-образовательный.

По итогам 2022 года Башкортостан – один из лидеров в Приволжском федеральном округе по показателям в сфере туризма. Республика в первой тройке по таким показателям, как туристический поток, численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения, объем оказанных платных услуг в сфере туризма, востребованность курортов [3].

Башкортостан за последние три года входит в топ-20 национального туристического рейтинга Российской Федерации. По итогам данного рейтинга республика в 2020 году заняла 9 место, в 2021 году – 12 место, в 2022 году – 11 место [4, 5, 6].

Согласно Стратегии развития туризма в Республике Башкортостан на период до 2035 года основными сдерживающими факторами развития исследуемой отрасли являются [7]:

1. Отсутствие объективной статистики для разработки целевых профилей по сегментам клиентов и структуре среднего чека.

2. Низкие предпринимательские навыки участников индустрии. Недостаточное количество крупных событийных мероприятий.

3. Низкая активность по продвижению туристических брендов. Отсутствие брендовых турпродуктов и информационных порталов их продвижения и др.

4. Отсутствие концепции водной рекреации. Недостаток оборудованных точек притяжения туристов, в том числе для фото и видео контента, особенно в Уфе.

К недостаткам и сдерживающим факторам также можно отнести однообразие бизнесов развитых на рынке в форме турфирм и индивидуального предпринимательства. Автономные некоммерческие организации, как правило, являются подведомственными структурами, имеют бюджетную поддержку и слабо представлены в бизнесе. Согласно ст. 2 Федерального закона № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Что касается российских некоммерческих организаций в целом, то, несмотря на ужесточение требований к их деятельности, эти организационно-правовые формы остаются выгодным способом ведения бизнеса. Однако формирование финансовых потоков, целеполагание и особенности бизнес-моделей деятельности АНО выдвигают особые требования к ведению бизнеса в туристической области.

Основным видом деятельности автономной некоммерческой организации «Центр стратегических разработок Республики Башкортостан» является проектная деятельность: анализ отраслей экономики, поиск новых инвестиционных ниш в регионе, поиск инвестора, упаковка идеи в проект, сопровождение реализации проекта [8]. Прорывными стратегически важными направлениями, получившими федеральную поддержку, стали два инновационных проекта: создание отрасли беспилотной гражданской авиации и создание Федерального центра технологий печати и микроэлектроники.

Выявление привлекательных туристических ниш и обоснование экономической целесообразности его внедрения является одним из прорабатываемых направлений деятельности организации. Во время зональных форумов, проводимых АНО «ЦСР РБ», одной из тем обсуждения было развитие туризма на территориях сельских поселений.

Проведенный экономический анализ динамики и структуры активов Центра за период 2020–2022 годы показал, что в организации преобладают оборотные активы, что свидетельствует о хорошей финансовой устойчивости организации. За весь анализируемый период наибольшее влияние на изменение пассива баланса оказало увеличение целевого финансирования.

В 2022 г. увеличилось субсидирование Центра, которое связано с развитием организации, увеличением численности, а также ростом количества проводимых социальных мероприятий, конференций, стратегических сессий и деловых бизнес-игр. С развитием организации выросли расходы на целевые мероприятия, расходы на содержание аппарата управления, расходы на приобретение основных средств. Так как организация является подведомственной и субсидируемой, то одним из основных отчетов деятельности является отчет о целевом использовании денежных средств. Поэтому один из «недостатков деятельности» – зависимость организации от целевого финансирования.

На основе анализа тенденций развития рынка туристско-рекреационных услуг Республики Башкортостан, обобщённой характеристики деятельности АНО «ЦСР РБ», оценки особенностей формирования финансовых потоков организации, был сделан SWOT-анализ, который представлен в табл. 1.

**SWOT-анализ деятельности АНО «ЦСР РБ» на рынке туристско-рекреационных услуг**

<b>Матрица SWOT-анализ</b>	<b>Возможности (О)</b> О1 – использование отечественных программ для анализа больших данных; О2 – поиск новых туристических маршрутов; О3 – сотрудничество с образовательными и IT-организациями; О4 – использование статистического ресурса (ГАСУ) для отраслевого анализа	<b>Угрозы (Т)</b> Т1 – потеря сотрудничества с рядом стран в связи с политической ситуацией (санкции); Т2 – сложность привлечения инвесторов к участию в гос. проектах из-за низкого уровня доверия бизнеса к государству; Т3 – потеря кадровых ресурсов, в том числе и IT-специалистов, из-за оттока кадров
<p><b>Сильные стороны (S)</b> S1 – наличие прорывных проектов; S2 – многоотраслевой спектр деятельности; S3 – абсолютная финансовая устойчивость; S4 – активная деятельность по привлечению инвестиций; S5 – мониторинг социально-экономического положения РБ; S6 – активное SMM-продвижение; S7 – абсолютно ликвидный баланс организации; S8 – независимость от внешних источников финансирования</p>	<p>1. Разработка региональной системы мониторинга показателей рынка туристско-рекреационных услуг в рамках «Системы опережающих индикаторов» (О1, О3-S5). 2. Создание новой точки притяжения в РБ: открытие нового туристического объекта (О2, О3-S4)</p>	<p>1. Разработка мероприятий и инструментов для улучшения состояния и дальнейшего развития рынка туристических услуг в Республике Башкортостан (Т1– S2, S5). 2. Привлечение бизнеса республики к взаимодействию с государством путём заключения ГЧП соглашений для улучшения туристической инфраструктуры в регионе (Т2 – S4); 3. Привлечение молодых IT-специалистов к тестированию (корректировке) разработанных аналитических программ (Т3-S6)</p>
<p><b>Слабые стороны (W)</b> W1 – недоукомплектованный штат сотрудников; W2 – недоработанная политика мотивации; W3 – зависимость от целевого финансирования; W4 – отсутствие данных по отдельным показателям</p>	<p>1. Получение доступа к аналитическим серверам министерств и ведомств для анализа показателей туристической отрасли в регионе (О4-W4)</p>	<p>1. Разработка новой программы стажировок в организации для привлечения начинающих специалистов разных направлений (Т3-W1); 2. Разработка внутренней эффективной системы мотивации сотрудников с целью сокращения текучести (Т3-W2)</p>

В рамках стратегического анализа были предложены два проекта:

1. «Разработка региональной системы мониторинга показателей рынка туристско-рекреационных услуг в РБ»;

2. «Создание новой точки притяжения: открытие нового туристического объекта» с целью развития внутреннего туризма и увеличения турпотока в регион.

Итогом проведенного экономико-стратегического анализа является обоснование плана совместных мероприятий для АНО «ЦСР РБ» (как инициатора проекта создания новой точки притяжения в РБ: открытие нового туристического объекта), Министерства предпринимательства и туризма РБ, АНО «Центр развития туризма РБ», Министерства цифрового развития государственного управления РБ, направленных на развитие туристической отрасли.

### Библиографический список

1. Общий вклад путешествий и туризма в валовой внутренний продукт (ВВП) России с 2019 по 2021 год // Statista [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/895110/travel-tourism-total-gdp-contribution-russia/>.

2. Предварительные итоги туристического 2022 года» // Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/50839?ysclid=lcka771qz9375013168>.

3. «Башкортостан - один из лидеров в ПФО по показателям в сфере туризма по итогам 2022 года» // Инвестиционный портал Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investrb.ru/ru/bashkortostan/potential/priority-sectors/tourism/>.

4. Национальный туристический рейтинг-2020 // Национальный рейтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia-rating.ru/info/18797.html?ysclid=leb5qbm3bf827886225>.

5. Национальный туристический рейтинг-2021 // Национальный рейтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia-rating.ru/info/20156.html?ysclid=leb5ooregb489787215>.

6. Национальный туристический рейтинг-2022 // Национальный рейтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia-rating.ru/info/21283.html?ysclid=leb70oizqb461069912>.

7. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 29 июля 2022 года № 429 «Об утверждении Стратегии развития туризма в Республике Башкортостан на период до 2035 года» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических элементов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/406193231?ysclid=lmlxwdbwzq568458085>.

8. Автономная некоммерческая организация «Центр стратегических разработок Республики Башкортостан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://csr-rb.ru/>.

© Фролова А.Н., 2023



УДК 621.311.1.003(07)

Г.И. ХАБИБУЛЛИНА

*Lolkhabib34@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются особенности экономической деятельности в энергетической сфере. Анализируются факторы, влияющие на развитие отрасли. Также обсуждаются проблемы, связанные с эффективностью использования ресурсов и экологическими последствиями производства энергии. В общем и целом, статья подчеркивает важность учета экономических факторов при разработке стратегий развития энергетической сферы.

*Ключевые:* энергетическая сфера, инвестиции, экономика, экологические аспекты, энергоснабжения, макроэкономические параметры.

Энергетический сектор является одной из важнейших отраслей экономики, так как обеспечивает не только производство и потребление энергии, но и развитие всех других отраслей экономики. Особенности экономической деятельности в энергетическом секторе обусловлены специфическими характеристиками этой отрасли.

Во-первых, энергетическая сфера характеризуется высоким уровнем инвестиций. Для строительства и обслуживания энергетических объектов требуется значительное финансирование. Вместе с тем, длительный период окупаемости проектов в энергетической отрасли может стать препятствием для привлечения инвесторов. (Структура затрат инвестиций на примере: АО «Сетевая компания» – Основной объем инвестиций в рамках инновационной деятельности (98%) приходится на внедрение технологических инноваций, которые связаны с исследованием и разработкой новых программных продуктов, услуг и методов их производства или передачи. Оставшиеся 2% приходятся на маркетинговые, экологические и организационные инновации, связанные с реализацией новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, способов поддержания и развития предоставляемых услуг) [2].

Во-вторых, в энергетической сфере происходит постоянное взаимодействие между государством и частными предприятиями. Государственное регулирование является неотъемлемой частью функционирования этой отрасли, так как энергетика имеет стратегическое значение для обеспечения экономической безопасности страны. Энергосистема контролируется государством через частичное или полное государственное управление, либо через регулирование и контроль со стороны государственных органов.

Третьим аспектом является необходимость учёта экологических аспектов в энергетической деятельности. С развитием экономики и увеличением потребления энергии возрастает уровень выбросов различных вредных веществ в атмосферу. Поэтому необходимо проводить меры по снижению экологической нагрузки энергетической отрасли путем внедрения экологически чистых технологий и использования возобновляемых источников энергии. Например, для АО «Сетевая компания» основными целевыми ориентирами являются: обеспечение и повышение уровня экологической безопасности при развитии электросетевого комплекса Компании, развитие системы управления природоохранной деятельностью, мониторинг и анализ ключевых характеристик экологически значимых аспектов, разработка и выполнение мероприятий, направленных на предотвращение (снижение) техногенного воздействия на окружающую среду при осуществлении производственной деятельности Компании [2].

Одной из особенностей экономической деятельности в энергетической сфере является важность обеспечения надежности энергоснабжения. Постоянная потребность в энергии требует создания надежной системы поставок, содержания и обслуживания энергетических объектов, а также наличия резервных возможностей для сглаживания сезонных колебаний спроса.

Например, АО «Сетевая компания» в Республике Татарстан продолжает осуществление проекта «Развитие работ под напряжением» с целью повышения надежности электроснабжения потребителей. В филиале Казанские электрические сети функционирует единственная в регионе бригада, работающая без отключения потребителей на воздушных линиях с напряжением 500 кВ. Такое инновационное решение позволяет обеспечить непрерывное электроснабжение и увеличить надежность работы системы. Осуществление работ под напряжением имеет ряд преимуществ. Во-первых, отсутствует необходимость в отключении энергоснабжения, что минимизирует простои и потери на производстве. Во-вторых, это позволяет сократить время и затраты на ремонтные работы. В-третьих, такой подход улучшает качество обслуживания потребителей, так как отключение электроэнергии приводит к неудобствам и проблемам для жителей и предприятий. Такие проекты по повышению надежности энергоснабжения являются неотъемлемой частью деятельности компаний в энергетической сфере. Они способствуют обеспечению стабильной работы электроснабжения, улучшению условий жизни потребителей и развитию региональной экономики [7].

Наконец, энергетический сектор является глобальным по своей природе, так как многие страны импортируют энергоресурсы для удовлетворения потребностей своих экономик. Поэтому энергетическая сфера связана с нестабильностью цен на энергоносители, валютными рисками и политическими факторами.

В настоящее время наблюдается усиление противоречий и возникновение трудностей из-за недостаточной научной проработанности основных вопросов экономической реформы и, связанных прежде всего с вопросов повышения конкурентоспособности предприятий, в том числе энергетических компаний. В

связи с этим, актуальными задачами становятся изменение организационной структуры электроэнергетики в направлении создания конкурентной среды и поиска рыночных механизмов, необходимых для стратегий эффективного управления и развития энергетических компаний. Помимо этого, знакомство с основами современных рыночных отношений необходимо как потребителям, так и производителям электроэнергии [1].

При эффективном использовании создаются необходимые предпосылки для вывода экономики страны на путь устойчивого развития, обеспечивающего рост благосостояния и повышение уровня жизни населения.

В 2022 году российский ТЭК столкнулся с уникальными вызовами, связанными с беспрецедентными внешними давлениями и ожесточенными санкциями. Однако, несмотря на эти препятствия, энергетические компании России успешно справились с задачей и выполнили прогнозируемый рост энергопотребления на 1,5% (г/г), установленный Минэнерго.

Одним из факторов, влияющих на успешное завершение года, является ориентация сектора на внутренний рынок. Это позволило минимизировать воздействие геополитических шоков на отрасль. Вместо внешнего зависимого рынка, энергетические компании сфокусировали свое внимание на укреплении внутреннего спроса и развитии внутреннего рынка, что позволило увеличить стабильность и независимость от внешних факторов.

Также следует отметить, что макроэкономические параметры, такие как структура, эффективность, благосостояние, экспорт и импорт, также оказали положительное влияние на бизнес энергетических компаний. Несмотря на сложные внешние условия, страна смогла поддержать рост экономики и обеспечить благоприятный климат для развития отрасли. Это создало благоприятные условия для роста энергопотребления и успешной работы компаний.

Таким образом, российская энергетика в 2022 году продемонстрировала высокую оригинальность и способность адаптироваться к сложным условиям. Ее фокусировка на внутреннем рынке и использование макроэкономических параметров помогли минимизировать воздействие внешних факторов и обеспечить успешное завершение года [2].

Вывод: Энергетическая сфера является одной из ключевых отраслей экономики и имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при ее развитии. Высокий уровень инвестиций обусловлен необходимостью строительства и обслуживания энергетических объектов, а также длительным периодом окупаемости проектов. В то же время, для привлечения инвесторов необходимо разработать механизмы, которые сократят этот период. Недостаточная научная проработка основных вопросов экономической реформы и повышения конкурентоспособности энергетических компаний создает трудности, которые необходимо преодолеть. Трансформация организационной структуры электроэнергетики в направлении создания конкурентной среды и поиска рыночных механизмов является актуальной задачей. В целом, эффективное использование энергетического сектора способствует устойчивому развитию экономики, росту благосостояния и повышению уровня жизни

населения. Несмотря на все вызовы и внешнее давление, российская энергетика успешно справляется со своими задачами и реализует прогнозы.

### Библиографический список

1. Чарышкина, А.В. Особенность экономики в энергетической отрасли / А. В. Чарышкина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 12 (146). – С. 373–376. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/146/41076/> (дата обращения: 18.10.2023).

2. Интегрированный годовой отчет за 2022 г. / АО «Сетевая компания» (Акционерное общество «Сетевая компания»). – 2023. – № 48. – С. 51–103. – Режим доступа: <https://gridcom-rt.ru/> (дата обращения: 19.10.2023).

3. Можяева, С.В. Экономика энергетического производства: учеб. пособие. 6-е изд., доп. и перераб. – Спб.: Издательство «Лань», 2011. – 272 с.

4. Бушуев, В.В. Мировая энергетика: состояние, проблемы, перспективы. М.: ИАЦ Энергия, 2007. – 664 с.

5. Экономика энергетики : учеб. пособие / А.В. Панова; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2013. – 87 с.

6. Мухаметова, Л.Р. Повышение энергоэффективности функционирования объектов производственной инфраструктуры топливно-энергетического комплекса региона: специальность 08.00.05: автореферат на соискание канд. экон. наук / Л.Р. Мухаметова. – 2017. – 162 с.

7. Мухаметова, Л.Р. Проблемы повышения энергоэффективности теплоснаб. жающих организаций / Л.Р. Мухаметова, И.Г. Ахметова, Т.Р. Ахметов // Энергетика Татарстана. – 2016. – № (41). – С. 52–56.

8. Дюдина, О.В. Развитие системы управления качеством услуг розничной торговли: специальность 08.00.05: автореферат на соискание канд. экон. наук / О.В. Дюдина. – 2014. – 168 с.

© Хабибуллина Г.И., 2023

А.А. ЧУГАЙНОВА

*chugainovaa23@ya.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **ИМПАКТ-ИНВЕСТИРОВАНИЕ: КАК ОНО ИЗМЕНЯЕТ ЭКОНОМИКУ И УЛУЧШАЕТ ОРГАНИЗАЦИЮ ПРОИЗВОДСТВА**

*Аннотация:* данная статья рассматривает концепцию импакт-инвестирования и его влияние на экономику и организацию производства. Импакт-инвестирование предполагает инвестирование средств в проекты, которые имеют положительное социальное и экологическое воздействие. Статья описывает примеры успешного импакт-инвестирования, такие как развитие возобновляемой энергетики, образования и борьбы с бедностью.

*Ключевые слова:* импакт-инвестирование; экономика; организация производства; социальное воздействие; экологическое воздействие; возобновляемая энергетика; образование; бедность; этический выбор.

В последние годы понятие импакт-инвестирования стало все более популярным в мире экономики. Концепция данного термина уходит своими корнями в понимание того, что бизнес и экономика не могут существовать в отрыве от общества и окружающей среды. Она основана на принципах устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса. Импакт-инвестирование не просто стремится получить финансовую прибыль, но и имеет цель создать положительное социальное и экологическое воздействие на мир. Оно является эффективным механизмом для изменения экономики и улучшения организации производства.

Одной из основных целей импакт-инвестирования является решение социальных и экологических проблем, с которыми сталкиваются современные общества. Это может быть поддержка проектов, направленных на борьбу с бедностью, улучшение качества образования и здравоохранения, развитие экологически чистых технологий и другие инициативы, способствующие устойчивому развитию. Импакт-инвестирование позволяет совмещать финансовую выгоду с социальной ответственностью, что делает его привлекательным для инвесторов [2].

Влияние импакт-инвестирования на экономику может быть значительным. Первое, оно стимулирует развитие инноваций и новых технологий. Инвесторы, ориентированные на импакт, часто выбирают проекты, которые предлагают новые решения для социальных и экологических проблем. В результате, появляются новые товары и услуги, которые могут преобразить отрасли и секторы экономики.

Второе, импакт-инвестирование способствует улучшению организации производства. Компании, получающие инвестиции с социальной и экологической составляющей, обычно обязаны соблюдать определенные стандарты в своей деятельности. Это может включать снижение выбросов вредных веществ, эффективное использование ресурсов, создание рабочих мест справедливой оплатой труда и другие меры, направленные на устойчивое развитие. Такие требования стимулируют компании к поиску инноваций и повышению эффективности своих производственных процессов.

Одним из примеров успешного импакт-инвестирования является развитие возобновляемой энергетики. Инвестирование в солнечные и ветровые электростанции, гидроэнергетику и другие источники возобновляемой энергии не только снижает зависимость от нефти и газа, но и сокращает выбросы парниковых газов, способствуя борьбе с изменением климата.

Наконец, импакт-инвестирование способствует развитию локальных экономик и улучшению качества жизни населения. Инвестиции в малые и средние предприятия могут способствовать созданию новых рабочих мест и повышению доходов в регионах. Кроме того, поддержка социальных и экологических проектов может улучшить доступ к образованию, здравоохранению и другим услугам, что приводит к повышению уровня жизни.

Инвестиции в развитие образования позволяют улучшить доступ к образовательным возможностям для всех слоев населения, особенно для детей из малообеспеченных семей и отдаленных районов. Такие инвестиции могут включать строительство новых школ, улучшение качества образования, обеспечение доступа к современным технологиям и обучению педагогов. Это помогает создать равные возможности для всех и способствует социальной мобильности.

Импакт-инвестирование также может быть направлено на борьбу с бедностью и неравенством. Инвестиции в микрофинансирование и социальные предпринимательские проекты позволяют предоставить доступ к финансовым услугам и создать новые рабочие места для людей с низким уровнем дохода. Такие проекты стимулируют экономическое развитие и улучшают жизнь людей, позволяя им стать самостоятельными и достойно проживать. [2]

Несколько примеров компаний, связанных с импакт-инвестированием:

1. Patagonia – известная компания по производству одежды и снаряжения для активного отдыха. Они являются пионерами в области устойчивого бизнеса и активно вкладываются в проекты, связанные с охраной окружающей среды и устранением климатических изменений.

2. Danone – признанный производитель пищевых продуктов. Они стремятся не только создавать продукты, способствующие здоровому образу жизни, но и улучшать условия жизни местных сообществ, с которыми взаимодействуют. Компания активно инвестирует в проекты, направленные на повышение доступности пищи, обеспечение справедливых рабочих условий и поддержку детей в развивающихся странах.

3. Tesla – ведущий производитель электромобилей. Это прекрасный пример компании, связанной с импакт-инвестированием в области экологической

устойчивости. Tesla стремится снизить уровень выбросов парниковых газов и влияние автомобильной промышленности на окружающую среду, предлагая инновационные и эффективные альтернативы традиционным автомобилям с двигателем внутреннего сгорания.

4. The Body Shop – мировая компания, производящая косметические и кожаные изделия. Они активно отстаивают ценности в области этического бизнеса, заботы о животных и справедливой торговли. Компания активно инвестирует в проекты, направленные на поддержку сообществ и охрану окружающей среды.

Важно отметить, что импакт-инвестирование является не только деловой стратегией, но и этическим выбором. Инвесторы, ориентированные на импакт, стремятся создать долгосрочную ценность и оказать положительное воздействие на общество и окружающую среду. Они учитывают не только финансовые показатели, но и социальные и экологические факторы при принятии решений об инвестициях.

В Российской Федерации сегодня существует некоторое количество компаний, которые занимаются импакт-инвестированием. Однако, на данный момент этот вид инвестирования ещё не получил широкого распространения. Многие инвесторы до сих пор считают, что главная цель инвестирования - это заработок денег, а не решение социальных и экологических проблем [3].

И все же в последние годы можно наблюдать рост интереса к таким инвестициям, выделим несколько проектов существующих в РФ:

1. Проект ПАО «Газпром» «Друзья Петербурга» [4].

Создан для сохранения культурно-исторического наследия города, а также его идентичности. Популяризирует профессии, связанные с реставрацией, развитием городской среды и музейным делом. Основная аудитория – учащиеся, студенты и молодые специалисты.

2. Академия бизнеса банка «Открытие» [5].

На платформе представлены различные вебинары, статьи, бизнес-кейсы и другие инструменты изучения предпринимательского дела для тех, кто планирует начать или уже открыл свой бизнес. Доступ к онлайн-журналу доступен абсолютно каждому желающему на безвозмездной основе.

3. Genotek [6].

Изначально студенческий, проект выпускников МГУ превратился в крупный сервис предоставляющий с помощью ДНК-теста доступ к генетической информации, которая повысит качество жизни человека. Тест предоставляет полный отчет о генах, здоровье и рисках, а также предоставляет рекомендации в питании, спорте и способностях организма.

Импакт-инвестирование является мощным инструментом изменения экономики и улучшения организации производства. Оно способствует развитию новых технологий, повышению эффективности и ответственности бизнеса, созданию рабочих мест, улучшению качества жизни и борьбе с социальными и экологическими проблемами. Импакт-инвестирование показывает, что бизнес может быть силой для добра и прогресса, и становится все более важным и неотъемлемым элементом современной экономики. В итоге, импакт-

инвестирование способствует устойчивому развитию общества и приносит пользу всем его участникам.

### Библиографический список

1. Мухаметова, Л.Р. Общие подходы к разработке методики распределения источников финансирования инвестиционных программ теплоснабжающих организаций / И.Г. Ахметова, Т.Р. Ахметов, Л.Р. Мухаметова // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. – 2020. – № 2(54). – С. 199–207. – EDN LSUTTF.

2. Дюдина, О.В. Категорийный менеджмент как инструмент торгового маркетинга крупной торговой сети / А.И. Камашева, О.В. Дюдина // Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народно-хозяйственных комплексов : Сборник статей XIV Международной научно-практической конференции, Пенза, 24–25 мая 2023 года / Под научной редакцией Ф.Е. Удалова, В.В. Бондаренко. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – С. 101–104. – EDN PKCFDG.

3. Казакова, Н.В., Славнецкова, Л.В. Теоретические и практические аспекты развития импакт-инвестирования в современной экономике // Инновационная деятельность. – 2020. – № 1 (52). – С. 56–64.

4. Пестрикова, А.А. Импакт-инвестирование: мировой и российский опыт // Экономические и социальные проблемы России. – 2022. – № 1. – С. 95–110.

5. Многофункциональный социальный проект «Друзья Петербурга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spbfriends.ru/media> (дата обращения: 17.10.23).

6. Академия бизнеса банка «Открытие» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://academyopen.ru/> (дата обращения: 17.10.23).

7. О компании // Genotek [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.genotek.ru/about/> (дата обращения: 17.10.23).

© Чугайнова А.А., 2023



Л.Р. ШАРИПОВА

*sharipova-lenara@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.П. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РОССИИ И КИТАЯ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* цифровая экономика является ключевым аспектом в современном мире, существенно влияющим на развитие государств и их конкурентоспособность на международном уровне. В данной статье проводится сравнительная характеристика цифровой экономики России и Китая, с целью выявления их сходств и различий, а также перспектив развития данных стран в данной сфере.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, рейтинг, цифровая конкурентоспособность, факторы, лидеры, национальная экономика, информационные технологии.

С развитием информационных технологий и цифровых коммуникаций цифровая экономика стала ключевым фактором роста и развития в современном мире. Россия ставит амбициозную цель войти в мировые цифровые лидеры в условиях доминирования Китая и США. Научный и практический интерес представляет исследование сравнительной характеристики и перспектив развития цифровой экономики России и Китая. Это имеет большое значение для понимания особенностей и успехов данных стран в данной сфере и для выявления потенциала и перспектив развития цифровой экономики в будущем и для выявления потенциала сотрудничества между странами

Цель данной научной статьи заключается в проведении сравнительного анализа цифровой экономики России и Китая, в выявлении и описании их основных характеристик, а также в определении перспектив развития в контексте общегосударственной стратегии.

Основываясь на сравнительном анализе, будут выявлены ключевые факторы успеха и достижения цифровой экономики каждой страны.

Национальные проекты по цифровой экономике России и Китая:

1) Национальный проект «Цифровая экономика» – один из национальных проектов в России на период с 2019 по 2024 годы. С февраля 2020 года руководитель проекта – министр цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Максуд Шадаев, куратор – вице-премьер Дмитрий Чернышенко. В состав национального проекта «Цифровая экономика» включены следующие федеральные проекты:

- «Информационная инфраструктура»;
- «Информационная безопасность»;

- «Искусственный интеллект»;
- «Кадры для цифровой экономики»;
- «Нормативное регулирование цифровой среды»;
- «Цифровые технологии»;
- «Цифровое государственное управление» [1].

2) Национальная программа по цифровой экономике – проект, принятый в 2021 году, «Видение 2035», в котором намечены меры по достижению полной независимости страны в организации цепочек поставок с помощью цифровых технологий в рамках осуществления «Стратегии двойной циркуляции», принятой годом ранее. Эти идеи получили свое дальнейшее обоснование в докладе Председателя КНР Си Цзиньпина на XX съезде КПК в октябре 2022 г. Цифровой сектор приобретает все большее значение в экономике страны [2].

Видна амбициозность целей двух стран.

Известно, что уровень развития цифровой экономики страны определяется совокупностью ключевых показателей-индексов. К ним относятся: уровень цифровой конкурентоспособности (УЦК), индекс сетевой готовности (ИСГ), индекс инклюзивного интернета (ИИИ), индекс развития электронного правительства (ИРЭП), индекс мобильного взаимодействия (ИМВ) [3].

Наибольший интерес для разработки направлений сотрудничества представляет индекс цифровой конкурентоспособности, который подробно будет проанализирован по России и Китаю.

«Под цифровой конкурентоспособностью Международный институт менеджмента (МИРМ) понимает способность национальной экономики внедрять и разрабатывать цифровые технологии, ведущие к трансформации практики государственного управления, бизнес-моделей и общества в целом» [5]. Индекс определяется по трем факторам: знания, технологии и готовность к обновлениям [4]. Данные по уровню цифровой конкурентоспособности России и Китая в сравнении с показателями страны-лидера приведены в табл. 1.

*Таблица 1*

Мировой рейтинг цифровой конкурентоспособности (всего 63 стран) [5]

Страны/Года	2018	2019	2020	2021
Наибольшее (страна-лидер)	100	100	100	100
Россия (место в рейтинге)	65,207 (40)	70,406 (38)	59,95 (43)	60,271 (42)
Китай (место в рейтинге)	74,796 (30)	84,292 (22)	84,105 (16)	83,431 (15)

По данным табл. 1 можно отметить, что Россия уступает Китаю по уровню цифровой конкурентоспособности на 10 пунктов. Это значительное, но достижимое преимущество. Когда Китай стабильно входит в первую половину рейтинга, Россия занимает позиции лишь во второй половине списка. Россия самые высокие показатели имела в 2019 году, это год начала реализации Национального проекта «Цифровая экономика». Но в год пандемии Россия ухудшила свое положение в рейтинге на 5 пунктов. Если говорить про Китай, то к 2021 году при незначительных изменениях в значении индекса значительно улучшил свои позиции в рейтинге и вошел в топ 15 стран.

Динамика изменения показателей представлена на рис. 1.

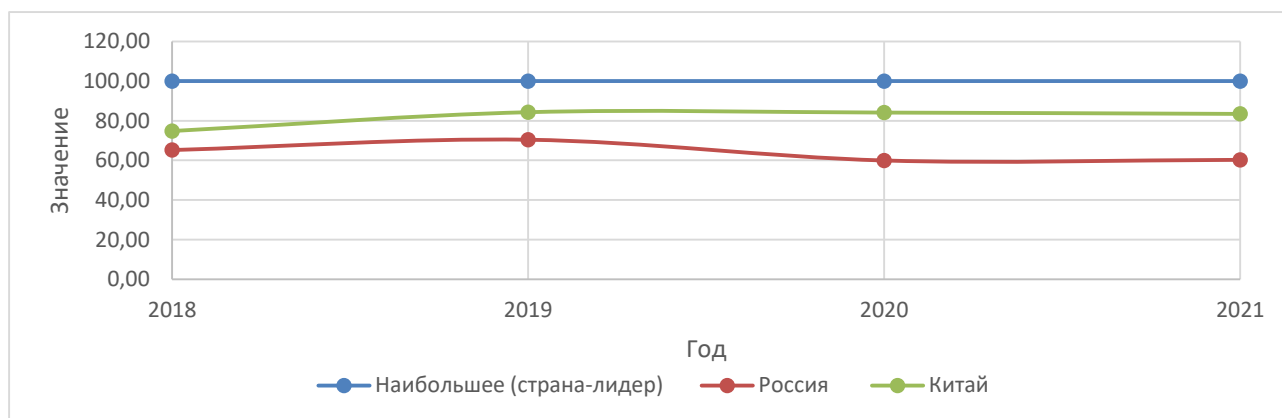


Рис. 1. Всемирный рейтинг цифровой конкурентоспособности 2018–2021гг.

По рис. 1 видно, что по значениям индекса Китай находится близко к стране-лидеру, а у России можно отметить резкий спад в 2020 году.

Становится важным выявить за счет, каких факторов удалось Китаю улучшить свои позиции и за счет, каких проблем Россия имеет отставание от лидера.

Для этого подробнее рассмотрим, как формируется индекс.

Международный институт менеджмента (МИРМ) ежегодно выставляет отчет оценки цифровой конкурентоспособности стран. МИРМ используют сумму точных данных (статистика из международных, региональных и национальных источников), куда входит 32 критерия, и данных опроса (международная группа экспертов, опрос мнения руководителей), куда входит 20 критериев. Следующий шаг – составление рейтинга по 52 критериям для каждой страны, далее факторного рейтинга, то есть распределение критериев по факторам знания, технологии, готовность к изменениям и формирование общего рейтинга. Из этих 52 критериев формируются под факторы, объединяющие их в определенные группы (табл. 2).

Таблица 2

#### Факторы и подфакторы цифровой конкурентоспособности

	Факторы		
	Знание	Технологии	Готовность к изменениям
Подфакторы	Талант	Нормативно-правовая база	Адаптивное отношение
	Обучение и образование	Капитал	Гибкость бизнеса
	Научная концентрация	Технологическая основа	Интеграция в IT сферу

По табл. 2 можно увидеть, какие подфакторы влияют на уровень цифровой конкурентоспособности страны.

Далее предлагается анализ профиля цифровой конкурентоспособности Китая (табл. 3)

Таблица 3

## Показатели факторов цифровой конкурентоспособности Китая [5]

Факторы/Год	2018	2019	2020	2021
Знания	30	18	8	6
Технологии	34	26	27	20
Готовность к изменениям	28	21	18	17

По табл. 3 можно отметить, что наибольшую долю в 2021 году составляют технологии, на 2-м месте знания и затем – готовность к изменениям. Согласно отчету МИРМ, на значение фактора «Знания» имеет большое влияние подфактор «Обучение и образование» среди других подфакторов «Талант» и «Научная концентрация». В отчете указано, что это связано с большими общегосударственными расходами на образование. На фактор «Технологии» влияет в большей степени подфактор «Технологическая основа» среди подфакторов «Нормативно-правовая база» и «Капитал». Это означает, что развитость фактора «Технологии» обусловлена большим количеством пользователей сети Интернет и скоростью интернет-трафика. На фактор «Готовность к изменениям» оказывает наибольшее влияние интеграция в IT сферу. Это обусловлено развитием электронного правительства и программного пиратства.

Профиль цифровой конкурентоспособности России представлен в табл. 4.

Таблица 4

## Показатели факторов цифровой конкурентоспособности России [5]

Факторы/Год	2018	2019	2020	2021
Знания	24	22	26	24
Технологии	43	43	47	48
Готовность к изменениям	51	42	53	47

По табл. 4 видно, что большой вес на формирование уровня цифровой конкурентоспособности в 2021 году имеют технологии и готовность к изменениям. В отличие от Китая на фактор «Знания» в показателях России оказывает наибольшее влияние подфактор «Талант». Согласно отчету всем критериям уделяется примерно одинаковое внимание, но лидерами являются цифровизация в управлении городами и высококвалифицированный персонал. На фактор «Технологии» влияет подфактор «Капитал», так как в России осуществляются большие вложения в цифровизацию банковской и финансовой сферы. И третий фактор в большей степени зависит от подфактора «Гибкость бизнеса». Это обусловлено тем, что в России осуществляется передача знаний и компании гибко реагируют на все изменения и технологические обновления.

## Сравнительная характеристика цифровой конкурентоспособности

Страна	Китай	Россия
Рейтинг факторов	Технологии (1) Знания (2) Готовность к изменениям (3)	Технологии (1) Готовность к изменениям (2) Знания (3)
Доминирующие подфакторы		
Знания	Обучение и образование	Талант
Технологии	Технологическая основа	Капитал
Готовность к изменениям	Интеграция в ИТ-сферу	Гибкость бизнеса

По анализу профилей цифровой конкурентоспособности России и Китая можно сделать вывод, что эти страны сильно отличаются по влиянию подфакторов на факторы, по которым и определяется уровень цифровой конкурентоспособности страны. Но Китай находится в передовых позициях, а России предстоит серьезная работа над развитием цифровой конкурентоспособности.

Китай и Россия имеют все возможности и способы дальнейшей совместной работы и развития цифровой экономики обеих стран:

1) обмен опытом и передача знаний: Китай и Россия могут обмениваться опытом и передавать знания друг другу в области цифровых технологий. Это может включать обмен экспертами, организацию семинаров и конференций, а также сотрудничество в академической сфере;

2) технологическое сотрудничество: Китай и Россия могут сотрудничать в разработке и внедрении цифровых технологий. Это может включать совместные исследования и разработку новых продуктов и услуг, обмен технологическими решениями и разработкой общих стандартов;

3) инвестиции и создание совместных предприятий: Китай и Россия могут привлекать инвестиции и создавать совместные предприятия в сфере цифровой экономики. Это может способствовать развитию новых технологий, расширению производства и созданию новых рабочих мест;

4) обмен данными и кибербезопасность: Китай и Россия могут сотрудничать в области обмена данными и кибербезопасности. Это может включать обмен информацией о киберугрозах, разработку совместных стандартов безопасности и сотрудничество в области защиты персональных данных;

5) развитие цифровой инфраструктуры: Китай и Россия могут сотрудничать в развитии цифровой инфраструктуры, такой как широкополосный интернет, мобильная связь и цифровые платформы. Это может способствовать развитию цифровых услуг и электронной коммерции в обеих странах.

### Библиографический список

1. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

[https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm\\_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f](https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f).

2. Зубенко, В.В., Зубенко, В.А., Сунь, Ю. Российско-китайское сотрудничество в области цифровой экономики // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2023. – № 13(3). – С. 86–93.

3. Шарипова, Л.Р. Цифровая экономика: индексы и современные тенденции // Мавлютовские чтения: материалы XVI Всероссийской молодежной научной конференции. – Уфа, 2022. – С. 644–653.

4. Индекс международной цифровой конкурентоспособности и оценка позиции России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/325932/ekonomika/indeks\\_mezhdunarodnoy\\_tsifrovoy\\_konkurentos\\_posobnosti\\_otsenka\\_pozitsii\\_rossii](https://studme.org/325932/ekonomika/indeks_mezhdunarodnoy_tsifrovoy_konkurentos_posobnosti_otsenka_pozitsii_rossii).

5. IMD WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>.

© Шарипова Л.Р., 2023

М.Ф. ШНАЙДЕР

*marla-shnaider@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.А. ПАКУТИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Аннотация:* в данной научной статье проводится анализ состояния и перспектив инновационной активности предприятий. Основной целью исследования является выявление основных факторов, влияющих на инновационную активность, а также оценка ее текущего состояния и определение перспектив развития национальной экономики и отдельных предприятий.

*Ключевые слова:* инновационная активность, предприятия, рост экономики, исследования, конкурентоспособность, перспективы, финансирование, факторы.

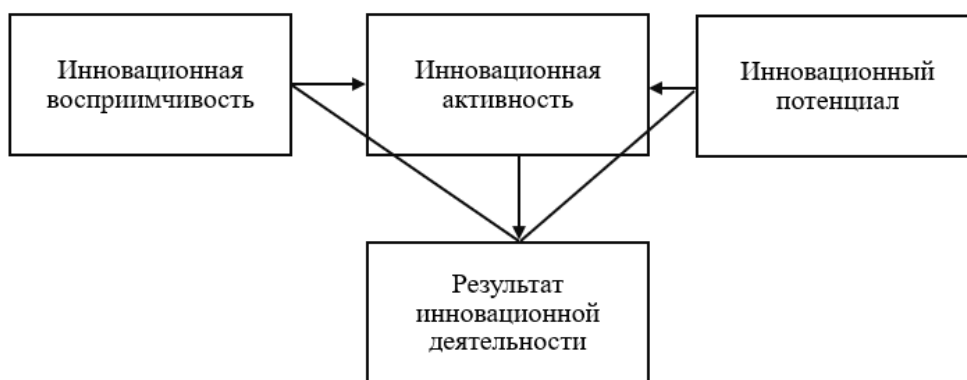
Инновационная активность предприятий является одним из ключевых факторов роста и развития экономики в современном мире. Способность предприятий к инновациям является основой их конкурентоспособности и долгосрочного успеха на рынке.

Цель данной научной статьи заключается в исследовании состояния и перспектив инновационной активности предприятий. В рамках исследования проанализировано текущее состояние инновационной активности предприятий в различных секторах экономики, а также выявлены основные факторы, влияющие на эту активность.

Инновационная активность – это интенсивность осуществления предприятиями деятельности по разработке и использованию новых или усовершенствованных технологий/продуктов.

Инновационная активность предприятий охватывает различные аспекты, такие как внедрение новых технологий, разработка и выпуск инновационной продукции, организация и применение новых методов управления и организации бизнеса, которые в свою очередь являются существенными для обеспечения роста производительности и конкурентоспособности предприятий.

Предприятие способно получить отдачу от своей инновационной активности, если оно восприимчиво к инновациям и владеет достаточными ресурсами для их создания и внедрения. Эта связь представлена на рис. 1.



*Рис. 1. Связь между инновационной активностью и инновационной деятельностью*

Инновационная активность является сложным и многогранным процессом, который зависит от множества факторов (см. рис. 1). Эти факторы могут быть как внутренними (например, научные и технологические ресурсы, способность к инновациям, организационная культура), так и внешними (например, экономическая политика, инновационная инфраструктура, доступ к финансированию).

Инновационная активность предприятия имеет ряд преимуществ и выгод, так как позволяет:

- 1) занять новые рынки сбыта и надолго закрепиться на них;
- 2) улучшить производственные процессы и повысить эффективность управления деятельностью предприятия;
- 3) сократить затраты на производство;
- 4) адаптироваться к изменениям во внешней среде (быть гибким и подстраиваться под потребности своих клиентов).

Наглядно убедиться в актуальности вопроса внедрения инноваций можно основываясь на данных РОССТАТА по инновационной активности, которые приведены в табл. 1 и рис. 2.

*Таблица 1*

#### Инновационная активность

Данные за 2015–2018 гг.				
Год	2015	2016	2017	2018
Затраты, млн руб.	1 203 638,1	1 284 590,3	1 404 985,3	1 472 822,3
Данные за 2019–2022 гг.				
Год	2019	2020	2021	2022
Затраты, млн руб.	1 954 133,3	2 134 038,4	2 379 709,9	2 662 571,10

По табл. 1 можно отметить, что затраты на инновационную деятельность предприятий (млн рублей) из года в год увеличиваются. В 2021 затраты на инновационную деятельность больше, чем в 2020 на 11%, и на 97% больше, чем в 2015 (табл. 1).



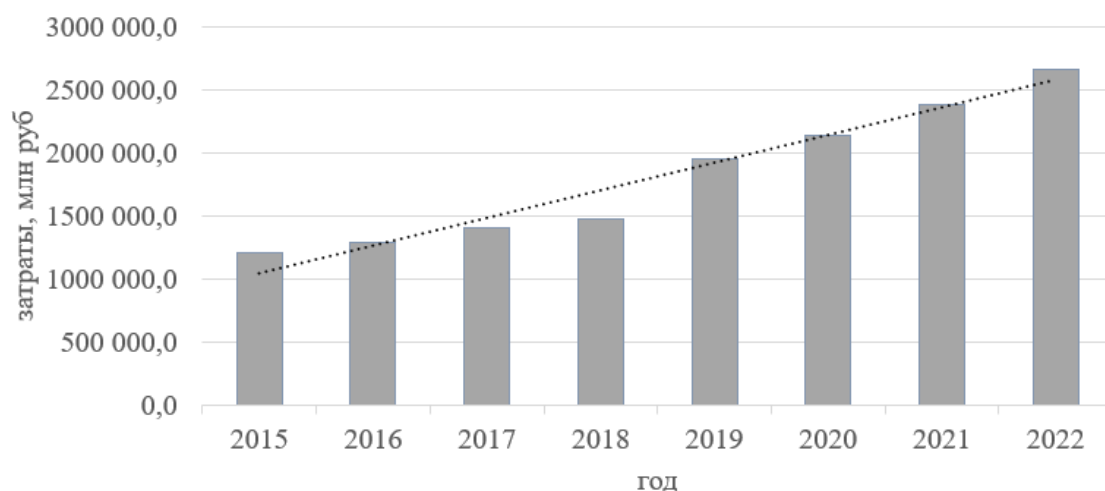


Рис. 2. Затраты на инновационную активность

По рис. 2 видно, что с 2018 по 2021 год идет резкий рост затрат на инновационную активность, особенно заметен скачок между 2018 и 2019 годами – целых 32%. Эта тенденция положительна и даёт представление о заинтересованности современных предприятий во внедрении инноваций.

Уровень инновационной активности характеризует степень участия предприятия в осуществлении инновационной деятельности в целом или отдельных ее видов в течение определенного периода времени. Он характеризуется отношением числа инновационно-активных предприятий, к общему числу обследованных предприятий (рис. 3).

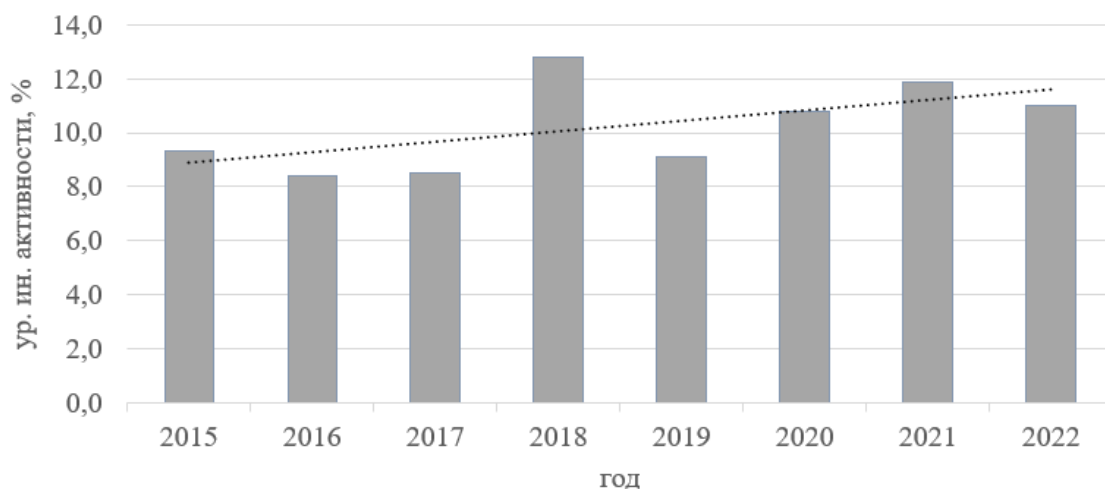


Рис. 3. Динамика инновационной активности предприятий по годам

Анализируя рис. 3, можно отметить положительную тенденцию в инновационной активности российских предприятий, которая началась со скачка на 50% в 2018 году по сравнению с 2017. Только к 2022 произошёл незначительный спад на 7% (рис. 3) [1].

Результаты своих статистических исследований инновационных процессов в российской экономике предоставил «Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ». Исследование было направлено на выявление отраслей экономики, в которых наиболее успешно проходит внедрение

инноваций. Уровни инновационной активности распределились следующим образом:

1. Промышленность – 16,2%.
2. Телекоммуникации и ИТ – 12,2%.
3. Здравоохранение – 8,6%.
4. Сельское хозяйство – 6,6%.
5. Транспортировка и хранение – 4%.
6. Строительство – 3,9%.

При выявлении основных барьеров для внедрения инноваций, предприниматели выделили недостаток собственных средств и высокую стоимость нововведений.

Также отмечено, что только 11,2% предприятий планировали осуществлять инновационную деятельность в 2020–2023 гг. [2].

В то же время многие российские предприятия продолжают активно разрабатывать и внедрять инновации и выходить с ними на зарубежные рынки. Вот несколько ведущих инновационных компаний в 2023 году:

1. ООО «Рога и копыта». Эта компания является лидером в сфере сельского хозяйства. Ее успех основан на создании уникального агротехнологического комплекса, который реализует передовые методы обработки почвы и позволяет эффективно использовать ресурсы, сокращая потери и повышая урожайность.

2. ООО «ЭнергоНова» – профессиональный разработчик технологий в сфере альтернативной энергетики. Компания создала прорывные решения для производства солнечной и ветряной энергии, которые стали популярны по всему миру и вывели «ЭнергоНова» на мировую арену.

3. ООО «Яндекс» – ведущая российская компания, специализирующаяся на разработке и продвижении поисковой системы, рекламных сервисов, картографических сервисов и других цифровых продуктов.

4. Государственная корпорация «Ростех» – является крупнейшим холдингом в сфере высоких технологий и оборонной промышленности. Благодаря инвестициям в инновационные проекты и разработки и участию в создании новых продуктов и технологий, компания способствует развитию отечественной инновационной сферы [3].

События последнего десятилетия наглядно демонстрируют необходимость радикальных преобразований в отечественной экономике. Возникла потребность стимулировать развитие предприятий в сфере инноваций и регулировать их деятельность на разных уровнях. Таким образом, важным элементом управления инновационной деятельностью стало Государственное регулирование.

Основными направлениями Государственного регулирования являются:

- 1) создание специализированных структур по проведению политики в сфере инноваций, целью которых является формирование стратегии и тактики;
- 2) проведение мероприятий по поддержке, включающие поиск инвесторов, партнеров и экспертов;
- 3) оценка результатов деятельности в данной сфере;
- 4) амортизационная политика;
- 5) предоставление актуальной информации.

Одной из важнейших тенденций в сфере инноваций в Российской Федерации является увеличение государственных инвестиций в исследования и разработки. В рамках Национальной инновационной стратегии создаются инновационные центры и научно-технологические парки.

Кроме того, государство предоставляет различные меры поддержки и льготы для молодых предпринимателей, развивающих свои стартапы. Среди наиболее популярных и перспективных направлений выделяют ИТ, сельское хозяйство и медицину [4].

Инновационная деятельность России имеет положительную динамику и активно развивается, чему способствует заинтересованность государства в её стимулировании. Однако, большинство инноваций внедряется в отраслях, которые являются стратегически важными для экономики страны, таких как: обрабатывающая промышленность, сельское хозяйство, строительство, информационные технологии.

### Библиографический список

1. Росстат. затраты на инновационную деятельность организаций (с 2010 г.), удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг (с 2010 г.), уровень инновационной активности организаций (с 2010 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>.

2. ICT.Moscow. Индикаторы инновационной деятельности 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ict.moscow/research/indikatory-innovatsionnoi-deiatelnosti-2022/>.

3. Investim.guru. Инновационные компании России 2023: лидеры развития и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://investim.guru/news/innovatsionnye-kompanii-rossii-2023-lidery-razvitiya-i-perspektivy?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F](https://investim.guru/news/innovatsionnye-kompanii-rossii-2023-lidery-razvitiya-i-perspektivy?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F).

4. Spravochnick.ru. Государственное регулирование инновационной деятельности в России и ее перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/ekonomika/gosudarstvennoe\\_regulirovanie\\_innovacionnoy\\_deyatelnosti\\_v\\_rossii\\_i\\_ee\\_perspektivy/](https://spravochnick.ru/ekonomika/gosudarstvennoe_regulirovanie_innovacionnoy_deyatelnosti_v_rossii_i_ee_perspektivy/).

© Шнайдер М.Ф., 2023

Э.Л. ШЫХАЛИЕВА

*elmira13012002@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ**

*Аннотация:* эта статья исследует экономическую эффективность альтернативных источников энергии. Альтернативные источники энергии, такие как солнечная и ветровая энергия, гидроэнергетика и биомасса все более важны в свете усиливающихся проблем с изменением климата и истощением ископаемых источников энергии.

*Ключевые слова:* энергия, источники энергии, солнечная энергия, ветровая энергия, биомасса, гидроэнергетика, перспективы, эффективность, инвестиции.

В последние годы все больше внимания уделяется альтернативным источникам энергии, которые могут стать значимым фактором в сокращении зависимости от ископаемых ресурсов и снижении воздействия на окружающую среду. Одной из важных составляющих альтернативной энергетики является экономическая эффективность.

Альтернативные источники энергии, такие как солнечная, ветряная, гидроэнергетика, геотермальная энергия, а также использование биомассы и газовых шламов, обладают рядом преимуществ с точки зрения экономики. Прежде всего, они имеют возобновляемый характер, что означает бесконечность их использования. Также, данные источники энергии являются доступными практически в любой части мира, что позволяет снизить риски в зависимости от поставок ископаемого топлива [1].

Рассмотрим пример расчета экономической эффективности солнечной энергии.

1. Определение инвестиций: предположим, что установка солнечных панелей стоит 100 000 долларов США.

2. Определение эксплуатационных расходов: предположим, что эксплуатационные расходы составляют 5 000 долларов в год.

3. Определение доли энергии, получаемой от солнечных панелей: предположим, что доля энергии, получаемой от солнечной установки, составляет 50% от общего потребления энергии.

4. Определение стоимости электроэнергии от солнечных панелей: предположим, что стоимость электроэнергии от солнечной установки составляет 0,10 доллара за киловатт-час.

5. Определение средней стоимости электроэнергии: предположим, что средняя стоимость электроэнергии составляет 0,15 доллара за киловатт-час.

6. Расчет годовых сбережений: сначала определим годовой объем потребления электроэнергии. Предположим, что это 10 000 киловатт-часов (КВт-ч) в год. Затем определим годовые сбережения от использования солнечной энергии:  $(0,15 \text{ доллара} - 0,10 \text{ доллара}) * 10\,000 \text{ КВт-ч} = 500 \text{ долларов}$  в год.

7. Расчет времени окупаемости: разделим инвестиции на годовые сбережения:  $100\,000 \text{ долларов} / 500 \text{ долларов} = 200 \text{ лет}$  [2].

В данном примере видно, что время окупаемости солнечной установки составляет очень долгий период, что может быть непривлекательным с точки зрения экономической эффективности. Однако, необходимо учитывать, что это всего лишь примерный расчет и фактические показатели могут отличаться в зависимости от различных факторов, таких как государственные субсидии, налоговые льготы и рост стоимости электроэнергии [3].

Альтернативные источники энергии требуют значительных инвестиций на стадии строительства, однако затраты на эксплуатацию снижаются со временем. Солнечные и ветровые электростанции, например, позволяют уменьшить затраты на закупку топлива и энергии, а также ликвидировать расходы на транспортировку и складирование. Это способствует снижению стоимости производства электроэнергии в долгосрочной перспективе [4].

Экономическая эффективность альтернативных источников энергии также связана с экономией средств на экологическом восстановлении. Использование ископаемых ресурсов вызывает негативное воздействие на окружающую среду, включая загрязнение воды и воздуха, разрушение экосистем и изменение климата. Более экологичная природа альтернативных источников энергии помогает снизить такие затраты и уменьшить негативное воздействие на окружающую среду.

Экономическая эффективность альтернативных источников энергии также включает в себя экономию на импорте ископаемого топлива. Многие страны, особенно те, которые не имеют достаточных энергетических ресурсов, вынуждены импортировать газ и нефть. Использование альтернативных источников энергии позволяет снизить зависимость от импорта и внешних поставщиков, что снижает риск и повышает экономическую безопасность [5].

В целом, экономическая эффективность альтернативных источников энергии – это многогранный аспект, который включает в себя снижение затрат на производство и эксплуатацию, экономию ресурсов, снижение негативного воздействия на окружающую среду и увеличение энергетической безопасности. С учетом дальнейшего развития технологий и снижения стоимости производства, альтернативные источники энергии становятся все более конкурентоспособными с традиционными ископаемыми источниками. Поэтому вопрос экономической эффективности альтернативных источников энергии все более актуален и востребован.

### **Библиографический список**

1. Попель, О.С. Возобновляемые источники энергии: роль и место в современной и перспективной энергетике // Российский химический журнал. –

2008. – № 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozobnovlyаемые-istochniki-energii-rol-i-mesto-v-sovremennoy-i-perspektivnoy-energetike> (дата обращения: 24.10.2023).

2. Мухаметова, Л.Р., Ахметова, И.Г., Зарипова, Д.А. Анализ функционирования визуализации как инструмента бережливого производства в ООО «ТАТНЕФТЬ – АЗС ЦЕНТР» // Достижения, проблемы и перспективы развития нефтегазовой отрасли. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 735–738.

3. Ивановский, Б.Г. Проблемы и перспективы перехода к «зеленой» энергетике: опыт разных стран мира (обзор) // ЭСПР. – 2022. – № 1 (49). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-perehoda-k-zelenoy-energetike-opyt-raznyh-stran-mira-obzor> (дата обращения: 24.10.2023).

4. Карпенко, Е.М., Юань, Хунхао Влияние альтернативной энергетики на структуру мирового энергопотребления // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2022. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-alternativnoy-energetiki-na-strukturu-mirovogo-energopotrebleniya> (дата обращения: 24.10.2023).

5. Валеева, Ю.С., Дюдина, О.В. Основные направления экологической политики страны // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. – 2022. – № 3. – С. 17–24.

© Шыхалиева Э.Л., 2023

Э.Г. ЯРУЛЛИНА

*yaelvira@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Л.Я. БУХАРБАЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСОБЕННОСТИ ОКАЗАНИЯ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

*Аннотация:* в данной научной статье рассматривается настоятельная необходимость адаптации и процветания государственных учреждений здравоохранения, особенно лечебно-профилактических, в условиях сокращения бюджетной поддержки. В статье подчеркивается важность развития платных услуг как средства обеспечения финансовой стабильности при удовлетворении растущих потребностей населения. Данная статья призвана пролить свет на коммерческую деятельность бюджетных лечебно-профилактических учреждений здравоохранения.

*Ключевые слова:* устойчивость, доходы, коммерция, специалисты, услуги, здравоохранение.

В современной парадигме здравоохранения экономическая жизнеспособность медицинских учреждений является неотъемлемой составляющей устойчивого развития здравоохранения. В настоящем исследовании рассматривается растущая потребность медицинских учреждений, особенно в сфере медицины, в адаптации и выживании в условиях сокращения финансовой поддержки со стороны государственных органов. Основной проблемой является заметное снижение рентабельности и совокупного дохода, с которым столкнулись эти учреждения за последний трехлетний период. Подобные финансовые затруднения вызывают сомнения в общей финансовой стабильности и платежеспособности медицинских учреждений, что в свою очередь является необходимым стимулом для развития платных медицинских услуг.

В данной статье предпринята попытка разобраться во множестве тонкостей, которые сходятся воедино и приводят к возникновению сложившейся ситуации. Одновременно рассматриваются эмпирические последствия сокращения государственных субсидий в связи с ростом потребностей населения в медицинской помощи. Недостаточный объем медицинской помощи, а также возможные последствия жалоб и обращений, связанных с отказом в предоставлении услуг, усугубляют нарастающий кризис.

Кроме того, в данном исследовании рассматривается сложная взаимосвязь между финансовым обеспечением сферы здравоохранения и сопутствующими проблемами. Предполагается, что одним из главных препятствий для сохранения финансовой стабильности является отсутствие или недостаточный энтузиазм

заинтересованных сторон в активном формировании и развитии рентабельных медицинских услуг.

Таким образом, в настоящем исследовании сформулирована ситуация, в которой оказались медицинские учреждения, столкнувшиеся с финансовыми трудностями и отсутствием инновационных инициатив, направленных на решение этой проблемы.

### **Современное состояние медицинских учреждений**

Современное состояние медицинских учреждений, попавших в поле зрения данного исследования, проявляется как среда, сопряженная с трудностями финансового характера, характеризующаяся последовательной регрессией рентабельности и всего спектра доходов учреждения. Тщательный анализ финансовой картины за предшествующее трехлетие выявил заметное снижение нормы прибыли и совокупного дохода, что заставляет серьезно изучить факторы, лежащие в их основе.

Эмпирически наблюдаемое снижение рентабельности свидетельствует о неблагоприятной для финансового состояния этих медицинских организаций траектории развития. Сокращение нормы прибыли свидетельствует об увеличении разрыва между операционными затратами и полученной выручкой. Как следствие, такой финансовый регресс ставит под угрозу способность медицинских учреждений продолжать выполнять свою жизненно важную общественную роль и требует немедленного решения.

Основополагающая причина такой финансовой атрофии кроется в преобладающем сокращении государственного финансирования и субсидирования. Пагубное стечение бюджетных ограничений, обусловленных сменой государственных приоритетов, привело к тому, что медицинские учреждения вступили в эпоху дефицита финансовых средств. Возникший дефицит ресурсов подчеркивает растущее значение эндогенных источников дохода как средства удовлетворения растущих потребностей населения в медицинском обслуживании.

Положение усугубляется тем, что существующие объемы медицинской помощи не позволяют в полной мере удовлетворить растущие потребности населения в медицинском обслуживании. Зловещий призрачный отказ в обслуживании и последующие судебные разбирательства, связанные с жалобами и обращениями пациентов, представляют собой ощутимую угрозу. Таким образом, финансовые проблемы выходят за рамки простого бюджетного дефицита и переходят в сферу общественных последствий, включающих этические и правовые аспекты.

Именно на фоне такого нестабильного финансового положения возникает необходимость развития рентабельных медицинских услуг как важнейшего средства обеспечения финансовой устойчивости и стабильности этих медицинских учреждений.

### **Проблемы получения доходов в здравоохранении**

Сфера получения доходов в современных медицинских учреждениях представляет собой лабиринт, сопряженный с множеством проблем.



Заметным препятствием на пути к получению доходов является постоянная проблема утечки средств через расходные материалы. Расходные материалы, являющиеся обязательным компонентом медицинского обслуживания, представляют собой постоянное финансовое бремя. Их приобретение, использование и пополнение требуют значительных финансовых затрат. Таким образом, постоянный спрос на расходные материалы оказывает неослабевающее давление на бюджетные резервы.

Одновременно с этим износ медицинского оборудования, являющийся следствием постоянного использования, усиливает финансовые потери. Необходимость постоянного технического обслуживания, ремонта и последующей замены медицинского оборудования является существенной нагрузкой на бюджетные средства. Эти материальные активы, являющиеся неотъемлемой частью системы здравоохранения, склонны к устареванию, что требует постоянных капитальных вложений [1].

Внутренняя структура медицинских учреждений часто омрачается дезорганизацией подразделений, что является пагубной проблемой, которая влечет за собой как финансовые, так и операционные потери. Проявлением этой неорганизованности являются неэффективное распределение ресурсов, неоптимальная организация рабочего процесса и пробелы в межведомственном взаимодействии.

Такая неорганизованность приводит к сокращению бюджетных расходов за счет дублирования процессов, неправильного распределения ресурсов и затягивания сроков обслуживания пациентов. Финансовые последствия проявляются в виде неэффективной работы и растущих накладных расходов, оказывающих неоправданное давление на ресурсы организации.

Важнейшим условием эффективности получения доходов в здравоохранении является активное участие заинтересованных сторон в рамках учреждения. Однако очевидное отсутствие энтузиазма у заинтересованных сторон в активном развитии прибыльных медицинских услуг представляет собой серьезную проблему. Заинтересованные стороны, включая медицинский персонал, администраторов и вспомогательный персонал, зачастую не имеют необходимых стимулов для увеличения роста доходов.

Так, например, медицинский персонал может воспринимать доходы от пациентов как несоответствие своим профессиональным обязанностям, что приводит к отказу от участия в инициативах по увеличению доходов. Административный персонал порой не проявляет достаточной квалификации в области стратегического финансового планирования, чтобы эффективно использовать потоки доходов.

Именно в этой сложной обстановке актуальность развития платных медицинских услуг становится стратегическим средством увеличения доходов и снижения бюджетной эрозии.

### **Разработка платных услуг**

Развитие платных медицинских услуг в парадигме здравоохранения является стратегическим императивом для решения растущих бюджетных проблем, с которыми сталкиваются современные медицинские учреждения.

Научно обоснованное развитие платных услуг начинается с комплексной оценки потребностей и сегментации рынка. Медицинские учреждения используют такие эмпирические методики, как демографический анализ, эпидемиологическое профилирование и изучение предпочтений пациентов, для выявления неудовлетворенных потребностей в медицинских услугах на своей территории.

Сегментация рынка, основанная на научных исследованиях рынка, позволяет выделить целевые когорты пациентов с учетом их потребностей в медицинском обслуживании, предпочтений и демографических характеристик.

Для оценки жизнеспособности предлагаемых услуг медицинские учреждения используют строгий анализ затрат и выгод, модели прогнозирования спроса и принципы доказательной медицины. Такой научный подход позволяет выявить недостатки услуг и сформулировать их в соответствии с клинической эффективностью и спросом пациентов.

Аналитика научных данных играет ключевую роль в оценке финансовых последствий диверсификации услуг. Для определения финансовой целесообразности введения конкретных платных услуг учреждения используют методы финансового моделирования, включая анализ чистой приведенной стоимости (NPV) и оценку рентабельности инвестиций (ROI).

В основе монетизации медицинских услуг лежат научные стратегии ценообразования. Специалисты, разбирающиеся в экономике здравоохранения, используют эконометрические модели и анализ ценовой эластичности для определения оптимальных ценовых ориентиров. Принципы ценообразования, основанные на эмпирических данных о результатах, обеспечивают соответствие цен клинической эффективности и воспринимаемой ценности услуг [2].

Стратегии привлечения пациентов также основываются на научных принципах, используют данные об опыте пациентов и поведенческую аналитику. Внедрение систем управления взаимоотношениями с пациентами (PRM) и инициатив по привлечению пациентов, основанных на данных, обеспечивает устойчивый интерес и лояльность пациентов [3].

Таким образом, научное развитие платных услуг в медицинских учреждениях выходит за рамки финансовой целесообразности. Это системный, основанный на данных подход, включающий в себя оценку потребностей, сегментацию рынка, диверсификацию портфеля услуг, ценовые стратегии и эффективные маркетинговые инициативы.

### **Заключение**

Представленный анализ подчеркивает серьезные финансовые проблемы, с которыми сталкиваются медицинские учреждения. Систематическое снижение рентабельности и совокупного дохода, обусловленное совокупностью факторов, включая сокращение государственного финансирования, недостаточный объем медицинской помощи и надвигающуюся угрозу недовольства пациентов, подчеркивает необходимость стратегического вмешательства.

Подчеркивается необходимость привлечения компетентных специалистов в области финансов, комплаенса и управления доходным циклом в здравоохранении, что является неотъемлемой составляющей получения прибыли.

Компетентные специалисты, используя научные методики и междисциплинарные знания, выстраивают финансовые стратегии, обеспечивают соответствие нормативным требованиям, оптимизируют доходные циклы и способствуют стратегическому финансовому планированию.

Стратегический императив разработки выгодных медицинских услуг, подкрепленный эмпирической оценкой потребностей, сегментацией рынка, диверсификацией портфеля услуг, научными стратегиями ценообразования, является стержнем в реанимации финансового здоровья медицинских учреждений. Системный подход к разработке услуг обеспечивает соответствие платных услуг спросу пациентов, клинической эффективности и финансовой устойчивости.

Таким образом, подготовка квалифицированных специалистов и разработка выгодных услуг - представляет собой целостную и многомерную структуру для решения финансовых проблем, стоящих перед современными медицинскими учреждениями. В то время как медицинские учреждения пытаются найти компромисс между финансовыми трудностями и устойчивостью, эти научные принципы являются компасом, направляющим траекторию движения к финансовому равновесию и постоянному совершенствованию обслуживания пациентов.

### **Библиографический список**

1. Лепило, Н.Н. Модель управления доходами медицинского учреждения / Н.Н. Лепило, Н.В. Клочко, Ю.А. Должикова // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2023. – № 15. – С. 53–59. – EDN QCXNQB.

2. Аксенова, Е.И. Анализ цифровых систем, используемых в регионах РФ, для расчета стоимости услуг медицинской помощи: Экспертный обзор / Е.И. Аксенова, С.Ю. Горбатов. – М.: Государственное бюджетное учреждение города Москвы «Научно-исследовательский институт организации здравоохранения и медицинского менеджмента Департамента здравоохранения города Москвы», 2023. – 29 с. – ISBN 978-5-907717-37-4. – EDN FTXBFP.

3. Попова, Л.И. К вопросу об определении правовой природы договора на оказание платных медицинских услуг / Л.И. Попова // Eromen. Global. – 2023. – № 33. – С. 245–249. – EDN YYGECX.

© Яруллина Э.Г., 2023

## СЕКЦИЯ 7.7. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

УДК 334.021

Э.Р. АМИРОВ, Д.И. ГОЛОВИНА

*EdwarddAm@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О. Ю. ХАНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

*Аннотация:* развитие малого и среднего отечественного бизнеса в условия санкционного давления по отношению к России стоит под угрозой. В состоянии неопределенности малый и средний бизнес как никогда нуждается в поддержке со стороны государства. В статье рассматриваются основные проблемы, с которыми столкнулись предприниматели из-за введенных санкций и предлагаются инструменты поддержки малым и средним предприятиям.

*Ключевые слова:* малый и средний бизнес (МСБ), экономические санкции, мораторий на плановые проверки, кредитные каникулы, импортозамещение, биржа импортозамещения.

Малый бизнес и средний бизнес является одним из основных элементов рыночного хозяйства. Он играет важную роль в экономике страны, внося существенный вклад в создание рабочих мест, тем самым снижая уровень безработицы; обслуживает потребительский сектор, предлагая широкий спектр услуг; способствует увеличению налоговых поступлений в бюджет, росту уровня доходов населения, развитию конкуренции и обеспечению благоприятных условий формирования потенциала в науке и производстве.

Путь развития и становления малого и среднего бизнеса в России был достаточно сложным, однако современные реалии показали, что устойчивость экономического развития страны во многом зависит от малого и среднего бизнеса. Нынешняя геополитическая ситуация и международная напряженность привела к негативному влиянию на экономику России. Введенные против России санкции оказывают прямое влияние на малый и средний бизнес страны. Согласно данным Фонда общественного мнения (ФОМ) самым распространенным негативным последствием санкций для малого бизнеса в России стало уменьшение числа заказов и клиентов. Другие часто называвшиеся негативные последствия санкций – рост издержек, инфляция, рост цен и проблемы с поставками.

В 2014 году после присоединения Крыма против России были введены экономические санкции многими западными странами (США, ЕС и др.).

В последние годы доля МСБ в ВВП РФ снижалась из-за мирового финансово-экономического кризиса, вирусной пандемии, а также роста ставки

НДС в начале 2019 года, по вине которого замедлился рост экономики, так как из-за увеличения налоговой нагрузки ухудшилось финансовое состояние предприятий

Согласно опросу, проведенному Российским союзом промышленников и предпринимателей [1]:

- 48,1% компаний считают, что экономические санкции оказали влияние на деятельность предприятий

- 64,4% предпринимателей отмечают рост цен на сырье и оборудование

- 48,9% заявили, что снижение доступности кредитов оказали негативное влияние на деятельность компании

- 35,4% выделяют как последствие введений санкций снижение инвестиций

- 29,2% негативным влиянием является невозможность приобрести для организации новое оборудование и комплектующие для старого

Несмотря на то, что новые санкции, наложенные на Россию в 2022 г. оказывают негативное влияние на бизнес, они также открывают большие возможности для развития. Так в 2022 году количество МСБ значительно возросло. Согласно единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы по состоянию на 06.05.2023 насчитывается следующее количество организаций (табл. 1) [2]:

*Таблица 1*

Число предприятий в РФ по федеральным округам

Федеральный округ	Субъекты			
	Микро	Малые	Средние	Всего
Российская Федерация	5 995 165	211 338	17 992	6 184 495
Центральный	1 909 962	73 319	7 009	1 990 290
Северо-западный	667 240	26 564	2 203	696 007
Южный	678 411	18 166	1 403	697 980
Севера-Кавказский	211 771	4 703	420	216 894
Приволжский	1 024 784	38 880	3 141	1 066 805
Уральский	494 674	17 761	1 494	513 929
Дальневосточный	302 054	10 335	678	313 067

Новый кризис требует от государства серьезных мер поддержки малого и среднего бизнеса, большая часть из которых до сих пор не успели восстановиться от тяжелой экономической ситуации, вызванной COVID-19.

Одним из инструментов поддержки МСБ является постановление Правительства РФ от 10 марта 2022 г. № 336, согласно которому введен мораторий на плановые проверки ИП и МСП до конца 2023 года [3].

Исключением станут:

- компании и ИП чрезвычайно высокого риска (К примеру компании, добывающие полезные ископаемые)

- компании и ИП, работающие с опасными производственными объектами второго класса опасности.

- компании и ИП, работающие с гидротехническими сооружениями второго класса.

Помимо плановых проверок в 2023 отменили некоторые контрольные мероприятия такие, как:

- контрольные закупки;
- мониторинговые закупки;
- выборочный контроль;
- рейдовый осмотр.

Благодаря этим мерам может повыситься устойчивость развития экономики и снизится нагрузка на предпринимателей в условиях санкций

Другим инструментом поддержки МСБ, являются кредитные каникулы, которые появились в России еще в 2020 году как разовая мера во время пандемии, но были продлены до конца 2023 года в связи с санкциями.

Кредитные каникулы — это временная отсрочка платежей по кредиту (займу) или снижение их размера без штрафных санкций и последствий для кредитной истории. За антикризисными каникулами могут обратиться в период с 01 января по 31 марта 2023 года физические лица, индивидуальные предприниматели, а также малый и средний бизнес, которые оказались в тяжелой финансовой ситуации [4];

Постановлением от 23 января 2023 года Правительством было утверждено автоматическое продление разрешительных документов в 2023 году [5]. Это должно помочь организациям сократить издержки, связанные с прохождением разрешительных процедур в условиях внешнего санкционного давления, что также является способом поддержки конкурентоспособности бизнеса.

После наложения на Россию в 2022 году санкций большое количество западных компаний покинуло российский рынок. Так, в связи с уходом с российского рынка зарубежных компаний по изготовлению одежды, конструированию запчастей, продуктов пищевой промышленности и прочих товаров, количество российских производственных компаний по выпуску данной продукции должно увеличиться. Предприниматели должны занимать освободившиеся части рынка, а государство должно способствовать этому.

Биржа импортозамещения – это сервис, позволяющий производителям и поставщикам российских товаров публиковать информацию о их продукции, а заказчикам – находить аналоги ушедших импортных товаров и закупать их [6].

Предполагается, что данный сервис позволит отечественным поставщикам, которые раньше не выдерживали конкуренцию с иностранными компаниями, эффективно получать доступ к российским заказчикам. Сервис реализован на электронной торговой площадке Газпромбанка на базе Государственной информационной системы промышленности [7].

Самое важное для предпринимателей малого и среднего бизнеса в данный момент это поиск способов уменьшения рисков, сокращение всех расходов до возможного максимума, оптимизация работы штата сотрудников. Кроме этого, стоит не забывать фиксировать убытки и ущерб, который несёт собой нынешняя ситуация, ведь это может стать потенциальным поводом для судебных исков по возмещению ущерба.

## Библиографический список

1. Результаты опроса «Последствия введения санкций для российского бизнеса» (rspp.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rspp.ru/activity/analytics/rezultaty-oprosa-posledstviya-vvedeniya-sanktsiy-dlya-rossiyskogo-biznesa/>.
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?ysclid=loofztlicp979268473>.
3. Постановление от 10 марта 2022 года № 336 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_411233/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411233/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/).
4. Федеральный закон от 03.04.2020 № 106-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_349323/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349323/).
5. Постановление Правительства РФ от 23.01.2023 № 63 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/78983.html>.
6. Биржа импортозамещения: что это и как она работает [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gozakaz.ru/birzha-importozameshcheniya-chto-eto-i-kak-ona-rabotaet/>.
7. Электронной торговая площадка Газпромбанка на базе Государственной информационной системы промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/>.

© Амиров Э.Р., Головина Д.И., 2023

Е.А. БАКУЛИНА

*yekaterina.bakulina.2005@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.П. ВАСИЛЬЕВА

*Уфимский государственный нефтяной технический университет*

## **РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ: ПРОБЛЕМЫ, РИСКИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

*Аннотация:* статья посвящена анализу состояния экономики России в условиях санкционной политики. Анализируются возникшие проблемы и возможные риски. Рассматриваются инструменты, используемые для реализации санкций, а также органы, обеспечивающие их введение и регулирование. Делаются выводы о тех условиях, в которых находится Россия на сегодняшний день и рассматриваются возможные пути и решения.

*Ключевые слова:* экономика России; санкции; экспортный контроль; вторичные санкции; устойчивость экономики; санкционный удар; финансовые операции.

После начала специальной военной операции (СВО) [1], а именно после 24 февраля 2022 года количество и качество санкций в отношении России достигло небывалого уровня. За последние десятилетия или даже 100 лет трудно вспомнить подобное давление. Экономическую блокаду начала 1920-х годов [2] можно назвать наиболее приближенной к сегодняшнему дню, но тогда советская дипломатия весьма быстро и успешно смягчила последствия санкций и вывела страну из изоляционной области, в первую очередь, за счет разветвленности той коалиции, которая применила санкционный удар. Такая разветвленность не единственное отличие, их много, например, объемы санкций, темпы их реализации, направленность и т. д. Все это говорит о некой уникальности той ситуации, в которой Россия оказалась на сегодняшний день, и о немислимых попытках недружественных государств нанести максимальный ущерб российской экономике. Именно поэтому необходимо проанализировать тот инструмент, который используется против России и сделать соответствующие выводы.

В первую очередь, необходимо рассмотреть такие понятия как секторальные санкции и блокирующие санкции. Оба вида санкций представляют собой ограничительные меры, но только в первом случае они направлены на конкретный экономический сектор, а во втором случае они являются универсальными и предполагают запрет любых финансовых операций всех тех, кто попал непосредственно в санкционный список [3]. В качестве примера секторальных санкций можно привести Исполнительный указ президента США Барака Обамы № 13662 от 2014 года [4]. Данным указом были введены санкции в сторону России, а именно на ее энергетический и финансовый сектор. На сегодняшний день, как правило, выделяют сочетание данных двух видов санкций.



Суть данного сочетания состоит в том, чтобы ввести блокирующие санкции на конкретную личность, основываясь на ее принадлежности к конкретному экономическому сектору.

Стоит также отметить такой аспект как вторичные санкции, которые вступают в силу в случае принудительного исполнения, но важным является разделение данных понятий. Второе понятие является административной и уголовной мерой, которая применяется к нарушителю режима. Например, субъект «А» числится в санкционном списке и осуществляет разработку совместного проекта с партнером «Б», который является иностранным. Если партнер «Б» связан с юрисдикцией США и осуществляет поставку оборудования той компании, которая находится в России и на которую распространяются санкции, то на данный партнер «Б» будет определен как нарушитель санкционного режима и на него будет возбуждено административное и (или) уголовное дело. Если же оба субъекта находились бы в России, то им бы ничего не угрожало, поскольку они бы находились вне санкционной юрисдикции, но в этом случае в отношении партнера могут быть применены вторичные санкции, т. к. они являются экстерриториальными.

Также в данном случае стоит отметить, что привязка к юрисдикции США является сдержанной, т. е. это означает, что нужно не только находиться в США, не иметь своего гражданства или иметь там зарегистрированную компанию, но и проводить транзакции в долларах США. Следовательно, только совершив транзакцию в банке США, происходит мгновенное попадание под юрисдикцию этой страны и можно подвергнуться принудительным мерам.

Далее необходимо перейти непосредственно к практической значимости. В первую очередь необходимо начать с экспортного контроля. Экспорт имеет самое непосредственное влияние на безопасность и устойчивость экономики государства. Если в случае финансовых санкций они могут действовать незамедлительно, то в случае экспортного контроля можно сказать, что наблюдается свойство отсроченного эффекта. Экспортный контроль предполагает запрет поставки определенного типа товаров юридическому лицу или юридическим лицам, на которые распространяются санкции. Относительно России направлены ограничения на поставку товаров двойного назначения. Эта категория товаров является довольно широкой и была санкционирована еще до 24 февраля. С тех пор данный список сильно увеличился, начиная от продукции, используемой в промышленности, заканчивая предметами роскоши. Данный список продолжает пополняться.

В экспортном контроле Соединенных Штатов основную роль играет Бюро промышленности и безопасности Министерства торговли США [5]. Данный орган осуществляет разработку ключевых режимов и реализует управление ими, отслеживает нарушения и формирует списки наказуемых. В данном случае важны именно списки, поскольку экспортные операции без соответствующей лицензии с теми, кто там перечислен запрещены. Например, если гражданин США хочет вести бизнес с компанией Huawei, которая представлена в данном списке, то ему необходимо получить соответствующую лицензию. В экспортном контроле с Россией после 24 февраля есть ряд дополнений. Начиная с 3 марта,

осуществляется контроль за высокотехнологичной продукцией, т. е. в Россию запрещены поставки электронных устройств, бытовой техники, навигационного оборудования и т. д.

На первый взгляд может показаться, что если США не будут поставлять те или иные продукты, то их можно легко найти у поставщиков той страны, которая не вводила санкций в отношении России. Это не так. Вся проблема здесь заключается в тонкостях экспортного контроля Америки, а именно в наличии правил FDP – прямого иностранного продукта. Данные правила говорят о том, что любой продукт, который изготавливается с использованием американских технологий и (или) имеет компоненты, которые произведены в США и (или) изготавливается с использованием американского программного обеспечения или по лицензии этой страны, требует наличия лицензии для поставки в Россию. Данную лицензию можно получить путем обращения в Банк международных расчетов, но если экспорт касается России, то если ранее еще можно было решить проблему путем доказывания, что российская компания не нарушает интересы США, то сегодня это сделать невозможно, поскольку последует незамедлительный отказ.

Таким образом, зарубежные компании имеют большие опасения к любым сделкам с юрисдикциями, которые подпадают под санкции. Вызвано это, в первую очередь, угрозами регулирующего органа США, поскольку может последовать административное или уголовное наказание. Если действия были преднамеренными, то наказание будет уголовным, а в случае, если субъект не знал, что осуществляет нарушение или если он сделал это по ошибке, то вероятнее всего ему будет грозить административное наказание. В качестве наказания, в соответствии с ИЕЕРА 1975 года (Закон о международных чрезвычайных экономических полномочиях), может быть применено до 20 лет лишения свободы или штраф в 1 миллион долларов [6]. Можно сделать ряд следующих выводов:

1) поставщики в США обязаны оказывать услуги согласно законодательству данного государства. Экспортный контроль играет важную роль, и все поставщики уделяют большое внимание отслеживанию конечных потребителей;

2) любой посредник несет юридическую ответственность за все свои действия, даже если он является гражданином другого государства;

3) переписка между компаниями, как правило, может предоставить очень много информации, которая будет фигурировать в качестве доказательств по делу;

4) любые искажения той или иной информации считаются уголовным преступлением, даже если эти изменения очень незначительны.

В качестве показательного примера можно привести китайскую компанию ZTE, которая осуществляла поставку оборудования с комплектующими США в Иран. Также стоит отметить, что компания ZTE меняла посредников, когда те попадали в поле зрения властей. В итоге, данная китайская компания понесла один из самых крупных штрафов в истории Соединенных Штатов, а именно им пришлось заплатить более миллиарда долларов.

ЕС, в свою очередь, также придерживается весьма строгого экспортного контроля. Такой контроль реализован на уровне стран-членов ЕС и направлен на контроль высокотехнологичных товаров и предметов роскоши. Схема реализации самого контроля немного отличается от той, что реализована в США. Для отслеживания и наказания нарушителей ЕС выдвинуло предложение о создании общей системы, чтобы обеспечить административное и уголовное преследование, но на данный момент такой системы нет и каждое государство реализует это по-своему.

Касательно финансовых санкций – они регулируются Министерством финансов США, в том числе путем списка специально обозначенных граждан и заблокированных лиц (SDN). Наказание за нарушение аналогично тому, что представлено в ИЕЕРА, т. е. до 20 лет лишения свободы. Ответственным органом по реализации наказания является Министерство финансов и Управление по контролю за иностранными активами (OFAC).

Таким образом, можно выделить следующие перспективы: пополнение санкционных списков соответствующими лицами; увеличение области действия экспортного контроля; реализация политики вытеснения товаров России с мирового рынка и применение вторичных санкций к тем, кто сотрудничает с Россией. Все это является современной реальностью. Но это не значит, что экономические операции будут прекращены, а лишь говорит о новых путях, которые открываются в связи с данными ограничениями. Эти новые пути открываются путем перестройки торгового аппарата и внесении изменений во внешнеэкономическую политику.

#### **Библиографический список**

1. Специальная военная операция [Электронный ресурс] / Министерство обороны Российской Федерации. – Режим доступа: <https://z.mil.ru/> (дата обращения: 10.10.2023).

2. Андреева, И. В. Потребительская кооперация и прорыв «Экономической блокады» Советской России в начале 1920-х гг // КиберЛенинка, 2013. – 5 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitel'skaya-kooperatsiya-i-proryv-ekonomicheskoy-blokady-sovetskoy-rossii-v-nachale-1920-h-gg> (дата обращения: 10.10.2023).

3. Джураев, А.Д., Скляр, В.Д., Янковский, П.С. Экономические санкции 2022 года в отношении России: принятые решения, последствия и перспективы // КиберЛенинка, 2022. – 4 с. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-sanktsii-2022-goda-v-otnoshenii-rossii-prinyatyie-resheniya-posledstviya-i-perspektivy> (дата обращения: 12.10.2023).

4. Санкции США в отношении России [Электронный ресурс] / ТАСС. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/3916943> (дата обращения: 13.10.2023).

5. Бюро промышленности и безопасности США [Электронный ресурс] / Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Бюро\\_промышленности\\_и\\_безопасности\\_США](https://ru.wikipedia.org/wiki/Бюро_промышленности_и_безопасности_США) (дата обращения: 15.10.2023).

6. Санкционные указы. США. Закон о международных чрезвычайных экономических полномочиях [Электронный ресурс] / Центр международного права. – Режим доступа: <https://clck.ru/36Hbrb> (дата обращения: 18.10.2023).

© Бакулина Е.А., 2023

И.А. БАШКИРОВ

*bashkirov.ilya.a@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.С. ЗУЕВА

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

## **ВЫВОД ИТ-СЕКТОРА В ОФШОРНЫЕ ЮРИСДИКЦИИ КАК ВЫЗОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ**

*Аннотация:* предметом исследования стали методы обеспечения экономической безопасности в условиях офшоризации ИТ-сектора. В статье исследованы особенности офшоризации ИТ-сектора, структура офшорных схем, наиболее свойственные ИТ-сектору. Были исследованы вызовы экономической безопасности от указанного явления и даны рекомендации по снижению рисков для национальной экономики.

*Ключевые слова:* офшоры; ИТ-сектор; экономическая безопасность; национальная безопасность.

В контексте данной статьи под офшорами следует понимать юрисдикции, дающие предпринимателю или компании заведомо более выгодные условия ведения коммерческой деятельности, нежели страна происхождения бизнеса. Так офшорные юрисдикции могут обладать как заведомо более благоприятным налоговым климатом, так и более мягкой регуляторикой в области регистрации и отчетности юридических лиц. Дополнительно к указанному выше, в последнее время выделяются некоторые юрисдикции, формирующие свою привлекательность для выведения в них бизнеса путем создания условий, позволяющих бенефициарам предприятия сохранять анонимность. К таким относятся Каймановы острова, острова Джерси и Мэн, банковская система которых позволяет анонимные отчисления [8].

Помимо очевидной налоговой выгоды, офшорные юрисдикции позволяют использовать их преимущества в составе более сложных международных схем. К примеру, упомянутая анонимность позволит, в случае учреждения холдинговой компании, скрыть бенефициаров и контролирующих лиц от юрисдикции страны происхождения, при этом сохранив их легальный контроль над организацией и обеспечив поток прибыли. Более 90% крупного отечественного бизнеса используют офшорные юрисдикции, что приводит к недополучению налогов на сумму до 50 миллиардов долларов ежегодно [9].

Под экономической безопасностью понимается состояние экономики, в котором угрозы, как внешние, так и внутренние, отсутствуют [5]. Экономическую безопасность формирует множество факторов, таких как стабильность экономики и политической системы государства, способность к самовоспроизводству и самосовершенствованию, одним из которых является ее

независимость государства [7]. При этом именно независимость является ключевым фактором защиты экономики, причем как пассивной, так и активной.

Согласно классическому сугубо-экономическому определению, под независимостью понимается положение, при котором экспорт финансирует весь импорт и торговый дефицит исчезает. Однако в контексте безопасности под независимостью стоит понимать возможность контролировать и консолидировать активы на территории государства в целях обеспечения защиты от внутренних угроз. Становление современного подхода к экономической безопасности в условиях глобальной экономики завершилось в 2010 году с принятием в США Закона о налоговой отчетности по зарубежным счетам. США, как страна, инициировавшая мировой финансовый кризис 2007–2008 годов, а также страна, являющаяся местом происхождения большинства крупнейших компаний мира [12], наиболее заинтересована в создании системы защищенности собственной экономики. Принятие указанного выше акта завершило формирование концепции обеспечения независимости национальной экономики в контексте безопасности, основы которой могут быть обозначены следующим образом:

а) денежные потоки, как внутри стран, так и за ее пределами должны быть видимы для контролирующих органов;

б) профильные органы должны иметь возможность контролировать финансовые потоки (к примеру, путем инициирования судебного процесса в наднациональном образовании или в домашней юрисдикции).

Одним из вызовов, который привел США к необходимости формирования новой концепции экономической безопасности, стало развитие схемы вывода средств в офшорные юрисдикции посредством особенностей взаимодействия ирландского, европейского и бермудского налоговых законодательств. Примером такого метода оптимизации является схема «двойного ирландского сэндвича», которая использовала особенности датского и ирландского законодательства для вывода прибыли от продаж на территории Европейского Союза из-под налогообложения. Данная схема была разработана корпорацией Apple, которая сформировала модель налоговой оптимизации для IT-сектора вплоть до 2016 года. Данная модель подразумевала под собой сублицензирование прав на программное обеспечение и последующую трансформацию прибыли от продажи технических устройств и IT-решений в платежи по лицензионным договорам, которые направлялись в офшорные юрисдикции, минуя налогообложение в Европе.

Будучи основоположником и высшей точкой развития концепции «оптимизации», упомянутая схема была раскрыта Европейской Комиссией по Конкуренции. В результате судебного разбирательства Европейской Комиссией было принято решение, согласно которому компания Apple обязана заплатить 13 млрд евро в качестве потерь, которые понесла экономика Ирландии из-за недоначисленных налогов. Данное разбирательство стало предостережением о рискованности «оптимизации» как способа построения стратегии развития компании. Однако, именно она показала главную особенность международной торговли IT-продуктами: последний, являясь объектом нематериальным, может быть реализован в любой точке мира вне зависимости от страны происхождения.

Таким образом, был выявлен новый вызов экономической безопасности. В качестве главной угрозы офшоризации для национальной экономики рассматривают налоговые недоимки, которые могут привести к дефициту бюджета [11]. Ставшая классической схема «ирландского сэндвича» является примером того, как движение денежных средств от продажи товаров на территории страны происхождения достигало самой страны происхождения только в самом конце через так называемые «пуш форварды»<sup>1</sup>. Под указанным термином понимается фиктивный займ, не предполагаемый к возвращению. По своей природе займ является денежным обязательством, имеющим возвратный характер и, соответственно, не являющийся прибылью. Следовательно, его сумма не является базой для налога на прибыль. «Пуш форвард» формируется из легализованных денежных средств, накопленных в офшорных юрисдикциях, направляемых в материнскую компанию в юрисдикции страны происхождения.

Принцип, построенный в указанной выше схеме, имеет крайне деструктивные последствия для экономики страны. Причиной является то, что денежные средства, вводимые в страну, не имеют за собой видимой цепочки начисления добавленной стоимости, что снижает прозрачность движения денежных средств внутри национальной экономики. Это может привести к появлению теневого сектора экономики в классическом понимании, но также и к чрезмерной вольности компаний в совершении сделок. Отсутствие налогового обременения денежных средств, их полная юридическая не привязанность к источнику на территории страны дает компании возможность использовать их любым способом, в том числе для дальнейшего вывода из-под контроля и налогообложения. Налоговое обременение денежных и финансовый мониторинг обеспечивает стабильность движения денежных потоков. В свою очередь инъекции необремененных денежных средств нарушает стабильность такого движения.

Дополнительно стоит отметить тот факт, что деятельность предприятия в офшорной юрисдикции приводит к выделению финансовых потоков с территории страны и, соответственно, размывает ее способность контролировать их.

Рассмотренные выше используемые в качестве финансовых инструментов схемы получения необоснованной налоговой выгоды в исследовательской литературе принято также называть «гибридными». Как отмечается, гибридными схемами признаются схемы налогового планирования, которые ведут к получению льгот одновременно в нескольких странах в связи с несовпадением налогового регулирования стран, что позволяет производить вычет одного и того же расхода в нескольких странах или к «исчезновению» дохода [10].

Законодательство Российской Федерации на данном этапе недостаточно соответствует тем вызовам, которые возникают перед государством в связи с развитием международной глобальной экономики и появлением крупных участников IT-сектора.

---

<sup>1</sup> От англ. «push forward» – вид невозвратного займа от дочерней компании в материнскую. Противоположность «push down» – аналогичного займа от материнской компании дочерней.

Налоговое регулирование в настоящий момент не имеет специальных инструментов противодействия подобным схемам извлечения необоснованных налоговых преимуществ. На текущий момент финансовые регуляторы, такие как Федеральная налоговая служба РФ оперируют лишь общими нормами.<sup>2</sup> Данное обстоятельство вызвано также и тем, что квалификация гибридной схемы, выявление ее противоправного характера и фактического злоупотребления компании является достаточно трудной. Процесс доказывания взаимосвязи отдельных действий юридического лица как сделок, совершенных с целью получения необоснованных налоговых привелегий является крайне трудоемким и в конечном итоге зависит от эффективности судебной системы государства.

В то же время, судебная практика Российской Федерации на данном этапе в указанных вопросах оперирует лишь доктринальными положениями о добросовестности контрагента (и соответствующей ей недобросовестности при извлечении необоснованной налоговой выплаты), а также доктрине преобладания существа над формой и доктрине деловой цели [6]. При этом бремя доказывания недобросовестности действий налогоплательщика лежит на компетентном государственном органе по смыслу положений ст. 65 АПК РФ.

Так, судебной практикой отмечается, что налоговая выгода может быть признана необоснованной, в частности, в случаях, если для целей налогообложения учтены операции не в соответствии с их действительным экономическим смыслом или учтены операции, не обусловленные разумными экономическими или иными причинами (целями делового характера).

В качестве меры борьбы с неблагоприятными для экономики последствиями офшоризации следует отметить автоматизацию системы контроля за финансовыми потоками. Как было указано выше, определение наличия схемы незаконной налоговой оптимизации является трудоемким процессом, а доказывание требует длительного анализа большого объема информации. Способом сокращения издержек такого процесса может послужить автоматизированная система в том числе использующая искусственный интеллект. В качестве примера подобной системы можно привести АИС «Налог-3», которая используется Федеральной налоговой службой для прослеживания движения денежных средств в плоть до контрагентов восьмого звена. Искусственный интеллект в такой системе может быть направлен на анализ сделок по времени, контрагенту и объему, что поможет выстраивать последовательные системы движения денежных средств. Однако данные, полученные благодаря такой системе, в первую очередь являются способом определения возможного пути движения денежных средств и не могут являться самостоятельным доказательством наличия схемы по выведению их из-под налогообложения. Система может лишь указывать на возможное ее наличие, в свою очередь квалификация будет производиться «вручную» компетентным сотрудником. Доказывание же на современном этапе не может быть осуществлено сугубо на основании данных АИС и требует проведения проверки, опроса свидетелей и представления документов.

Учитывая характер гибридных схем, а именно наличия различных юридических лиц в различных юрисдикциях, для обеспечения экономической безопасности необходимо расширять полномочия компетентных национальных органов путем

---

<sup>2</sup> П. 1 ст. 809 ГК РФ, П. 1 ст. 269 НК РФ, Пп. 2 п. 1 ст. 265 НК РФ, П. 3 ст. 43 НК РФ

наделения их правом контролировать действия компаний за пределами страны происхождения. Так принцип экстерриториальности действия национального законодательства прослеживается в приведенной выше концепции обеспечения экономической безопасности США. Классическим примером является Закон о коррупции за рубежом [13], установивший принцип, согласно которому любые «зарубежные» операции компании не должны вступать в противотечение с основными законами страны происхождения компании. Стоит отметить, что в России с 2020 года установлено верховенство Конституции над международными договорами РФ [2–4], а уплата установленных законом налогов и сборов является конституционной обязанностью [1]. Таким образом, расширение полномочий компетентных органов по контролю за финансовыми операциями компаний за рубежом является возможным шагом к достижению экономической безопасности РФ.

### Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации, ст. 57.
2. Федеральный закон от 08.12.2020 № 419-ФЗ «О внесении изменения в статью 1 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 08.12.2020 № 428-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части недопущения применения правил международных договоров Российской Федерации в истолковании, противоречащем Конституции Российской Федерации».
4. Федеральный закон от 08.12.2020 № 427-ФЗ «О внесении изменения в статью 7 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации».
5. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
6. Письмо Федеральной налоговой службы от 10.03.2021 № БВ-4-7/3060@ «О практике применения статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации».
7. Абалкин, Л. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 4–13.
8. Золотарев, Е. В. Оффшорные зоны как угроза экономической безопасности Российской Федерации // Экономика. Налоги. Право. – 2011. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/offshornye-zony-kak-ugroza-ekonomicheskoy-bezopasnosti-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 30.10.2023).
9. Кукол, Е. До 90 процентов крупных российских компаний пользуются налоговыми «убежищами» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2010/11/17/ofshor.html>
10. Логинова, Т. А., Милоголов, Н. С. Проблемы налогообложения гибридных финансовых инструментов // Налоги и налогообложение. – 2018. – № 8. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-nalogooblozheniya-gibridnyh-finansovyh-instrumentov> (дата обращения: 29.10.2023).
11. Суглобов, А. Е., Михайлов, С. В. Определение роли, структуры и места экономической безопасности предпринимательства в офшорных зонах // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 24. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-rol-i-struktury-i-mesta-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predprinimatelstva-v-ofshornyh-zonah> (дата обращения: 30.10.2023).
12. Global 500 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fortune.com/ranking/global500/>.
13. FCPA – Foreign Corrupt Practices Act, 1976.

© Башкиров И.А., 2023



Д.С. БЕЛЯСОВА, Л.А. МАЛУМЯН

*junior21001@mail.ru, liza.malumyan@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.Н. БАШКИРОВА

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА**

*Аннотация:* современный мир невозможно представить без инноваций, инновационные технологии неразрывно связаны с человеком, с помощью них общество удовлетворяет свои потребности, а их развитие обеспечивает рост качества жизни населения. В статье показаны направления влияния инновационной деятельности на экономическое состояние и развитие общества, рассмотрены вопросы потенциальных рисков данного влияния; сформулированные в ходе исследования предложения могут быть использованы при разработке направлений стимулирования инновационного потенциала отечественного производства.

*Ключевые слова:* роль инноваций в экономическом развитии; стимулирование инноваций; инновационные технологии; инновационный индекс; сквозные технологии.

В качестве основных направлений по стимулированию инновационного развития можно рассмотреть следующее:

- создание эффективных программ поддержки инновационного развития индивидуального характера;
- формирование единого информационного и правового пространства, охватывающего инновационную деятельность;
- создание благоприятных условий для развития экономики нового типа;
- обеспечение баланса развития регионов посредством придания инновационного импульса в субъектах РФ с низким уровнем развития инноваций;
- разработка и обеспечение функционирования государственных программ, в том числе, пропорционально разделенной бюджетной сумме поддержки (чем ниже уровень инновационного развития региона, тем выше сумма поддержки) и так далее.

Так как само понятие «инновация» имеет множественную трактовку, рассмотрим на рис. 1 характеристику инноваций в общем понимании.

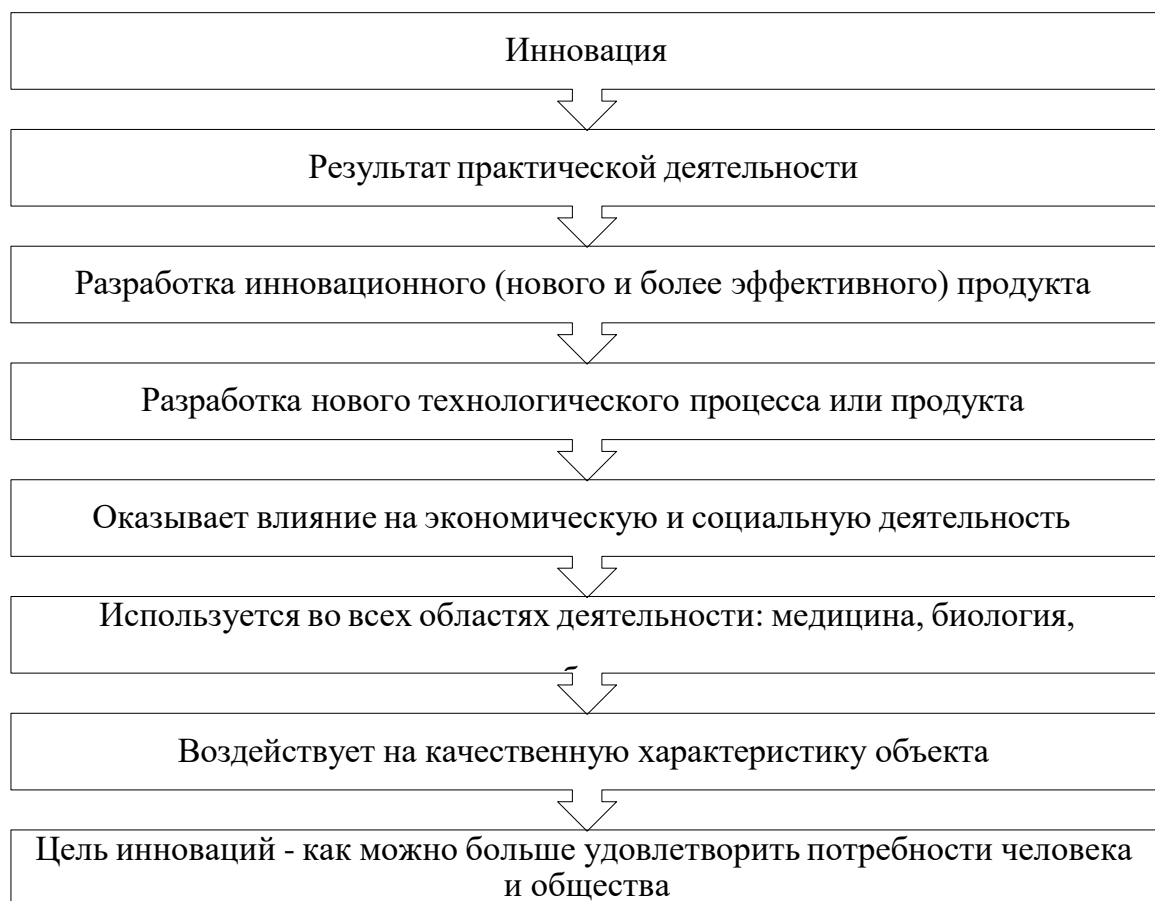


Рис. 1. Основные характеристики инноваций [1]

Таким образом, рассмотрев схему, представленную на рис. 1, следует сказать, что инновации способствуют удовлетворению потребностей и развитию общества.

Благодаря развитию инновационных технологий:

- рынок товаров и услуг невозможно представить без цифровизации: торговые площадки, маркетплейсы, торговые биржи и так далее;
- медицина оснащена необходимым оборудованием для лечения любых заболеваний;
- образование получило визуализацию, полезность и эффективный интерес к изучению той или иной области познание;
- ресурсы интернета имеют бесконечное множество запросов и ответов на запросы, получение необходимой информации;
- рабочая деятельность и обучение может носить дистанционный характер;
- инновационная деятельность способствует снижению издержек на производстве (так, электромобили, которые потребляют меньше энергии, являются более экономичнее и эффективнее);
- создание нового продукта, как правило, высокого качественного уровня способствуют увеличению прибыли и конкурентных преимуществ и так далее.

Взаимодействие инноваций и конкурентоспособности для компании очевидно:

- поиск новых направлений;
- создание нового эффективного продукта;
- рост спроса на продукт;
- получение прибыли от нового продукта.

Рассмотрим рейтинг стран на рис. 2 согласно глобальному инновационному индексу 2022 г.

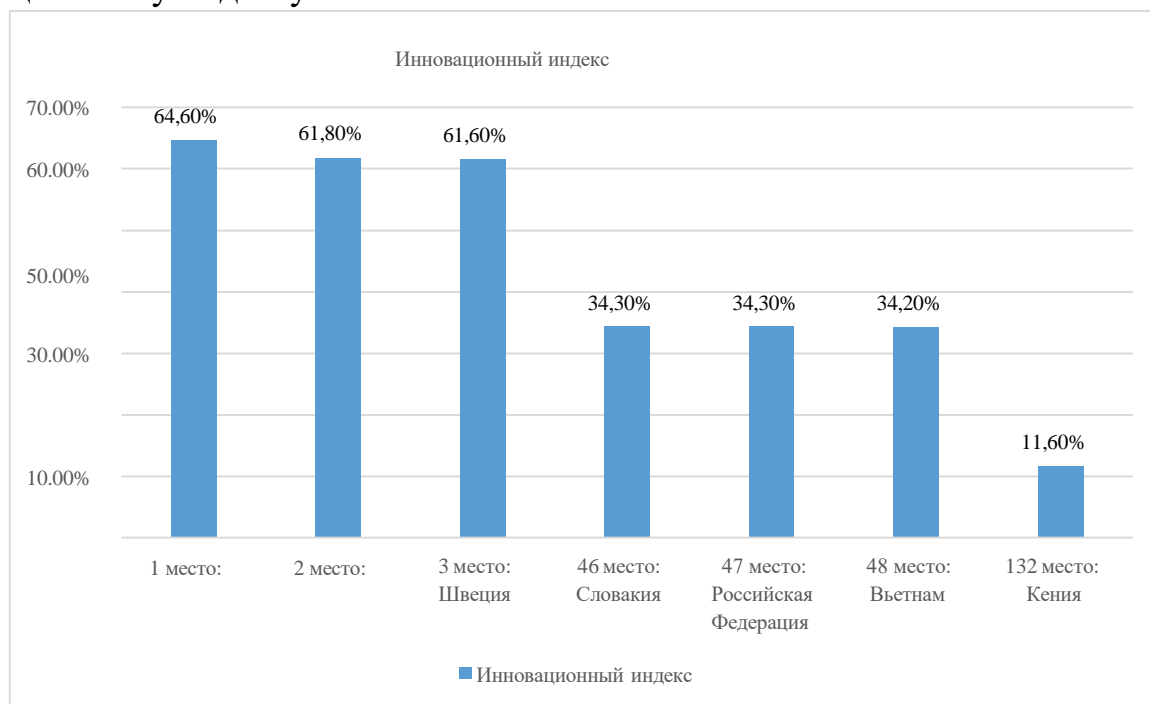


Рис. 2. Рейтинг стран мира по инновационному индексу в 2022 г. [2]

Представленные на рис. 2 данные демонстрируют, что Российская Федерация, несмотря на огромный ресурсный потенциал и значительную территорию, занимает 47 место, уступая Словакии и другим странам.

Основными инструментами борьбы с негативными факторами являются сквозные технологии. Термин «сквозные технологии» впервые был использован в 2017 году, будучи упомянут в распоряжении Правительства РФ согласно программе «Цифровая экономика РФ» [3].

Сквозные технологии – это виртуальная реальность; дополненная реальность; технологии квантовой механики; беспроводная связь; робототехника; нейротехнологии; система искусственного интеллекта; иные виды.

Результат от сквозных технологий имеет положительную прогрессию:

- способствует быстрой адаптации к изменению тех или иных факторов, негативных явлений;
- повышают уровень развития государства, экономики и отдельных хозяйствующих субъектов;
- соблюдение баланса спроса и предложения, контроль теневого бизнеса и так далее.

Государством реализуются инновации посредством государственной политики. В Российской Федерации переход от старой модели к инновационному развитию был достаточно сложным.

По состоянию на 2023 год Правительством РФ утверждена концепция технологического развития до 2030 года с учетом влияющих внешних и внутренних факторов (Распоряжение от 20 мая 2023 года №1315-р) [4].

К основным факторам, которые тормозят инновационное развитие следует отнести: отсутствие способности российской экономики к развитию и адаптации; усложнение инновационных процессов; природные, политические, экономические изменения (военные действия, изменение курса российского рубля, цен на нефть и так далее).

Согласно данным официального сайта РИА.Новости, в результате проведенного анализа инновационного развития субъектов Российской Федерации, лидером в 2022 году стали:

- город Москва;
- город Санкт-Петербург;
- Республика Татарстан;
- последние места пока прочно закрепились за Ингушетией, Хакасией и Ненецким автономным округом [5].

Развитие регионов и государства в целом, безусловно, зависит от инновационной активности компаний. Уровень инновационной активности компаний Российской Федерации составил 5% от общего мирового объема инновационных продуктов [6].

Низкий уровень инновационной активности бизнеса имеет свои причины: закрытие иностранных компаний на территории Российской Федерации ввиду санкционного давления.

Несмотря на негативные факторы, российскому производителю открываются новые возможности: рост объема прибыли, производства, продаж, развитие отечественного бизнеса. При этом, указанные изменения спровоцировали компании на внедрение антикризисных мер, созданию новых инновационных продуктов и технологий, что вывело компанию на новый уровень и усилило ее работоспособность.

На основании вышеизложенного, систематизируем в табл. 1 основные проблемы низкого уровня инновационной деятельности в РФ, роль инновационных инструментов на экономику, а также предложим пути совершенствования инновационной деятельности в России.

Таблица 1

## Основные пути совершенствования инновационной деятельности в РФ\*

Проблема	Роль инноваций	Мероприятия по совершенствованию
Недостаточная эффективность национальной инновационной системы	Повышение экономического потенциала страны	Создание эффективных программ поддержки инновационного развития индивидуального характера. Создание единого закона, охватывающего инновационную деятельность и ее основные характеристики, в том числе права и обязанности субъектов
Отсутствие сбалансированности инновационных технологий среди регионов	Создание благоприятных условий для развития бизнеса, рост доходов государства и прибыли компаний	Баланс развития регионов посредством содействия субъектов РФ с низким уровнем развития инноваций, государственных программ, в том числе, пропорционально разделенной бюджетной сумме поддержки (чем ниже уровень инновационного развития региона, тем выше сумма поддержки)
Утечка «инновационных умов»	Сосредоточение эффективных кадров в Российской Федерации, которые способствуют внедрению новых технологий и получению результативных данных	Предоставление долгосрочной мотивации (стипендиальная форма поддержки; развитие образовательного обучения специалистов инновационных областей; повышение уровня заработной платы, надбавок за работу в сфере инновационной деятельности)
Низкий уровень научно-технической инновационной деятельности	Повышение уровня инновационного потенциала с 34,3% до уровня развития стран-лидеров	Содействие государством программ по развитию научно-технического потенциала. Создание государственных программ полного цикла с ориентацией на приоритетах. Создание единой информационной инновационной базы на всей территории Российской Федерации, в том числе в каждой компании, школах, высших учебных заведениях и так далее. Содействие научным лабораториям, экспертизы, институтам
Экономические барьеры развития интеллектуальных и инновационных технологий	Снижение рисков по результату деятельности	Оптимизация государственного регулирования в деятельности компаний в инновационной деятельности. Налоговые льготы, снижение налоговой нагрузки. Создание прочных взаимоотношений на правовом уровне между государством, правообладателем и потребителем. Создание новых дополнительных программ по субсидированию и кредитованию инновационной деятельности
Отсутствие достаточного развития ответственного продукта на мировом рынке	Расширение инновационных объемов отечественного производства приведет к экономическому развитию не только компании, но и страны в целом	Стимулирование спроса и предложения посредством финансовой государственной поддержки, в том числе в сфере закупок, лизинговой деятельности, создание цифровых платформ – помощников

\*Собственная разработка авторов.

Таким образом, рассмотрев основные проблемы инновационного развития, роль инноваций, следует сказать, что вышеуказанные мероприятия благоприятно повлияют на дальнейший рост экономики страны, а результат от проведенных программ повысит инновационный индекс согласно глобальной оценке стран мира. Мероприятия по совершенствованию инновационной

деятельности и развитию экономики страны необходимо реализовывать комплексно, с учетом всех инструментов, специфик регионов и экономического состояния.

### Библиографический список

1. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью: учебник для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Менеджмент», «Инноватика» (уровень бакалавриата) / А.П. Агарков, Р.С. Голов. – 2-е издание. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 204 с.

2. GII 2022 at a glance. The Global Innovation Index 2022 captures the innovation ecosystem performance of 132 economies and tracks the most recent global innovation trends [Электронный ресурс] // World Intellectual Property Organization: информ. Справочный портал., 2023. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section1-en-gii-2022-at-a-glance-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf> (дата обращения: 26.10.2023).

3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» 2017 года [Электронный ресурс] // Правительство России: информ. – справочный портал. М., 2017. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 26.10.2023).

4. Правительство утвердило Концепцию технологического развития до 2030 года [Электронный ресурс] // Правительство России: информ. – справочный портал. М., 2023. – Режим доступа: <http://government.ru/news/48570/> (дата обращения: 26.10.2023).

5. Названы лидеры рейтинга по научно-технологическому развитию регионов в 2022 г. [Электронный ресурс] // РИА.Новости: информ. – справочный портал. М., 2023. – Режим доступа: <https://ria.ru/amp/20231023/regiony-1904567320.html> (дата обращения: 26.10.2023 г.).

6. Развитие инновационной деятельности в 2023 г. [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: информ. – Справочный портал. – М., 2023. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/760571653.html> (дата обращения: 26.10.2023).

© Белясова Д.С., Малумян Л.А., 2023

Г.И. БИКЕВА

*bikieva.gg@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-СРЕДУ**

*Аннотация:* цифровая экономика продолжает преобразовывать наш мир, и предприятия все больше осознают необходимость понимания и адаптации к новым трендам и технологиям. Результаты исследования указывают на то, что цифровая трансформация приводит к значительным изменениям в сфере бизнеса, а именно в организации работы, передаче информации, продвижении товаров и услуг, и взаимодействии с клиентами. В статье будут проанализированы основные тенденции развития цифровой экономики и их влияние на бизнес-среду.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, тенденции, бизнес-среда, технологические инновации, данные, аналитика.

Цифровая экономика является одним из наиболее важных и быстроразвивающихся секторов мировой экономики. Она охватывает широкий спектр деятельности, включая электронную коммерцию, цифровые платформы, информационные технологии, искусственный интеллект, блокчейн технологии и многое другое. Основные тенденции развития цифровой экономики имеют значительное влияние на бизнес-среду и могут существенно изменить условия работы компаний и отраслей [1].

Первая тенденция – увеличение объема и значимости данных. В условиях цифровой экономики объем данных, которые компании собирают, хранят, анализируют и используют для принятия более точных и основанных на данных решений, растет в геометрической прогрессии. Это позволяет компаниям более эффективно адаптировать свои стратегии и планы, оптимизировать производственные процессы и предоставлять индивидуальные услуги своим клиентам.

Вторая тенденция – развитие искусственного интеллекта и автоматизации. Искусственный интеллект (ИИ) и автоматизация играют все более важную роль в цифровой экономике: Технологии ИИ позволяют автоматизировать задачи и процессы, которые раньше требовали участия человека. Это повышает производительность труда, снижает затраты и улучшает качество продукции и услуг, а также позволяет более точно прогнозировать потребности клиентов и адаптировать предложения в соответствии с ними.

Третья тенденция – рост цифровых платформ. Цифровые платформы, такие как Amazon, Alibaba, Uber и Airbnb, играют все более важную роль в цифровой экономике. Они объединяют производителей и потребителей, создавая новые бизнес-модели и привлекая новых участников рынка. Цифровые платформы также позволяют компаниям быстро масштабироваться и глобализоваться, улучшая их конкурентоспособность и способствуя инновациям.

Четвертая тенденция – увеличение киберубеждения и вопросы кибербезопасности. С развитием цифровой экономики возрастает и угроза кибератак. Компании сталкиваются с возросшим риском потери данных и нарушения конфиденциальности, что может привести к репутационным и финансовым потерям. Поэтому кибербезопасность становится все более важной для бизнес-среды. Компании должны уделять большее внимание защите данных и информационной безопасности, внедрять новые технологии и создавать процедуры для реагирования на угрозы.

Пятая тенденция – изменение потребительского поведения. Развитие цифровой экономики приводит к изменению потребительского поведения. Клиенты становятся более информированными, требовательными и мобильными. Они переходят от традиционных каналов коммуникации и покупок к цифровым платформам. Бизнесам необходимо приспособиться к этим изменениям, предлагая персонализированные продукты и услуги, улучшая интерактивность и доступность для клиентов [2].

Эти тенденции цифровой экономики значительно влияют на бизнес-среду. С одной стороны, они создают новые возможности для бизнеса, увеличивают эффективность и конкурентоспособность компаний. С другой стороны, они также представляют новые вызовы и угрозы, такие как кибератаки и изменение потребительского поведения. Бизнесам необходимо адаптироваться к новым условиям и использовать цифровые технологии для своего развития и успеха на рынке.

Цифровая экономика предоставляет компаниям новые возможности для инноваций, улучшения производственных процессов и повышения эффективности своего бизнеса. Ниже приведены некоторые основные аспекты влияния цифровой экономики на бизнес-среду:

1. Увеличение доступности информации: цифровая экономика способствует легкому получению и обмениванию информацией. Это создает возможность для компаний получить более точные и своевременные данные о своих клиентах, рынке и конкурентах. Это позволяет компаниям лучше понимать потребности своих клиентов и адаптировать свои товары и услуги под них.

2. Расширение коммуникаций: цифровые технологии, такие как электронная почта, социальные сети и видеоконференции, улучшают внутреннюю связь и общение с клиентами. Это позволяет компаниям оперативно реагировать на запросы клиентов, проводить эффективные



коммуникационные кампании и вести бизнес на международном уровне без существенных затрат на командировки и связь.

3. Создание новых возможностей для бизнеса: цифровая экономика открывает перед компаниями новые возможности для бизнеса. Она позволяет создавать новые цифровые продукты и услуги, такие как мобильные приложения, онлайн-платформы и облачные сервисы. Это позволяет компаниям развивать новые потоки доходов и расширять клиентскую базу.

4. Повышение эффективности: Цифровая экономика позволяет компаниям автоматизировать процессы и повышать эффективность. Это позволяет снизить затраты на персонал и ресурсы, сократить время выполнения задач и минимизировать вероятность ошибок. Это позволяет компаниям снижать издержки и повышать конкурентоспособность.

5. Изменение моделей бизнеса: цифровая экономика меняет традиционные модели бизнеса и способы взаимодействия с клиентами. Компании могут использовать цифровые платформы для продажи своих товаров и услуг, устанавливать прямые связи с клиентами без посредников и осуществлять продажи на международных рынках. Они также могут использовать данные пользователей для персонализации своих предложений и создания уникального опыта для каждого клиента [3].

В целом, цифровая экономика предоставляет компаниям множество новых возможностей для роста, развития и повышения конкурентоспособности. Однако она также требует от компаний принятия новых подходов к управлению, созданию цифровой стратегии и развитию новых компетенций. Компании, способные адаптироваться к цифровой экономике и использовать ее возможности, могут получить значительные преимущества перед своими конкурентами.

Преимущества цифровых технологий в бизнесе:

1. Автоматизация процессов: цифровые технологии позволяют автоматизировать многие бизнес-процессы, что делает их более эффективными и увеличивает производительность.

2. Улучшение коммуникации: благодаря цифровым технологиям, бизнесы могут быстро и легко общаться с клиентами и партнерами, преодолевая географические и временные ограничения.

3. Улучшение доступа к информации: цифровые технологии позволяют получить доступ к различным видам информации, что помогает бизнесам принимать более обоснованные решения и быть в курсе последних трендов на рынке.

4. Увеличение масштабируемости: цифровая технология позволяет бизнесам быстро масштабироваться и расширяться без необходимости больших физических инвестиций.

5. Улучшение клиентского опыта: цифровые технологии позволяют бизнесам улучшить опыт клиентов, предлагая им удобные интерфейсы, персонализированный контент и более быстрое обслуживание [4].

Недостатки цифровых технологий в бизнесе:

1. Высокие затраты: внедрение и использование цифровых технологий может потребовать значительных финансовых вложений, особенно для малых и средних предприятий.

2. Безопасность данных: цифровые технологии могут столкнуться с угрозами безопасности данных, такими как хакерские атаки и киберпреступность. Бизнесам необходимо внимательно обращаться с конфиденциальной информацией и принимать меры по защите данных.

3. Необходимость обучения персонала: внедрение новых цифровых технологий может потребовать обучения персонала, что может занять время и ресурсы.

4. Зависимость от технологии: бизнесы, полностью основанные на цифровых технологиях, могут столкнуться с проблемами, если эти технологии выйдут из строя или устареют. Постоянное обновление технологии может потребовать дополнительных затрат.

5. Отсутствие личного контакта: в некоторых случаях, цифровые технологии могут привести к потере личной связи и отсутствию чувства присутствия, особенно в отраслях, где взаимодействие с клиентами имеет важное значение.

6. Повышение расходов на здравоохранение: загрязнение окружающей среды, включая воздух и воду, может приводить к увеличению заболеваний дыхательной системы, аллергий, рака и других заболеваний, требующих дорогостоящего лечения и медицинского обслуживания [5].

7. Потери биоразнообразия: разрушение естественных экосистем и вымирание видов животных и растений являются серьезной проблемой, которая влияет на экологическое равновесие и может иметь негативные последствия для человека, такие как ухудшение пищевой цепи, снижение плодородия почвы и угрозы для экосистемных услуг.

8. Потеря природных ресурсов: неблагоприятное экологическое развитие может привести к истощению природных ресурсов, таких как вода, леса и минеральные ресурсы, что может привести к экономическим потерям и ограничению возможностей развития региона.

9. Изменение климата: негативное воздействие на окружающую среду может усилить глобальное потепление и изменение климата, что приводит к частым катастрофическим событиям, таким как наводнения, засухи, ураганы и повышение уровня мирового океана, что может иметь разрушительные последствия для общества и экономики.

В целом, цифровая экономика и ее тенденции развития имеют значительное влияние на бизнес-среду. Они меняют традиционные подходы к ведению бизнеса, стимулируют инновации и создают новые возможности для компаний. Те, кто готовится и адаптируется к изменениям, смогут с успехом процветать в цифровой экономике, в то время как те, кто останется на месте, могут столкнуться с трудностями и отставанием от конкурентов. Поэтому, понимание и принятие основных тенденций развития цифровой экономики

является необходимым условием для успешного ведения бизнеса в современном мире.

### Библиографический список

1. Мухаметова, Л.Р. Инновационное развитие региональной экономики / Л.Р. Мухаметова, И.Г. Ахметова // Инновационные кластеры в цифровой экономике: Теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С. 298–302.

2. Дюдина, О.В. Оценка влияния санкций на конкурентоспособность продовольственных товаров в РФ / О.В. Дюдина, А.С. Маадыр-Оол // Церетинские чтения – 2023. Материалы IX Международной конференции. Москва. – 2023. – С. 188–189.

3. Денисов, И.В., Положишникова, М.А., Куттыбаева, Н.Б., Петренко Е.С. Цифровые предпринимательские экосистемы: бизнес-платформы как средство повышения эффективности / И.В. Денисов, М.А. Положишникова, Н.Б. Куттыбаева, Е.С. Петренко // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42676075> (дата обращения: 10.06.2020).

4. Мухин, В.Н. Современные тенденции развития цифровой экономики и ее влияние на предпринимательскую деятельность / В.Н. Мухин. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 48 (338). – С. 523–526. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/338/75750/> (дата обращения: 18.10.2023).

5. Евсикова, О.О. Преимущества развития цифровой экономики / О. О. Евсикова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 1 (291). – С. 83–84. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/291/65949/> (дата обращения: 18.10.2023).

© Бикиева Г.И., 2023

Т.С. ГАЙСИН, М.Э. ИЛАЛОВ

*tagir.gaysin.05@mail.ru, muratilalolv@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.П. ВАСИЛЬЕВА

*Уфимский государственный нефтяной технический университет*

## **ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ПРОБЛЕМЫ НА ПРИМЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА**

*Аннотация:* целью исследования является изучение актуальных вопросов и проблем параллельного импорта в Российской Федерации на примере автомобильного рынка. Актуальность данного исследования обусловлена введением новых правил ввоза автомобилей в Россию, а также большим интересом к этой отрасли со стороны потребителей.

*Ключевые слова:* параллельный импорт, санкции, автомобильный рынок.

### **Введение**

Введённые в феврале 2022 года санкции резко ограничили возможность прямого импорта в Россию, что значительно повлияло на поставку множества товаров. Тогда государство приняло ряд изменений в качестве контрсанкционного ответа. Эти меры поддержали российский сектор экономики и сократили на него нагрузку. Одной из таких мер стала легализация параллельного импорта.

В связи с этим, основной целью работы будет рассмотрение актуальных проблем и перспектив параллельного импорта в Российской Федерации на примере автомобильного рынка, в связи с изменением части законодательства и введением новых условий спустя практически двух лет после его легализации.

Параллельный импорт – это ввоз товаров без участия дистрибьютеров или правообладателя. Если рассмотреть данный тип импорта более подробно, то получим следующую картину: некое лицо приобретает товар в зарубежных странах либо непосредственно у производителя, либо у его официального представителя для дальнейшей перепродажи в зоне, где официально эта продукция не представлена. Такая схема применяется для получения продукции по более низким ценам, а также для обеспечения широкого ассортимента. Этот механизм может быть как легальным, в том случае, когда законодательство страны допускает ввоз товаров по параллельному импорту с соблюдением установленных правил, как например, оригинальная упаковка и маркировка товара, так и нелегальным, когда происходит нарушение авторских прав или торговых марок. Для нашей страны параллельный импорт не является чем-то новым: до начала 2000-х очень активно ввозились автомобильные комплектующие через европейские страны. Как раз таки на основе этой отрасли мы хотим рассмотреть положение дел в данный момент на территории РФ, ведь

с 30 марта 2022 года вновь начались поставки автомобилей по вышеизложенному механизму.

Автомобильный рынок занимает значительную часть российского сектора торговли. Именно на него с самого начала резко повлияло ограничение импорта. Изучения параллельного импорта именно на примере этого рынка является особенно актуальным, так как с 01 августа 2023 года происходит повышение утилизационного сбора, что сильно повлияло на перевозки, а с 01 октября 2023 года поменялись правила ввоза автомобилей по параллельному импорту.

### **Анализ параллельного импорта автомобилей**

В этом разделе рассмотрим рынок автомобилей, ввозимых параллельным импортом в Россию. Юридически легализация параллельного импорта означает возможность ввозить автомобили без получения одобрения типа транспортного средства (ОТТС) не только частным, но и юридическим лицам. Вся нормативно-правовая база для реализации поставщиками такого импорта готова и доступна, там описаны требования и правила ввоза, а также список автомобильных брендов, разрешенных для ввоза.

Одним из способов прохождения таможни при ввозе в Россию для физических лиц является получения свидетельства о безопасности конструкции транспортного средства (СБКТС). Раньше этим могли пользоваться для перепродажи, ведь при таком оформлении действует льготная ставка утилизационного сбора для физических лиц, но сейчас нельзя ввести больше одной машины за год и продать его раньше, чем через год. Это существенно повлияло на продавцов, ведь, кроме того, поднялся и сам сбор для автомобилей с объемом моторов более 3 литров (табл. 1)

*Таблица 1*

Ставка утилизационного сбора на новые машины с 01 августа 2023 года

Объем двигателя (л)	Было для физических лиц (руб.)	Стало (руб.)	Было для юридических лиц (руб.)	Стало (руб.)
3–3,5	3 400	970 000	281 600	970 000
Больше 3,5	3 400	1 235 000	445 000	1 235 000

Можем рассмотреть это на конкретном примере, если раньше утилизационный сбор на семейный минивэн Kia Carnival составлял 3400 рублей, то сейчас 970000 рублей независимо от целей использования.

Другим способом ввоза является получение заключение о безопасности единичного транспортного средства (ЗОЕТС). При получении ЗОЕТС не требуется согласие правообладателя, что и позволяет поставлять иностранные машины и запчасти. Новые правила, введенные 01 октября 2023 года, затронули этот способ. Теперь такое заключение можно получить не на каждый автомобиль, а только на модели брендов, которые официально не поставляют свою продукцию в Россию. Во основном это повлияло на китайские автомобили премиум-класса, чьи представители не сразу появились в России

официально, а завозились из Китая другими компаниями. Сейчас, когда большая их часть поставляет свои машины официально, такой запрет ограничивает получение для них ЗОЕТС.

Вследствие этих причин мы можем заметить тенденцию снижения поставок автомобилей параллельным импортом, из-за роста цен. Если раньше общий показатель составлял около 15% от общего количества автомобилей, то сейчас это около 10%. Но это может происходить и в связи с другими причинами, например курса валют.

### **Проблемы параллельного импорта**

Несмотря на упрощенные механизмы оформления привезенных автомобилей, появление огромного количества компаний и посредников сегодня существует целый ряд проблем, связанных с параллельным импортом.

Среди них, например отсутствие гарантии и техобслуживания, с которым могут столкнуться владельцы таких автомобилей. Это может повлечь за собой высокую стоимость ремонта машин, отсутствие оригинальных запчастей и их дороговизна. Кроме того, привезенный автомобиль может не «русифицироваться», то есть он будет иметь ограниченный функционал и отличия в интерфейсе, что может вызвать трудности в его эксплуатации. Самым же потенциально опасным риском можно считать отзыв производителем целой линейки своих автомобилей из-за технической неисправности, ведь машина, ввезенная параллельным импортом, не может попасть под такую компанию, а это значит, что авто будет оставаться не безопасным.

Другой проблемой можно считать огромное количество мошеннических схем и подводных камней на рынке таких автомобилей. Например, человек может не знать о истории привезенный из-за рубежа машины, ее технических неисправностях, заметных только при тщательном анализе, что может обойтись для покупателя дорогим ремонтом или опасностью на дороге.

Также сейчас очень заметны трудности в поставках автомобилей массового сегмента, то есть стоимостью от одного до двух миллионов рублей. Часть расходов для перевозки авто имеет постоянный характер. То есть независимо от стоимости, затраты будут одинаковые. Рассмотрим это на примере перевозки из Кореи в Россию через Казахстан (табл. 2).

*Таблица 2*

**Постоянные издержки для перевоза автомобиля из Кореи в Россию**

Цена (долл.)	Услуга
1 600	Комиссия дилера в Кореи
2 000	Доставка до Казахстана
1 500	Перегон авто в Россию

С виду они могут показаться незначительными, особенно на фоне автомобиля премиум сегмента. Но если взглянуть на ситуацию под другим углом, когда расходы составляют более четверти от стоимости, станет ясно, что ввозить автомобили массового сегмента невыгодно.

В целом сейчас параллельный импорт имеет значительные сложности, которые влияют на объем продаж и цену конечного продукта. Неопределённо и его будущее, в связи с новыми правилами и тем, что постановление о легализации таких перевозок действует только до февраля 2024 года, и пока остается не известным будет ли оно продлеваться.

## Заключение

Параллельный импорт имеет для России важное значение, так как помогает обеспечить рынок дефицитными товарами, поставка которых официальными производителями прекратилась. Также он расширяет ассортимент, представленный в России. С другой стороны, такой способ поставки товаров сопряжен с определенными рисками и недостатками. Это и отсутствие гарантийного обслуживания и постоянно меняющиеся цены, зависящие от множества факторов. Именно поэтому при принятии любых мер, связанных с параллельным импортом важно, оценивать все потенциальные опасности.

Вероятно, в будущем все больше будут развиваться альтернативны и возможности на автомобильном рынке, так как параллельный импорт не идеальная схема поставок и не может предоставить гарантий, которые существовали на рынке до этого. Это заметно уже и сейчас, когда на замену ушедшим брендам приходят все больше китайских и российских производителей, предоставляющих предложение на рынке. Люди могут быть заинтересованы в этом, так как официальные бренды предлагают юридически «чистые» сделки, где история автомобиля и его технические данные прозрачны. Только с января по июль экспорт китайских автомобилей вырос в 5,7 раз. Именно с этим в том числе связано сокращение объема продаж машин, привезенных параллельным импортом в Россию.

### Библиографический список

1. Иванов, С. В России серьезно ограничат параллельный импорт машин. Кто под угрозой // Autonews. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/6501a9ec9a794705e42162ba>.
2. Иванов, С. С 1 августа эти машины подорожают на 20% из-за утильсбора. Список // Autonews. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/64c7ed7b9a7947866a8c4f47>.
3. Нургалеев, М.С. Понятие параллельного импорта, его правовое регулирование и особенности регулирования параллельного импорта лекарственных средств в Европейском Союзе / М.С. Нургалеев, Е.Н. Петров // Наука России: цели и задачи: сборник научных трудов по материалам XVIII международной научной конференции, Екатеринбург, 10 декабря 2019 года / Международная Объединенная Академия Наук. Том Часть 2. – Екатеринбург: НИЦ «Л-Журнал», 2019. – С. 52–56. – DOI 10.18411/sr-10-12-2019-31. – EDN CIRJGN.
4. Сальникова, А.В., Молотков, А.В. Рынок автозапчастей в условиях легализации параллельного импорта // Вестник ГУУ. – 2023. – № 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-avtozapchastey-v-usloviyah-legalizatsii-parallelnogo-importa>.
5. Федеральная таможенная служба Российской Федерации. Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.customs.gov.ru/>
6. Цемержинская, А.В., Свистунова, М.А., Вишняков, И.А. Параллельный импорт в современных условиях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 12-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/parallelnyy-import-v-sovremennyh-usloviyah>

© Гайсин Т.С., Илалов М.Э., 2023

В.А. ГАЙСИНА

*violettaa@inbox.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.П. ВАСИЛЬЕВА

*Уфимский государственный нефтяной технический университет*

## **ПОСЛЕДСТВИЯ ВВЕДЕНИЯ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

*Аннотация:* Россия является крупнейшей динамично развивающейся страной в мире. Её последующее развитие требует усовершенствования научного потенциала, создания возможностей для развития торговли и экономического сотрудничества с другими странами, повышения жизненного уровня граждан, создания стабильной и предсказуемой экономической и политической среды и т. д. Во многих странах мира ведётся активная разработка, испытания или же уже начат запуск цифровых валют. В связи с этим запуск цифровой национальной валюты в России будет свидетельствовать о конкурентноспособном, быстро развивающемся положении страны. В процессе изучения и анализа автором были показаны цели введения цифровой валюты на основе изучения данных Банка России, рассмотрены достоинства и недостатки внедрения цифрового рубля в современной России для граждан. В заключении делаются выводы о последствиях введения цифровых валют центральных банков.

*Ключевые слова:* цифровизация, цифровой рубль, экономика России, ЦВЦБ, деньги, цифровая валюта.

Цифровая валюта центрального банка (ЦВЦБ) – это электронная форма национальной валюты, выпускаемая в национальной денежной единице Центральным Банком и контролируемая им. Она представляет собой законное платёжное средство, которое может быть использовано для покупок товаров или услуг [5]. Цифровой рубль – это цифровая версия национальной валюты Российской Федерации.

В России 24 июля 2023 года введен Федеральный закон № 340-ФЗ о новой цифровой форме денег – цифровой рубль. В соответствии с проведенными исследованиями не все россияне осведомлены о введении цифровой валюты. Около трети граждан нашей страны никогда не слышали о цифровом рубле.

В скором времени каждый желающий будет иметь возможность произвести оплату и перевод товаров и услуг, используя при этом цифровой рубль. С 2025 года в России планируется масштабная реализация цифрового рубля. В целом 70% граждан РФ осведомлены о внедрении ЦРЦБ. Каждый седьмой наш согражданин (15%) осведомлён об этом, более половины



опрошенных (55%) что-то слышали, однако без деталей и около 30% во время опроса в первый раз услышали о появлении третьей формы национальной валюты [9].

В настоящее время большинство стран мира занимаются внедрением цифровой валюты. Информация об этапах распространения цифровой валюты в мире показана на рис. 1. Тёмно-серым цветом обозначены страны, в которых проводятся пробные испытания новой цифровой валюты. Серым обозначены страны, в которых проходят исследования и анализ будущей валюты. Светло-серым же отмечены те страны, которые уже запустили пробную работу цифровой валюты. Итак, исходя из информации на рисунке, можно сделать вывод о том, что большинство стран мира уже занимается внедрением собственной цифровой валюты.



*Рис. 1.* Стадии распространения цифровой валюты в мире  
Источник: <https://cbdctracker.org>.

На настоящий момент существуют страны, которые особенно близки к введению ЦВЦБ. Это Россия, Китай, Франция, Объединённые Арабские Эмираты. В Нигерии, на Ямайке, Багамских островах покупки уже можно оплатить с помощью цифровых валют центрального банка. По мнению Егора Кривошеи, старшего преподавателя Школы управления Сколково и руководителя лаборатории блокчейн и финтех, в этих странах цифровые валюты могут разрешить определённые процессы в макроэкономике, среди которых высокие уровни инфляции и привязанность к иностранным валютам. На сегодняшний день такие страны, как Индия, Китай, Гана, Уругвай, находятся на этапе пилотирования ЦВЦБ. В связи с этим Егор Кривошея отметил, что впереди всех выдвинулся проект цифрового юаня. Глава Народного банка страны Йи Ган сообщил об объёме транзакций с использованием цифрового юаня, который достиг 1,8 трлн юаней в конце июня 2023 года. Так же в Китае уже было заведено около 120 миллионов электронных кошельков.

Сейчас одни страны находятся на этапе тестирования цифровых валют (пример: Швеция, Турция и др.), а другие только рассматривают вероятность использования цифровых валют (пример: Вьетнам, Индонезия, США и др.). Наряду с этим такие страны, как Финляндия, Дания, Сингапур, Эквадор, Кения,

отложили планы по введению ЦВЦБ или же просто отклонили эту инициативу. К примеру, в Дании подчеркнули, что возможные преимущества от внедрения ЦВЦБ для домашних хозяйств, организаций не превысят появляющиеся вопросы и проблемы. Между тем в Кении оценили данный проект неважным, указав, что вероятные вопросы в области платежей допустимо урегулировать при помощи иных инновационных идей.

Россия продвинулась вперёд, присоединившись к растущему списку стран, которые экспериментируют с электронной валютой. По данным Международного валютного фонда, более половины центральных банков мира рассматривают возможность использования цифровых валют или разрабатывают их. По меньшей мере 20 стран работают над пилотными программами, включая Индию, Японию и Китай, чей проект охватывает 260 миллионов человек и тестируется в таких областях, как общественный транспорт и электронная коммерция, показало исследование, опубликованное Атлантическим советом

Цифровая валюта Центрального Банка – это новый уровень безналичных платежей на фактически более безопасной и крепкой основе. В последнее время растёт спрос не только на цифровизацию в повседневной жизни, но и в деятельности организаций и государств. Запуск цифровых валют способен напрямую удовлетворить потребность в цифровизации, укрепив отношения между гражданами и Центральным банком. Значит переход на такие валюты имеет определённые преимущества:

1. ЦВЦБ может повысить эффективность и скорость проведения финансовых транзакций. Благодаря этому люди смогут совершать финансовые операции с помощью мобильных устройств или компьютеров, что сделает процесс более доступным и удобным в любое время и в любом месте. Вместе с тем сократится использование наличных денег, что впоследствии снизит зависимость от них и приведёт к снижению затрат на печать.

2. Увеличится безопасность. Внедрение цифровой валюты может помочь предотвратить различные виды мошенничества и фальсификации денег, электронные транзакции могут быть легче отслеживаемыми и контролируруемыми. В связи с тем, что переводы будут проходить только внутри платформы ЦБ, а каждая банкнота будет иметь свой определённый номер, любая кража может быть найдена Банком России. Гражданин всегда может быть уверен в сохранности собственных средств.

3. ЦВЦБ может стимулировать инновации в финансовой сфере и способствовать развитию новых технологий, таких как блокчейн. Это может открыть новые возможности для различных секторов экономики и привести к появлению новых бизнес-моделей. Новые инновационные возможности окажут воздействие на создание новых финансовых услуг и будут определять вектор дальнейшего развития. Таким образом, введение цифрового рубля улучшит жизнь граждан, сделав процессы более удобными и безопасными.

4. Откроется возможность выполнять переводы между иностранными контрагентами без использования SWIFT, а с помощью иной системы. Данное

решение приведёт к расширению и укреплению мировых взаимодействий между участниками рынка [3].

Кроме того, положительные последствия введения цифрового рубля актуальны не только для населения и бизнеса, но и для государства. Так, в условиях блокировки SWIFT можно будет проводить расчетные операции со странами ЕАЭС, контролировать расходование бюджетных средств и снизить издержки на управление бюджетными выплатами. Появится возможность выполнять исследования о финансовых операциях на основе больших данных, отслеживать финансовые потоки.

Помимо очевидных преимуществ введения новой формы валюты, у многих участников рынка существуют некоторые опасения.

1. Сокращение экономической свободы. Введение цифрового рубля может привести к усилению контроля государства над финансовыми операциями граждан и бизнеса. В любое время из-за кибератаки или по заключению органов надзора цифровые сбережения граждан могут быть заблокированы. Кроме того, могут появиться риски сохранения анонимности и конфиденциальности финансовых операций. Для предотвращения данного риска необходимо урегулировать отношения между субъектами операций на законодательном уровне, а также принять определённые меры для обеспечения безопасности цифровых кошельков от утечки персональных данных [6].

2. Кибермошенничество. Вместе с внедрением новой формы национальной валюты и системы её реализации могут появиться новые способы мошенничества и возможные кибератаки. Мошенники могут взломать личный кабинет клиента или повторно использовать одни и те же цифровые рубли при расчётах. Для предотвращения данного риска необходимо полностью урегулировать вопросы технического характера и надёжности программного обеспечения и обеспечить надёжность банковской системы. На начальных стадиях внедрения цифрового рубля ошибки и технические сбои могут подорвать доверие к Банку России и привести к возникновению репутационных рисков.

3. Использование цифрового рубля требует от людей наличия инструментов для работы с цифровым рублем и навыков использования цифровых технологий. Например, использование цифрового рубля будет затруднительным для лиц старше трудоспособного возраста. Для предоставления единого доступа к цифровому рублю необходимо предусмотреть возможность доступа к цифровым услугам для всех категорий граждан, а также повышать финансовую грамотность населения для обеспечения его информацией о возможностях использования цифрового рубля [7].

Таким образом, цифровая валюта является новой формы валюты в Российской Федерации с 2023 года и была введена с целью борьбы с отмытием денег и сохранением независимости в сфере денежного обращения.

К основным последствиям введения цифрового рубля можно отнести увеличение прозрачности финансовых операций. Кроме того, к положительным последствиям введения цифрового рубля можно отнести увеличение скорости финансовых транзакций, развитие технологии блокчейн и возможность осуществления переводов между иностранными контрагентами без использования SWIFT. Таким образом, дальнейшее грамотное внедрение и распространение цифрового рубля расширит экономические возможности пользователей, повысит цифровизацию страны и в дальнейшем окажет положительное макроэкономическое влияние.

Вместе с тем введение цифровой валюты имеет ряд недостатков и рисков, среди которых можно выделить сокращение экономической свободы, риски хакерских атак и значительные инвестиции в технологическую инфраструктуру.

Введение Центральным Банком цифрового рубля требует создания единой системы или комплекса технологий, которая позволит предотвращать мошеннические действия. Необходимо использовать современные способы аутентификации при открытии клиентам финансовых кошельков. Для повышения финансовой грамотности населения в части использования цифрового рубля автором предлагается организовать контакт-центр ЦБ РФ, который будет отвечать на вопросы, возникающие при использовании цифровой валюты.

Для предотвращения рисков киберугроз при использовании новой цифровой валюты автор рекомендует внедрить на мобильное устройство специальное ПО, позволяющее обеспечить доступ к электронному кошельку и внедрить систему криптографической защиты банковской информации.

### **Библиографический список**

1. Аджиева, А.Ю., Токарев, К.К. Цифровая валюта. перспективы введения в обращение цифрового рубля // ЕГИ. – 2022. – № 44 (6). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-valyuta-perspektivy-vvedeniya-v-obraschenie-tsifrovogo-rublya> (дата обращения: 29.10.2023).

2. Вершинина, О.В. Анализ возможностей и рисков введения в обращение цифровых валют центральных банков на примере «цифрового рубля» / О.В. Вершинина, Я.Г. Лабушева, И.С. Султаниев // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2021. – № 1. – С. 51–60. – DOI 10.25586/RNU.V9276.21.01.P.051. – EDN IOAHGH.

3. Гарипов, Р.И., Максимова, Н.Н. Значение цифрового рубля для экономики страны // Управление в современных системах. 2021. №4 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-tsifrovogo-rublya-dlya-ekonomiki-strany> (дата обращения: 29.10.2023).

4. Поташова, И.Ю., Гонга, С.Н. Критический анализ внедрения цифрового рубля Банка России // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 2

(55). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriticheskiy-analiz-vnedreniya-tsifrovogo-rublya-banka-rossii> (дата обращения: 29.10.2023).

5. Чапаев, Н. М. Цифровой рубль как основа цифровой экономики России / Н. М. Чапаев // Журнал прикладных исследований. – 2022. – Т. 6. – № 6. – С. 544–547. – DOI 10.47576/2712-7516\_2022\_6\_6\_544. – EDN КННСWM.

6. Черенкова, С.А. Достоинства и потенциальные риски введения цифрового рубля в современной России // Национальная безопасность / nota bene. – 2023. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dostoinstva-i-potentsialnye-riski-vvedeniya-tsifrovogo-rublya-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 29.10.2023).

7. Планы мероприятий по реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы // Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. – Режим доступа: [https://cbr.ru/protection\\_rights/finprosvet/str\\_road\\_maps/](https://cbr.ru/protection_rights/finprosvet/str_road_maps/).

8. Цифровой рубль: доклад для общественных консультаций // Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. – Режим доступа: [https://cbr.ru/analytics/d\\_ok/dig\\_ruble/](https://cbr.ru/analytics/d_ok/dig_ruble/).

9. ВЦИОМ: цифровой рубль интереснее россиянам с высоким доходом // Росбизнесконсалт. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/crypto/news/64d38ca39a79472d0d772998>.

© Гайсина В.А., 2023

А.О. ГАРИФОВА, Г.И. ФАТКУЛЛИНА  
*filippova.aigul@mail.ru, guldar\_fatkullina@mail.ru*  
Науч. руковод. – ст. преп. О.К. КУДРЯШОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИЧИНЫ ЭМИГРАЦИИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ РФ И БОРЬБА С ЕЁ ПОСЛЕДСТВИЯМИ**

*Аннотация:* в статье рассматривается проблема эмиграции и реэмиграции специалистов сферы информационных технологий из России. Проводится анализ необходимости ИТ-специалистов в России. Выявляются различные факторы, влияющие на решения специалистов покинуть Россию, оцениваются последствия миграции кадров. В завершении статьи предлагаются решения по прекращению процесса миграции специалистов в последующие годы.

*Ключевые слова:* эмиграция; ИТ-специалист; ИТ-сфера; развитие технологий; цифровизация; инновации; льготные пакеты.

Параллельно с изменениями, происходящими в сферах политики и экономики, за последние годы наблюдается тенденция эмиграции россиян в страны СНГ и Евросоюза. Это является достаточно серьезной проблемой, создающей для экономики России преграды для развития на внешнем и внутреннем рынках. В таком случае страна становится непривлекательной для иностранных партнеров и инвесторов, а внутри страны происходит стагнация и падает совокупный спрос.

Целью статьи является анализ явления, как эмиграция специалистов в сфере информационных технологий из России. За последние несколько лет число эмигрантов, а именно работников сферы ИТ, растет.

Согласно данным Росстата с января 2022 года Россию покинули 419 тыс. граждан, что в 2 раза превышает показатели 2021 года. Среди этих людей большую часть составляют молодые мужчины, занятые в сфере ИТ и в сфере услуг. Терять столь ценные кадры для страны невыгодно, потому что Россия уступает в развитии постиндустриальным странам Северной Америки и Европы по степени внедрения информационных технологий. Согласно рейтингу IMD World Digital Competitiveness Ranking Россия в 2021 году занимала 42 место из 64 стран [1].

Спрос на ИТ-специалистов в России начал расти с начала 2000-х годов, когда происходило активное развитие Интернета, наблюдался рост телекоммуникационных компаний и предприятий программной индустрии. Компании и организации начали массово внедрять информационные системы, создавать веб-проекты и искать специалистов для обеспечения своих ИТ-

потребностей. Коронавирусная пандемия также усилила цифровизацию и повысила значимость IT-решений.

Востребованность в IT-специалистах продолжает расти и по нынешнее время по нескольким ключевым причинам:

1. Происходит цифровая трансформация, при которой множество компаний и организаций стремятся улучшить свои бизнес-процессы и оставаться конкурентоспособными путем внедрения цифровых технологий;

2. Наблюдается рост интернета вещей (IoT), взаимосвязанные устройства которого должны сопровождаться анализом и управлением со стороны IT-специалистов;

3. Развивается искусственный интеллект и анализ данных, что создает потребность в специалистах по машинному обучению, аналитиков данных и инженеров данных;

4. Возникает необходимость в повышении уровня кибербезопасности, угрозы которому постоянно увеличиваются;

5. Остаётся неизменным спрос на разработчиков программного обеспечения: веб-приложений, мобильных приложений, игр и других видов программного обеспечения;

6. Создаются стартапы и инновации, которые требуют IT-специалистов для реализации своих идей и продуктов.

Эти причины говорят о постоянном спросе на IT-специалистов в нашей стране, которая стремится не уступать западным и восточным странам-лидерам в сфере информационных технологий.

Эмиграция специалистов и ученых из России наблюдается на протяжении уже второго столетия. Каждый раз на это были причины: перестройка государственного аппарата, репрессии, пандемия, поиск лучших условий труда и высоких заработных плат в других странах и др. На данный момент основной причиной отъезда IT-специалистов является продолжающаяся специальная военная операция. Прежде всего, это страх за свою жизнь и жизнь своих родственников, социальная нестабильность, рост количества санкций, в том числе такие экономические факторы, как рост уровня инфляции и безработицы и т. д.

Также причиной релокации является переезд в другие страны по причине трудоустройства в зарубежных компаниях. Многие IT-компании были зарубежными, после специальной военной операции их деятельность в России и в Беларуси перестала быть активной. Чтобы не терять своих сотрудников, они обеспечили им условия переезда и проживания в новой стране, как это сделала корпорация Google.

Стоит отметить, что дефицит IT-кадров не ограничивается только перечисленными факторами и эмиграцией населения, но и проблемами качества образовательной системы, условиями труда и неразвитостью предпринимательства в этой сфере.

Когда страну покидают квалифицированные кадры, включая IT-специалистов, это несёт за собой серьезные и многогранные последствия, основные из которых состоят в:

1. Замедлении экономического развития страны, так как релокация IT-специалистов и других квалифицированных специалистов привела к потере ключевых знаний и навыков в сфере и других отраслях. Согласно данным Росстата, произошёл спад ВВП на 2,1% за счет снижения доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей [2].

2. Угрозе кибербезопасности, поскольку потеря программистов вызывает уязвимость перед киберугрозами и кибератаками. Примером может стать ситуация с компанией «Яндекс», которая сообщила об утечке исходных кодов части сервисов в январе 2023 года [3].

3. Ущербе для инноваций, который возникает вследствие снижения темпов технологического развития и научных исследований в стране, часто совершаемых IT-специалистами. В 2022 году относительно 2021 наблюдается снижение уровня инновационной активности организаций РФ в особенности в областях инженерно-технического производства, научных исследований и в области информационных технологий [4].

В том числе отток специалистов привел к ослаблению национальной безопасности, увеличению сроков реализации национальных высокотехнологичных проектов, а также к спаду числа технологичных частных компаний малого и среднего бизнеса. Взаимозависимость государства и IT-сферы должна поддерживаться через стимулирование внутренней политики и организацию решений в комплексном подходе.

Алексей Ракша, независимый демограф, считает, что заполнение брешей в интеллектуальном капитале связано непосредственно с решениями и действиями политической власти РФ [5]. Глава ведомства Минцифры Максут Шадаев высказывался по поводу решения этой проблемы таким образом: «Мы должны создать условия, чтобы они захотели вернуться и работать в России. Наша задача – разработать программу обратной релокации и на деле показать, что здесь можно спокойно продолжать работать».

Предотвращение эмиграции IT-специалистов из России осуществлялось посредством ряда мер, проводившихся Правительством РФ. Первый набор мер включал снижение налогов для IT-компаний и освобождение от НДС, а второй – ограничения на импорт иностранного ПО, инвестиции в отечественные технологии и образование. Третий пакет устанавливал налог на прибыль для IT-компаний в 0%, предоставляет отсрочку от армии для мужчин и финансирует жилищные условия и повышение зарплаты сотрудникам [6].

Однако данные меры являются эффективными лишь в краткосрочной перспективе и не решают основных причин, вызвавших данную отрицательную тенденцию. Для решения этой проблемы необходимы глубокие качественные изменения в структуре социально-экономической сферы. Для страны важно разработать стратегии по удержанию квалифицированных специалистов и созданию условий, которые сделают её более привлекательной для



профессионалов. Данные стратегии должны включать в себя меры по улучшению бизнес-среды, образования, инфраструктуры и социальной поддержки, а также создание условий для развития инновационных проектов и стартапов [7].

Главным шагом на пути к достижению поставленной цели является установление стабильной политической и экономической обстановки, а также выстраивание дипломатических связей с другими государствами, что поможет стране занять прочную лидирующую позицию на мировой политической арене и заключать выгодные экономические соглашения. Возникает также потребность вкладываться в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, связанные с вложениями в исследования, разработку и инновационные проекты в IT-отрасли. Необходимо повышать инвестиционную привлекательность за счет обеспечения правовой защиты инвесторов и открытости к иностранным и отечественным инвестициям, также необходимо улучшение инфраструктуры городской и сельской местности. Стоит обратить внимание и на реформацию образовательной системы, которая подразумевает под собой создание и внедрение современных методов обучения под руководством высококвалифицированных педагогов, актуальных образовательных программ профессионального обучения, мониторинг качественных показателей в образовательном процессе каждой ступени. Нужно заниматься созданием комфортных условий труда: обеспечивать сотрудников современными офисами, либо предоставлять возможность работать в удаленном формате, обеспечивать доступом к передовым технологиям и инфраструктуре и высокими заработными платами.

Перечисленные меры будут содействовать удержанию не только IT-специалистов в России, но и граждан любой трудовой сферы и любого уровня квалификации, а также иностранных ученых, специалистов и инвесторов.

### **Библиографический список**

1. Россия в IT-рейтингах: [Электронный ресурс] // TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков. – Режим доступа: <https://clck.ru/34DbPo> (дата обращения: 04.10.2023).

2. Росстат подтвердил оценку спада ВВП РФ в 2022 году на уровне 2,1%: [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Интерфакс.ру». – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/895030> (дата обращения: 04.10.2023).

3. «Яндекс» сообщил об утечке из хранилища данных с кодом проектов: [Электронный ресурс] // Медиахолдинг РБК. – Режим доступа: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/26/01/2023/63d23f479a794721432d408b](https://www.rbc.ru/technology_and_media/26/01/2023/63d23f479a794721432d408b) (дата обращения: 05.10.2023).

4. Наука, инновации и технологии: [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 05.10.2023).

5. Чем грозит России утечка мозгов и смогут ли власти побудить людей вернуться?: [Электронный ресурс] // Ресурс Eurasianet.org. – Режим доступа: <https://clck.ru/32sVmu> (дата обращения: 06.10.2023).

6. Сочеева, М. Е. Причины и последствия современной эмиграции IT-специалистов из РФ / М. Е. Сочеева // Энергетика, управление и автоматизация: инновационные решения проблем: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции обучающихся и преподавателей Научное издание, Санкт-Петербург, 22 декабря 2022 года / под общей редакцией Т.Ю. Коротковой, сост. М.С. Липатов, Е.Н. Лашина. – Санкт-Петербург: Высшая школа технологии и энергетики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна», 2023. – С. 108–111. – EDN DTZFGK (дата обращения: 06.10.2023).

7. Петров А.А. Второй раунд ИТ-преференций и социальный фактор // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2023. – № 6-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vtoroy-raund-it-preferentsiy-i-sotsialnyu-faktor> (дата обращения: 06.10.2023).

© Гарифова А.О., Фаткуллина Г.И., 2023

А.Н. ГАТИЯТУЛЛИНА

*alinkagati@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА НОВУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ РЕАЛЬНОСТЬ**

*Аннотация:* цифровая экономика является одним из ключевых факторов изменения современной экономической реальности. Благодаря быстрому развитию информационных технологий и интернета, компании, отрасли и государства приходят к новым способам ведения бизнеса и взаимодействия с клиентами и партнерами. В данной статье будет рассмотрено влияние цифровой экономики на новую экономическую реальность и его последствия для различных сторон деятельности.

*Ключевые слова:* цифровая экономика; цифровые технологии; инновации; бизнес-модели; потребители; автоматизация.

Влияние цифровой экономики на новую экономическую реальность является огромным и переформатирует практически все аспекты экономики и бизнеса.

Одно из главных влияний цифровой экономики – это увеличение эффективности производства и предоставления услуг. Благодаря автоматизации и использованию новых технологий, компании становятся более продуктивными и могут выполнять больше работы с меньшими затратами. Например, автоматизация производственных процессов позволяет снизить затраты на труд и ускорить процесс производства.

Также цифровая экономика создает новые возможности для предпринимательства и развития малого бизнеса. Онлайн-платформы и рынки создают условия для того, чтобы люди могли продавать свои товары и услуги в Интернете, что позволяет достичь большего числа клиентов и расширить свою аудиторию [1].

Влияние цифровой экономики также приводит к изменению моделей бизнеса. Например, модель потребительской предоплаты, где клиенты могут оплачивать услуги или товары заранее, становится все более популярной. Также она расширяет границы владения и обмена данными, что создает новые возможности для развития бизнеса и инноваций.

Более того, цифровая экономика влияет на трудовые отношения. Удаленная работа становится все более распространенной, что позволяет компаниям привлекать специалистов из любой точки мира и расширять их

возможности в области найма персонала. Также появляются новые формы трудовых отношений, такие как работа на условиях фриланса.

Однако цифровая экономика также имеет свои вызовы и проблемы. Одной из них является рост цифрового неравенства, когда доступ к цифровым технологиям и ресурсам не является равномерным. Это может создавать преграды для развития экономического потенциала некоторых регионов и групп населения [2].

В целом, цифровая экономика трансформирует экономическую реальность, увеличивая продуктивность, создавая новые возможности для предпринимательства и изменяя модели бизнеса и трудовые отношения. Однако необходимо учитывать вызовы и проблемы, чтобы обеспечить равномерное и устойчивое развитие.

Трансформация бизнес-моделей включает в себя пересмотр стратегии компании, принятие новых подходов к управлению и внедрение цифровых технологий для оптимизации процессов и улучшения клиентского опыта.

Примером цифровых инноваций в бизнесе является использование больших данных и аналитики данных для выявления новых тенденций и понимания потребностей клиентов. Компании могут использовать большие данные для улучшения прогнозирования спроса, персонализации предложений и оптимизации процессов [3].

Еще одна инновация – использование искусственного интеллекта и машинного обучения для автоматизации рутинных задач и принятия более точных решений. Это позволяет компаниям повысить эффективность, снизить затраты и улучшить качество продукции и услуг.

Также с развитием Интернета вещей и умных устройств, компании могут собирать и анализировать данные в реальном времени, что позволяет им предложить более персонализированные и релевантные продукты и услуги, а также предотвратить возникновение проблем.

Однако инновации и трансформация бизнес-моделей также имеют свои риски. Необходимо учитывать проблемы конфиденциальности данных, кибербезопасности и этичности использования технологий. Компании должны разрабатывать четкие политики и соблюдать законодательные нормы в области цифрового бизнеса.

Таким образом, инновации и трансформация бизнес-моделей являются ключевыми элементами цифровой экономики, позволяющими компаниям сохранять конкурентоспособность и адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям. Однако для успешного внедрения инноваций необходимо стратегическое мышление, гибкость и готовность к изменениям.

Кроме того, цифровая экономика сделала выход на новые рынки экономичным и эффективным. Благодаря таким технологиям, как мобильные приложения, социальные сети и аналитика данных, компании могут легко и быстро выходить на новые рынки и анализировать их, изучая потребности и предпочтения потенциальных клиентов.

Цифровая экономика также позволяет компаниям достичь масштабных экономий и снизить издержки при входе на новые рынки. Компании могут использовать электронный маркетинг и рекламу для привлечения новых клиентов, вместо традиционных и дорогостоящих методов. Кроме того, благодаря автоматизации процессов и использованию облачных технологий, компании могут оптимизировать свою операционную деятельность и управление поставками на новых рынках [4].

Еще одной важной возможностью, которую предоставляет цифровая экономика для выхода на новые рынки, является установление партнерских отношений и сотрудничества с местными компаниями. Благодаря технологиям компании могут легко находить потенциальных партнеров, устанавливая контакты и создавать совместные проекты для выхода на новые рынки.

Таким образом, цифровая экономика является мощным инструментом глобализации и освоения новых рынков. Цифровая экономика открывает новые возможности для расширения бизнеса, привлечения новых клиентов и оптимизации операций. Компании, эффективно использующие цифровые технологии, получают значительные конкурентные преимущества и добьются успеха на мировой арене.

Цифровая экономика изменила отношения между компаниями и потребителями. У потребителей появилась возможность сравнивать цены и качество товаров и услуг, читать отзывы и делиться своим опытом с другими. Компании должны быть более адаптируемыми и готовыми удовлетворить потребности и требования клиентов в режиме реального времени.

Это означает, что компании должны быть гораздо более прозрачными и открытыми перед своими клиентами. Они должны стремиться к предоставлению высокого качества товаров и услуг, а также быть готовыми к обратной связи и изменениям в своих предложениях, чтобы удовлетворить меняющиеся потребности потребителей.

Компании также должны активно использовать цифровые технологии для улучшения своего взаимодействия с клиентами. Они должны предоставлять удобные онлайн-сервисы, такие как интернет-магазины, онлайн-поддержку и возможности заказа через мобильные приложения. Важно, чтобы они были доступны и легко используемы клиентами [4].

Одновременно с этим, компании должны быть готовыми к меняющимся требованиям клиентов и быстро реагировать на них. Цифровые технологии позволяют компаниям мониторить и анализировать данные о своих клиентах, что помогает им предугадать и предложить то, что эти клиенты могут захотеть в будущем.

Таким образом, отношения между компаниями и потребителями в эпоху цифровой экономики становятся более динамичными и взаимовыгодными. Компании, которые способны адаптироваться к изменениям и предложить новые и инновационные решения, имеют больше шансов на успех в этой новой реальности.

Цифровая экономика приводит к изменениям на рынке труда. С одной стороны, появляются новые профессии, связанные с разработкой и эксплуатацией

технологий, а с другой стороны, некоторые традиционные профессии становятся менее востребованными из-за автоматизации процессов. Работники вынуждены адаптироваться к новым требованиям цифровой экономики и развивать свои навыки [5].

Цифровая экономика приводит к появлению новых профессий, которые связаны с разработкой и эксплуатацией технологий. Такие профессии, как разработчики программного обеспечения, аналитики данных, специалисты по информационной безопасности, становятся все более востребованными.

Однако автоматизация процессов приводит к тому, что некоторые традиционные профессии становятся менее востребованными. Например, инженеры, связанные с производством несложных товаров, могут быть заменены автоматическими машинами. Также, работники банков могут быть заменены системами искусственного интеллекта, способными выполнять задачи, ранее выполняемые людьми.

В связи с этим, работники вынуждены адаптироваться к новым требованиям цифровой экономики и развивать свои навыки. Важно освоить новые технологии и научиться использовать их в своей работе. Навыки в области программирования, аналитики данных, цифрового маркетинга могут оказаться весьма полезными.

Кроме того, для успешной работы в цифровой экономике необходимо быть гибким и готовым к постоянному обучению. Развитие навыков и профессиональных умений должно стать постоянным процессом. Такие качества, как креативность, коммуникабельность и способность к решению проблем, также остаются востребованными на цифровом рабочем рынке.

Таким образом, цифровая экономика приводит к изменениям на рынке труда, требуя от работников адаптации и развития новых навыков. Однако, с достаточным уровнем подготовки и гибкостью, можно успешно адаптироваться к новым требованиям и находить работу и востребованные профессии в этом новом цифровом мире.

#### **Библиографический список**

1. Голубева, А.В. Сущность трансформации цифровой экономики // Умная цифровая экономика. – 2022. – Т. 2. – № 3. – С. 75–78.
2. Мухаметова, Л.Р. Инновационное развитие региональной экономики / Л. Р. Мухаметова, И.Г. Ахметова // Инновационные кластеры в цифровой экономике: Теория и практика. Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С. 298–302.
3. Городнова, Н.В. Развитие цифровой экономики: теория и практика // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11. – № 3. – С. 911–928.
4. Дюдина, О.В. Оценка влияния санкций на конкурентоспособность продовольственных товаров в РФ / О.В. Дюдина, А.С. Маадыр-Оол // Церетинские чтения – 2023. Материалы IX Международной конференции. Москва. – 2023. – С. 188–189.
5. Дигилина, О.Б., Тесленко, И.Б. Трансформация рынка труда в условиях цифровизации // Вестник РГГУ: Сер.: Экономика. Управление. Право. – 2019. – № 4. – С. 166–180.

© Гатиятуллина А.Н., 2023

А.В. ДАВЫДОВ

*dawidov.tosha@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Г.Р. ФАХРЕТДИНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВИРТУАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ**

*Аннотация:* в статье рассмотрены тенденции развития современных экономических отношений. Внимание акцентируется на проблеме управления предприятиями, работа которых основана на применении виртуальных технологий, выделены факторы производства виртуальной компании и схема ее работы. Дано описание некоторых информационных технологий для осуществления бизнес-взаимодействия в виртуальной среде.

*Ключевые слова:* виртуальная компания, киберпространство, виртуализация бизнеса, информационные технологии, web-ориентированная система, искусственный интеллект.

Понятие «цифровая экономика» со временем расширяется, вбирая новые явления, сопровождающие глубокую цифровую трансформацию экономики. Различают следующие этапы становления той или иной формы экономики: экономная, перестроечная, ускоренная, переходная, трансформационная, информационная, инновационная, виртуальная, цифровая, сетевая и огромное множество других. Одной из таковых является «виртуальная».

На современном этапе развития экономики материальные рынки потеряли свою значимость и уступили место сделкам, осуществляемым в пространстве виртуальной реальности. Сегодня подавляющая доля сделок проводится с помощью информационных технологий и характеризуется высокой мобильностью и ликвидностью капитала. Формируются две сферы: виртуальная – место достижения соглашений, реальная – взаимодействие факторов производства, предметов договоренностей.

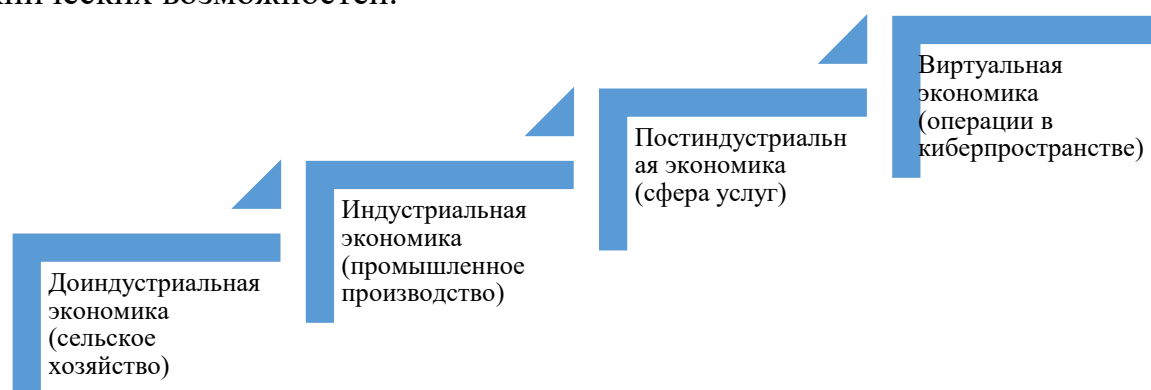
Под «виртуальной» экономикой не всегда все понимают одно и то же. В первом случае это коммерческие операции, производимые в глобальной сети Интернет на основе цифровых телекоммуникаций. Во-вторых, это существующие фондовые и валютные рынки, где вместо реального производства рассматривается виртуальный капитал, формирующийся в рамках биржевых спекуляций.

Значительное отличие «виртуальной» экономики от «сетевой»: ее дислокация из внутринациональных рамок в общемировое взаимодействие. Исходя из этого можно выделить три группы участников:

- государства, регионы, мировые финансовые центры;

- организации, корпорации;
- физические лица.

Осуществление экономической деятельности в рамках киберпространства сформировало слой хозяйствующих субъектов, вовлеченных в «виртуальное предпринимательство». Это тип бизнеса, предполагающий осуществление предпринимательской деятельности в сети Интернет, использование виртуального капитала, предложение виртуальной продукции и ее оплату с помощью электронных платежных систем. Таким образом, можно наблюдать процесс формирования качественно новой экономической системы. Процесс эволюции отражен на рис. 1. Производственные ориентиры меняются в связи со сменой общественных потребностей и внедрением все более совершенных технических возможностей.



*Рис. 1. Трансформация экономических систем и целевых направлений в предпринимательстве*

Происходит трансформация факторов производства, виртуальный капитал, вытеснивший землю и труд, сократил потери времени и понизил сложность коммуникационных задач, снизил уровень рискованности деятельности за счет возможности дифференциации, но при этом значительно повысил уровень сложности бизнес-процессов, которые теперь не ограничиваются производством сельскохозяйственной продукции и ее продажей на рынке. На сегодняшний день многосторонние сделки, проходят в короткие промежутки времени, с огромным количеством условий, возможностей финансовых операций и, как было сказано, могут носить транснациональный характер.

Высокая сложность организации бизнес-процессов в постиндустриальном предпринимательстве обусловлена многозадачностью в процессе организации, управления и координации цепей поставок и сбыта, управлением нематериальными факторами производства. Уровень рискованности также высокий, так как связан с инновационными технологиями, разработка и реализация которых требуется значительных инвестиционных вложений, а эффект может быть непредсказуемым (мала доля проектов, которые приживаются и окупаются). В случае с виртуальным предпринимательством бизнес-процессы усложнены отсутствием реальных контактов между



участниками сделок. Рискованность – спорный момент, так как происходит ее снижение на основе следующих обстоятельств:

- минимизируются издержки на реальные инфраструктурные объекты и соответствующие налоги;
- бизнес становится более гибким и способен лучше адаптироваться к изменениям рыночной среды в короткие сроки изменяя предлагаемую продукцию [1].

*Таблица 1*

Характеристика эволюционных этапов предпринимательской деятельности

Тип предпринимательства	Основные факторы производства	Сложность организации бизнес-процессов
Доиндустриальное предпринимательство	Земля, труд	Низкая
Индустриальное предпринимательство	Основные (материально-технические) средства: здания, сооружения, машины, оборудование; труд, оборотные средств	Средняя
Постиндустриальное предпринимательство	Человеческий капитал, предпринимательские способности, технологии	Высокая
Виртуальное предпринимательство	Виртуальный капитал (кибер-оснащение)	Наивысшая

Одновременно с этим не стоит забывать о значительных рисках и недостатках виртуализации: потребность в огромных емкостях для хранения всей цепи данных, вопросы обеспечения информационной безопасности системы, защита персональных данных, правовое регулирование виртуальных сделок.

Любая организация для осуществления деятельности должна располагать рядом производственных ресурсов. Не исключение и виртуальные компании, владеющие достаточно специфичным капиталом. Что именно в него входит, представим в табл. 2 [7]. Например, процедура виртуальных сделок предприятия на рынке B2C включает в себя основные этапы: создание виртуального предприятия → формирование ассортимента продукции → прием заказов (формирование реального спроса на реальные товары) и оплаты → закупка реализуемой продукции у реальных поставщиков → отгрузка товаров курьерам → доставка товаров до покупателей [2].

Также стоит отметить, что, по мнению Сажиной Н. А., деятельность виртуальных компаний построена на основных четырех принципах:

- виртуализация денег: киберпространство коммерциализируется и формируются онлайн-организации с собственной виртуальной валютой;
- виртуализация стоимости: основную долю в стоимости товара занимают затраты на его продвижение, реклама образа фирмы-производителя, а не стоимость потребленных ресурсов и труда;

– виртуализация торговли: сделки проводятся с помощью сети Интернет, что экономит время и расширяет возможности выбора потребителей, а значит, ужесточает конкурентную среду. При этом и продавцы, и покупатели с большей вероятностью могут быть подвержены мошенничеству, продажи поддельных товаров, распространению личных данных в связи с возможной анонимностью участников сделок и массовостью источников информации;

– виртуализация бизнеса: создаваемые компании существуют исключительно онлайн (виртуально), что может усложнять процедуру управления по причине сильной рассредоточенности. Возрастает ценность знаний и информации [4].

Таблица 2

Факторы производства виртуальной компании

Вид виртуального капитала	Объекты виртуального капитала	Особенности объектов виртуального капитала
Основной (материально-технический) капитал	Здания, сооружения, оборудование, машины	Могут не числиться на балансе предприятия (например, личная квартира, компьютер предпринимателя)
Оборотный капитал	Ресурсы, сырье, материалы	Запасы по ним не формируются, налажены лишь контакты с каналами их приобретения
Человеческий капитал	Знания, опыт предпринимателя и его сотрудников	Требуются знания в области виртуальной торговли, технических аспектов работы
Технологический капитал	Бизнес-схема	Не типичные для «реального» бизнеса схемы взаимодействия с контрагентами и покупателями
Труд	Действия, совершаемые предпринимателем и его сотрудниками по предоставлению товаров и услуг потребителям и взаимодействию с контрагентами	
Финансовые инструменты	Договор, подтверждающий возможность использования электронных платежных систем для осуществления расчетов с покупателями и контрагентами	

Эффективность работы виртуальной компании напрямую связана с используемыми информационными ресурсами. Особое внимание уделяется стандартам в области компьютерных сетей, взаимодействию программных средств. Базовыми компонентами инфраструктуры являются:

– «сетевые средства и технологии коммуникации, представленные сетями Интернет;

- различные средства поддержки групповой деятельности, в том числе программы, обеспечивающие процессы сотрудничества и координации;
- корпоративные системы, осуществляющие управление знаниями;
- CALS-технологии, ядром которых является международный стандарт обмена данными по моделям продукции STEP;
- международный стандарт для обмена данными по моделям продукции STEP;
- стандарт на взаимодействие прикладных программ COBRA, который осуществляет обеспечение применения общих ресурсов, поддерживая обмен сообщениями между объектами сети» [5].

CALS-технологии – это информационные технологии, используемые в управлении процессами жизненного цикла изделия или системы. STEP – стандарт, регламентирующий компьютерное представление данных об изделии и обмен ими. CORBA обеспечивает взаимодействие между системами, работающими под разными операционными системами, написанными на разных языках программирования и запущенных на разном вычислительном оборудовании [8].

Рассмотрим ряд программных продуктов, позволяющих виртуализировать деятельность предприятий. «TeamWox – web-ориентированная система управления организацией, в основе которой лежит специальный web-сервер, а работа непосредственных пользователей осуществляется через браузер» [5]. Система включает в себя 11 модулей, с помощью которых автоматизируются различные аспекты управления организацией и персоналом: «Отдел кадров» позволяет отслеживать рабочее время каждого сотрудника; «Задания» система распределения и контроля выполнения заданий; «Документооборот» позволяет организовать полный электронный документооборот и т. д. [5].

«Система «Мотив» – относится к классу систем оперативного управления организацией и представляет собой web-приложение, целью которого является создание иерархической структуры взаимодействия сотрудников между собой, организация совместной работы над проектами и документами, генерация отчетов о выполнении проектов и задач, а также контроль их выполнения и занятости сотрудников» [5].

Yaware Enterprise – это программное обеспечение, которое устанавливается на компьютеры сотрудников и позволяет контролировать эффективность их работы (сервис учета рабочего времени).

И подобных систем на рынке целая масса. При выборе внимание уделяется требуемому функционалу, поддерживаемым ОС и производительности.

Виртуальное ведение бизнеса – это не новинка, а необходимость, новая стадия развития экономических отношений. Мобильность, снижение издержек по ряду статей, доступность – это все несомненные плюсы виртуализации экономических процессов. Но и не стоит забывать, что такая деятельность несет в себе специфичные риски. Отметим, что важным внутренним ресурсом

снижения рисков и повышения конкурентоспособности является использование систем искусственного интеллекта для принятия управленческих решений, прогнозирования действий конкурентов на виртуальном рынке. Искусственный интеллект позволяет производить идентификацию рисков, их оценку, реагировать на возникающие риски, определить и оценить внутренние и внешние изменения, собирать информацию, организовывать коммуникации и формировать отчеты.

### Библиографический список

1. Вихрова, Н.О. Экономика инноваций. Инновационные риски: учебное пособие / Н.О. Вихрова. – Москва: Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2019. – 58 с.
2. Лапидус, Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом электронной коммерцией: монография / Л.В. Лапидус. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 381 с.
3. Уколов, В.Ф. Цифровизация: взаимодействие реального и виртуального секторов экономики: монография / В.Ф. Уколов, В.В. Черкасов. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 203 с.
4. Сажина, М.А. Виртуализация современных финансов: монография / М.А. Сажина. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 120 с.
5. Смирнова, Ю.Ю. Системы виртуализации экономической деятельности организаций [Электронный ресурс] // Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: сборник статей XV Международной научно-практической конференции – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – 204 с. – С. 114–117. – Режим доступа: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2019/01/%D0%9C%D0%9A-475.pdf>.
6. Эзрахи, А. Виртуальная конкуренция: посулы и опасности алгоритмической экономики: учебник / Ариэль Эзрахи, Морис Стаки; пер. с англ. А.А. Резвова. – Москва: Дело (РАНХиГС), 2022. – 384 с.
7. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т.В. Панкина. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 192 с.
8. CALS-система виртуального предприятия [Электронный ресурс] // [www.morepc.ru](http://www.morepc.ru). – Режим доступа: <http://www.morepc.ru/informatisation/inf0411200311.html>.

© Давыдов А.В., 2023

А.А. ЕГОЯН, Р.Ю. ЧАЛИК

*eavn-2020@mail.ru, chalikroman@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Н.П. ЕФИМОВА

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*

## **ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО ФИНАНСОВОГО АУДИТА В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ**

*Аннотация:* статья посвящена рассмотрению вопросов внутреннего финансового аудита (ВФА) в бюджетной сфере. Авторы проводят комплексное исследование, состоящее из двух этапов: анализа нормативно-правовой базы ВФА и анализа практики проведения ВФА в выбранных бюджетных организациях. На основе исследования были выявлены особенности, проблемы и перспективы ВФА, а также предложены рекомендации по его совершенствованию.

*Ключевые слова:* внутренний финансовый аудит, бюджетная система РФ, бюджетные организации, нормативно-правовое регулирование, практика проведения ВФА.

Внутренний финансовый аудит (ВФА) является одним из важных элементов системы управления финансами в бюджетной сфере. Его цель – обеспечить эффективное и законное использование бюджетных средств, сохранность финансовых и нефинансовых активов учреждений, соблюдение требований законодательства и представление достоверной отчетности. ВФА также способствует повышению ответственности и прозрачности субъектов бюджетных процедур, а также укреплению доверия общества к государственному управлению [4].

В Российской Федерации ВФА регулируется Бюджетным кодексом РФ, а также федеральными стандартами ВФА, установленными Министерством финансов РФ. С 01.01.2020 года вступили в силу новые стандарты ВФА, которые определяют основные принципы, задачи, этапы и процедуры проведения ВФА, а также требования к квалификации и независимости аудиторов [4]. Эти стандарты направлены на повышение качества и единообразия ВФА в бюджетной системе РФ.

Однако на практике реализация ВФА в бюджетных организациях сталкивается с рядом проблем и трудностей, связанных как с организационными, так и с методологическими аспектами. Например, не всегда обеспечивается достаточный уровень независимости и компетентности аудиторов, не всегда четко определяются цели и объекты ВФА, не всегда применяются наиболее эффективные и адекватные аудиторские процедуры, не всегда учитываются специфика и риски деятельности бюджетных организаций.

Все это снижает полезность и достоверность результатов ВФА для заинтересованных сторон.

В связи с этим актуальной является задача изучения особенностей ВФА в бюджетной системе РФ, выявления его проблем и перспектив развития, а также разработки рекомендаций по его совершенствованию. Данная тема имеет теоретическое и практическое значение, поскольку способствует расширению знаний об основах и механизмах ВФА в бюджетной сфере, а также повышению эффективности его осуществления в интересах государства и общества.

**Исследовательская гипотеза.** ВФА в бюджетной системе РФ имеет ряд специфических особенностей, которые отличают его от ВФА в коммерческой сфере, а также от внешнего финансового аудита. Эти особенности связаны с особой ролью и функциями бюджетных организаций, с различными видами и уровнями бюджетных процедур, с разнообразием и сложностью бюджетных рисков, а также с наличием специальных нормативных и методических документов, регулирующих ВФА в бюджетной сфере. В связи с этим гипотеза состоит в том, что для повышения эффективности и полезности ВФА в бюджетной системе РФ необходимо учитывать эти особенности при планировании, проведении и оценке ВФА, а также при разработке и внедрении рекомендаций по устранению выявленных нарушений и недостатков.

Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих ВФА в бюджетной системе РФ, а также научной литературы по данной теме, показал, что можно выделить следующие особенности:

1. ВФА имеет специфические цели и задачи, связанные с обеспечением эффективности и законности использования бюджетных средств, сохранности финансовых и нефинансовых активов учреждений и т. д.

2. В зависимости от того, кто осуществляет аудит, а также от того, какие мероприятия проводятся, ВФА может быть разного вида и уровня.

3. При планировании и проведении аудиторских процедур необходимо учитывать разнообразные и сложные бюджетные риски, связанные с деятельностью бюджетных организаций.

4. Для организации и проведения ВФА существуют специальные нормативные и методические документы, которые устанавливают требования к квалификации и независимости аудиторов, а также к процессу ВФА.

На втором этапе анализа, связанного с проведением ВФА в бюджетных организациях, были использованы следующие методы:

– наблюдение – изучение действий субъектов бюджетных процедур, осуществляемых ими в ходе выполнения операций (действий) по выполнению бюджетных процедур [11];

– интервьюирование – это метод исследования, в котором человек, проводящий опрос, задает вопросы объекту, от которого нужна информация [12];

– анкетирование – метод исследования, в котором объект самостоятельно заполняет анкету, содержащую заранее составленные вопросы;

– контент-анализ и др. – метод исследования, в котором анализируется содержание текстовых массивов и продуктов коммуникации.

Основными объектами исследования были три бюджетных организации различных отраслей (образования, здравоохранения и культуры), которые отражают типичные отраслевые характеристики. Основными субъектами исследования были руководители, главные бухгалтеры, внутренние аудиторы и другие заинтересованные стороны этих организаций. На основе анализа были выявлены следующие проблемы и трудности, с которыми сталкиваются бюджетные организации при осуществлении ВФА:

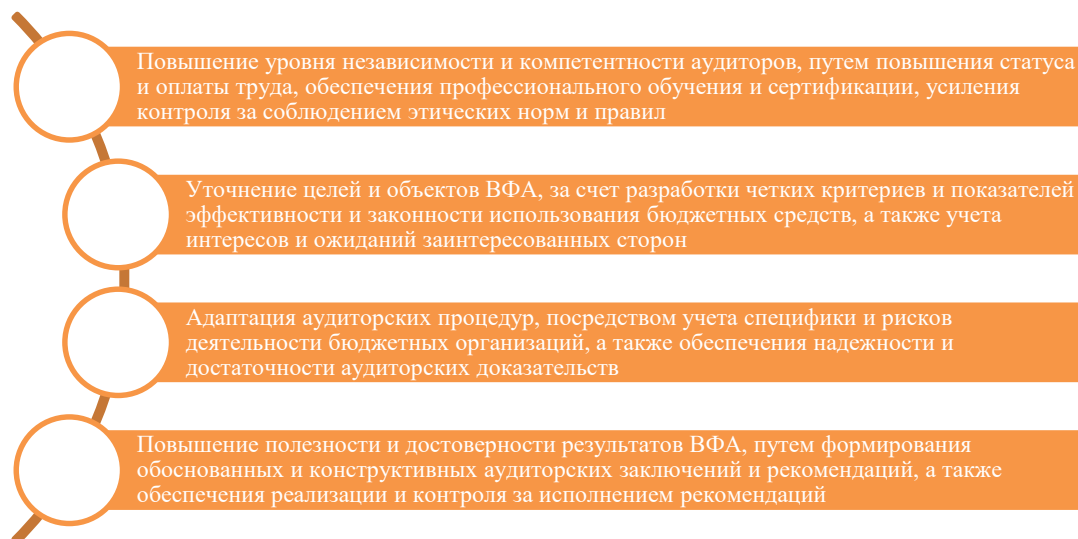
– недостаточный уровень независимости и компетентности аудиторов, вызванный низким статусом и оплатой труда, отсутствием профессионального обучения и сертификации, влиянием руководства и других факторов;

– отсутствие четких критериев и показателей эффективности и законности использования бюджетных средств, а также различные интересы и ожидания заинтересованных сторон приводят к неясности и неоднозначности целей и объектов ВФА;

– аудиторские процедуры применяются неадекватно, так как не учитывают специфику и риски деятельности бюджетных организаций, а также не обеспечивают надежность и достаточность аудиторских доказательств;

– аудиторские заключения и рекомендации имеют формальный характер, а также не реализуются и не контролируются должным образом, что снижает полезность и достоверность результатов ВФА.

На основе выявленных особенностей, проблем и трудностей ВФА в бюджетной системе РФ предлагаем следующие рекомендации по его совершенствованию:



*Рис. 1. Рекомендации по совершенствованию ВФА*

Целью работы было исследование особенностей, проблем и перспектив развития ВФА в бюджетной сфере, а также разработки рекомендаций по его совершенствованию. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- провести анализ нормативно-правовой базы ВФА в бюджетной системе РФ;
- провести анализ практики проведения ВФА в выбранных бюджетных организациях;
- выявить особенности, проблемы и трудности ВФА в бюджетной сфере;
- разработать рекомендации по совершенствованию ВФА в бюджетной системе РФ.

Для решения поставленных задач были использованы различные методы исследования, такие как документальный анализ, сравнительный анализ, системный анализ, обобщение, наблюдение, интервьюирование, анкетирование. Основными источниками информации были нормативно-правовые документы, научная литература, практические материалы и рекомендации по ВФА, а также данные из трех бюджетных организаций различных отраслей: образования, здравоохранения и культуры.

На основе проведенного исследования были получены следующие результаты:

- были выделены основные особенности ВФА в бюджетной системе РФ, связанные с его целями, задачами, видами, уровнями, рисками и нормативно-правовым регулированием;
- были выявлены основные проблемы и трудности ВФА в бюджетной сфере, связанные с недостаточным уровнем независимости и компетентности аудиторов, неясной и неоднозначной целеполаганием и объектами ВФА, неадекватным применением аудиторских процедур, низкой полезностью и достоверностью результатов ВФА;
- были разработаны рекомендации по совершенствованию ВФА в бюджетной системе РФ, направленные на повышение уровня независимости и компетентности аудиторов, уточнение целей и объектов ВФА, адаптацию аудиторских процедур, повышение полезности и достоверности результатов ВФА.

**Заключение.** Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза, поставленная в начале работе, подтверждается. Статья имеет теоретическое и практическое значение, поскольку способствует расширению знаний об основах и механизмах ВФА в бюджетной сфере, а также повышению эффективности его осуществления в интересах государства и общества.

ВФА в бюджетной системе РФ продолжает играть важную роль обеспечения эффективности, прозрачности и подотчетности расходования бюджетных средств. Он является актуальной и перспективной темой для дальнейшего исследования, поскольку требует постоянного совершенствования и адаптации к изменяющимся условиям и требованиям.

Возможные направления для дальнейшего развития ВФА в бюджетной сфере могут быть связаны с:

- разработкой и внедрением новых стандартов, методик и инструментов ВФА, учитывающих специфику и риски бюджетных организаций;



- повышением качества и единообразия ВФА в бюджетной системе РФ, обеспечивающим сопоставимость и анализ результатов ВФА на разных уровнях;
- расширением сферы применения результатов ВФА, включая их использование для принятия управленческих решений, оценки эффективности бюджетных процедур, формирования бюджетной политики;
- усилением взаимодействия и координации между субъектами ВФА, а также между ВФА и внешним финансовым аудитом, контролем и надзором;
- повышением информированности и заинтересованности общественности в результатах ВФА, а также укреплением доверия к государственному управлению.

### **Библиографический список**

1. БК РФ Статья 160.2-1. Бюджетные полномочия отдельных участников бюджетного процесса по организации и осуществлению внутреннего финансового аудита
2. Минфин России: Стандарты и правила внутреннего финансового аудита. – Режим доступа: [minfin.gov.ru](http://minfin.gov.ru).
3. Внутренний финансовый аудит в бюджетных организациях. – Режим доступа: [audit-it.ru](http://audit-it.ru).
4. Гусев, А. Внутренний финансовый аудит в бюджетных организациях [Электронный ресурс] // [Audit-it.ru](http://Audit-it.ru). – 2019. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/articles/audit/a105/995114.html> (дата обращения: 29.10.2023).
5. Осуществление внутреннего финансового аудита в целях подтверждения достоверности бюджетной отчетности и соответствия порядка ведения бюджетного учета единой методологии бюджетного учета, составления, представления и утверждения бюджетной отчетности [Электронный ресурс]: Федеральный стандарт внутреннего финансового аудита, утвержденный Приказом Минфина России от 01.09.2021 № 120н. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Приказ Минфина России от 18 июля 2023 г. № 118н «О внесении изменений в некоторые приказы Министерства финансов Российской Федерации по вопросам осуществления внутреннего финансового аудита».
7. Гиниятуллина, Д.Р. Совершенствование внутреннего аудита в государственном секторе [Электронный ресурс] // Журнал Учет. Анализ. Аудит. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-vnutrennego-audita-v-gosudarstvennom-sektore> (дата обращения: 29.10.2023).
8. Толчинская, М.Н., Гаврилова, Э.Н. Финансовый аудит как система контроля качества всего процесса управления организацией [Электронный ресурс] // Журнал Финансы и кредит. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-audit-kak-sistema-kontrolya-kachestva-vsego-protsessa-upravleniya-organizatsiey> (дата обращения: 29.10.2023).

9. Пушкина, О. Проблемы и перспективы внутреннего аудита [Электронный ресурс] // Finacademy. – 2021. – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/problemy-i-perspektivy-vnutrennego-audita> (дата обращения: 29.10.2023).

10. Внутренний финансовый контроль и аудит в 2020 году [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2020. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/law/podborki/vnutrennij\\_finansovyj\\_kontrol\\_i\\_audit\\_v\\_2020\\_godu/](https://www.consultant.ru/law/podborki/vnutrennij_finansovyj_kontrol_i_audit_v_2020_godu/) (дата обращения: 29.10.2023).

11. Определения, принципы и задачи внутреннего финансового аудита [Электронный ресурс] // Институт внутренних аудиторов. Без даты. – Режим доступа: [https://www.iaa-ru.ru/upload/inner\\_auditor/Определения,%20принципы%20и%20задачи%20внутреннего%20финансового%20аудита.pdf](https://www.iaa-ru.ru/upload/inner_auditor/Определения,%20принципы%20и%20задачи%20внутреннего%20финансового%20аудита.pdf) (дата обращения: 29.10.2023).

12. Метод интервьюирования. Виды, участники и принципы проведения интервью [Электронный ресурс] // FB.ru. Без даты. – Режим доступа: <https://fb.ru/article/379491/metod-intervyuirovaniya-vidyi-uchastniki-i-printsipyi-provedeniya-intervyu> (дата обращения: 29.10.2023).

© Егоян А.А., Чалик Р.Ю., 2023

УДК 316.334.2

В.В. ЕЛИЗАРОВА, В.Р. БАРИН

*valeriaelizarova18@gmail.com, barinvlad2@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.В. МАРЬИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВОМ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ**

*Аннотация:* в работе дан анализ социально-экономического управления обществом, раскрыто понятие экономической социологии. В статье рассматриваются цели, задачи и методы социального управления, а также основные темы исследований в экономической социологии, которые подчеркивают важность сбалансированного социально-экономического управления для достижения устойчивого и справедливого развития общества.

*Ключевые слова:* экономическая социология, социально-экономическое управление, социальная справедливость, экономическая политика, уровень жизни.

Существует тесная связь между экономической социологией и социально-экономическим управлением. Эти дисциплины занимаются исследованием взаимосвязи между экономическими и социальными процессами, а также изучением влияния социальных факторов на экономическую деятельность и организацию общества.

Прежде всего стоит поговорить о понятии экономической социологии, которая является первопричиной социально-экономического управления обществом.

Экономическая социология является смежной дисциплиной, которая исследует взаимодействие экономических и социальных процессов. Эта сфера рассматривает экономику как социальную систему, которая встроена в общество в целом. Во многих отношениях эта дисциплина бросает вызов основной экономической теории, в том смысле, что она отвергает предположения о том, что люди являются корыстными, рациональными агентами, действующими в сугубо личных целях. Вместо этого данная область науки рассматривает людей как неразрывно связанных друг с другом через межличностные отношения, социальные сети, институты и общую культуру. Экономическая социология помогает понять, как социальные отношения, нормы и ценности влияют на принятие экономических решений, формирование рынков и развитие экономических систем.

Основные темы исследований в экономической социологии включают:

– социально-экономические исследования показывают, как социальные сети и межличностные отношения влияют на принятие экономических решений и формировании результатов распределения ресурсов;

– институциональные аспекты экономики: данная сфера занимается изучением роли институтов в формировании экономической системы и оказании влияния на экономическую деятельность и поведение людей;

– культурные факторы в экономике: изучение факторов влияния культурных ценностей, верований, норм и ожиданий дают оценку механизму влияния культурных ценностей на экономическое поведение, предпочтения потребителей и формирование рынков;

– неравенство и социальная справедливость: В экономической социологии изучается неравенство в обществе, его причины, механизмы и последствия для экономической деятельности, социальной мобильности и благополучия;

– рыночные и нерыночные отношения: Дисциплина анализирует формирование и функционирование рынков, а также роли нерыночных механизмов и организаций (например, компаний, предприятий, корпораций) в экономической сфере;

– экономическое поведение индивидуумов и организаций: Исследования фокусируются на анализе рационального поведения, мотиваций и стратегий принятия решений с учетом социального контекста.

Экономическая социология направлена на приобретение лучшего понимания сложной природы экономических явлений, признания социального влияния на экономическую активность и разработку политик, способствующих более справедливым и эффективным экономическим системам.

В то время как социальное управление является одной из ключевых составляющих экономического развития общества. Оно обеспечивает благоприятное взаимодействие различных социальных групп, организаций и индивидуумов, способствует формированию и реализации эффективной экономической политики. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты социального управления в экономике, его цели и задачи, а также методы и инструменты, используемые для достижения этих целей.

Основная цель социального управления в экономике заключается в обеспечении стабильного и сбалансированного развития общества, повышении уровня жизни граждан, сохранении и укреплении социального равновесия. Для достижения этой цели необходимо решать множество задач, рассмотрим главные из них:

– обеспечение эффективного взаимодействия между государством, бизнесом и гражданами;

– установление и соблюдение социальных и экономических прав и гарантий граждан;

– создание условий для привлечения субъектов малого и среднего предпринимательства к заключению договоров подряда в области инноваций, промышленного производства и инвестиций;

– разработка и реализация программ и проектов, направленных на повышение качества жизни населения, развитие образования, здравоохранения, культуры и спорта;

– регулирование рынка труда, обеспечение занятости и социальной защиты работников;

– формирование и реализация налоговой, бюджетной, таможенной и инвестиционной политики государства.

Для достижения поставленных целей и задач социальное управление использует различные методы и инструменты. К ним относятся:

– методы административного регулирования, в том числе разработка и выполнение нормативно-правовых актов, регламентирование деятельности органов государственной власти и учреждений, а также контроль за законодательством. Так, например, в документе «Политика компании. Система управления рисками и внутреннего контроля» нефтяной компании «Роснефть» прописаны требования к недопустимости различных проявлений корпоративного мошенничества, связанного с вовлечением в коррупционную деятельность. Действия данного характера строго регулируются компанией, а именно отделом внутреннего контроля и федеральным законом № 273-ФЗ «О противодействии коррупции»;

– социальные методы, направленные на формирование общественного мнения, развитие социальной активности граждан, создание условий для самореализации и развития личности. В пример можно привести всемирно известную компанию «Google», которая нацелена на повышение профессиональной эффективности и комфортной личной жизни. Своим сотрудникам они предлагают большое количество услуг на рабочем месте: доставка продуктов, мойки для автомобилей, банкоматы и химчистки. Такими приемами компания помогает самореализоваться людям в офисе, не отвлекаясь на повседневные проблемы. Также для профессионального развития руководство часто проводит открытые лекции, где подчиненные могут делиться своей работой и обмениваться навыками и опытом;

– информационные методы, предполагающие использование средств массовой информации, интернет-технологий, образовательных программ для информирования граждан о целях и задачах социального управления, его результатах и перспективах развития. Так например, компания «Сбербанк» основала благотворительный фонд «Вклад в будущее», который в свою очередь разработал программу «Финансовая грамотность» для детей от 5 до 18 лет. Суть проекта заключается в содействии развитию финансово-грамотного населения страны. За счет таких информационных площадок как: официальный сайт компании, различных видеохостингов и других социальных сетей происходит информирование граждан (родителей, педагогов) о бесплатном обучении, включающим множество материалов, как текстового, так и аудио (видео) формата, а также игр для успешного освоения и развития молодого поколения в такой непростой теме «как финансовая грамотность»;

– методы мониторинга и оценки, позволяющие контролировать и

анализировать результаты социального управления, выявлять проблемы и определять направления для дальнейшего развития. Так, согласно данным ВЦИОМ в ходе опроса населения, выяснилось что индекс безработицы россиян опустился до 49 пунктов в 2022 году. Из этого следует, что несмотря на пандемию, санкции и уход иностранного бизнеса из страны, люди не теряют рабочих мест и успешно продолжают свою работу, а значит ранние предположения о массовой безработице не оправдались.

Эти инструменты используются для обеспечения устойчивого и справедливого экономического развития, защиты прав и интересов граждан, снижения неравенства и поддержания социальной справедливости.

Социальное управление обществом в экономике является важным инструментом для обеспечения стабильности и гармоничного развития общества. Эффективное использование методов и инструментов социального управления позволяет достигать поставленных целей и решать актуальные задачи в экономической и социальной сферах.

### **Библиографический список**

1. Social Good: Definition, Benefits, Examples // investopedia: сайт. – Режим доступа: [https://www.investopedia.com/terms/s/social\\_good.asp](https://www.investopedia.com/terms/s/social_good.asp) (дата обращения: 28.10.2023).

2. Программа «Финансовая грамотность» // Вклад в будущее: сайт. – Режим доступа: <https://vbudushee.ru/education/programma-finansovaya-gramotnost/> (дата обращения: 31.10.2023).

3. Экономика, безработица в России: мониторинг // ВЦИОМ: сайт. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/bezrobotica-v-rossii-monitoring> (дата обращения: 31.10.2023).

4. Устав и внутренние документы Компании Роснефть: сайт. – Режим доступа: <https://www.rosneft.ru/Investors/corpgov/> (дата обращения: 31.10.2023).

5. Экономическая социология: учебное пособие / под редакцией В. И. Верховина. – Москва: Академический Проект, 2020. – 736 с. – ISBN 978-5-8291-2915-6. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/132558> (дата обращения: 31.10.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

© Елизарова В.В., Барин В.Р., 2023

А.О. ЗЕЛЕНЕВА

*zeleneva\_01@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.И. ШАЛИНА

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

## **ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ**

*Аннотация:* цифровые технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни, трансформируя различные отрасли и формируя мировую экономику. Россия, как один из ведущих игроков в цифровизации, активно осваивает эти технологии и анализирует перспективы развития своей цифровой экономики. В этой статье мы рассмотрим применение цифровых технологий в России и проанализируем потенциальные возможности и проблемы цифровой экономики страны.

*Ключевые слова:* применение цифровых технологий, перспективы развития, цифровая экономика в России.

Цифровые технологии – это использование электронных устройств и систем для хранения, обработки и передачи информации в цифровой форме. Она включает в себя широкий спектр технологий, в том числе компьютеры, смартфоны, планшеты и Интернет.

Цифровые технологии произвели революцию в общении, работе и доступе к информации. Они сделали информацию легкодоступной и удобной для поиска, позволяя быстро находить и извлекать данные. Цифровые технологии также изменили такие отрасли, как индустрия развлечений, здравоохранение и транспорт. Они повысили производительность, эффективность и удобство в различных сферах нашей жизни [1].

Цифровая экономика же – это экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях и Интернете. Она включает в себя все онлайн-операции, цифровые услуги и цифровые продукты, которые производятся, распространяются и потребляются с помощью цифровых платформ.

В современном взаимосвязанном мире цифровая экономика стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Она изменила методы работы компаний, позволив им выйти на глобальные рынки и наладить контакты с клиентами по всему миру.

Цифровая экономика также создала новые возможности для предпринимателей и новаторов, которые могут использовать технологии для создания новых продуктов и услуг. Цифровая экономика способствует росту, инновациям и повышению эффективности в различных отраслях, определяя будущее нашей глобальной экономики [2].

Применение цифровых технологий в цифровой экономике привело к трансформации различных отраслей и бизнес-процессов. С быстрым развитием технологий организации используют цифровые инструменты и платформы для оптимизации своей деятельности и получения конкурентных преимуществ. Одним из важных применений является использование искусственного интеллекта и алгоритмов машинного обучения для анализа огромных массивов данных и извлечения ценных сведений. Это позволяет компаниям принимать решения на основе данных и оптимизировать свою деятельность для повышения эффективности и прибыльности. Цифровые технологии, такие как блокчейн, произвели революцию в финансовых операциях, обеспечив безопасные и прозрачные решения для цифровых платежей и смарт-контрактов [3].

В данной статье будет рассмотрено то, как такие цифровые технологии находят свое применение в российской цифровой экономике.

За последние годы в России наблюдается значительный рост расходов на развитие цифровой экономики. Согласно последним исследованиям, валовые внутренние расходы на цифровые технологии в 2021 году составят  $\text{R}4,8$  трлн, что на 19,3% больше, чем в предыдущем году. Эти расходы распределяются по различным направлениям, включая приобретение машин и оборудования, связанных с цифровыми технологиями, оплату телекоммуникационных услуг, внутренние инвестиции во внедрение и использование цифровых технологий, приобретение программного обеспечения, цифрового контента, проведение исследований и разработок, обучение сотрудников [4].

Организации в России сыграли решающую роль в развитии цифровой экономики. Эти организации используют цифровые технологии для оптимизации производственных процессов. Значительно возросло внедрение облачных технологий: в 2021 году их будут использовать более 27% предприятий. Кроме того, около 26% компаний используют технологии для сбора, обработки и анализа данных. Примечательно, что растет интерес к технологиям RFID: число их пользователей увеличилось на 1% по сравнению с предыдущим годом.

Однако не все цифровые технологии демонстрируют одинаковый уровень роста. Среди компаний снизилось использование цифровых платформ и геоинформационных систем. Несмотря на это, общее влияние цифровизации на бизнес-процессы было существенным, что способствовало развитию цифровой экономики в России.

В сфере информационных технологий в России проводится значительное количество исследований и разработок. В 2021 году российские специалисты опубликовали около 18 тыс. статей, научных обзоров, монографий и глав в изданиях по ИКТ, индексируемых в глобальной базе данных рецензируемой научной литературы Scopus. Несмотря на некоторое снижение по сравнению с предыдущим годом, Россия по-прежнему занимает 9-е место в мире по количеству опубликованных работ. Франция опередила Россию с 17,9 тыс. статей, а Южная Корея отстала от нее с 17,6 тыс. статей. Китай, США, Индия,



Германия и Великобритания остаются мировыми лидерами по объему научных исследований в области ИТ [5].

Объем информации, переданной российскими пользователями Интернета в 2021 году, достиг 105 эксабайт (1 эксабайт равен  $10^{18}$  байт). При этом на сети фиксированного доступа пришлось 76,3 эксабайта, а на сети мобильной связи - 29 эксабайт. Такой значительный объем передачи данных свидетельствует о растущей зависимости от цифровых технологий и широком распространении связи среди российских граждан.

Средняя абонентская плата за интернет-услуги в России с 2017 года остается относительно стабильной и составляет в среднем 571 рубль. По уровню проникновения интернета Россия конкурирует с такими странами, как Австралия, где 86% населения являются пользователями интернета, и превосходит США с 80% проникновения интернета. Кроме того, доля домохозяйств, имеющих доступ к Интернету, увеличилась с 80% в 2020 году до 84% в 2021 году. Однако все еще остается небольшая часть населения (около 4%), которая не пользуется Интернетом из-за опасений по поводу конфиденциальности и безопасности данных.

Число студентов, обучающихся по специальностям, связанным с ИТ, в России неуклонно растет. В настоящее время в области информационных технологий и смежных дисциплин обучается 1037,3 тыс. студентов, среди которых наиболее популярными являются экономика и управление, информатика и вычислительная техника, машиностроение, электро- и теплоэнергетика, а также электроника, радиотехника и системы связи. ИТ-специалисты в основном заняты в финансовом и страховом секторах (44,8%), а также в профессиональной, научной и технической деятельности (32%).

Мобильные устройства остаются самым распространенным средством доступа в Интернет в России. Использование мобильных устройств в домашних хозяйствах увеличилось с 66% в 2020 году до 78,1% в 2021 году. На втором месте по популярности находятся ноутбуки и портативные компьютеры, за ними следуют настольные компьютеры. Факторами, препятствующими использованию Интернета в домашних условиях, являются отсутствие интереса, недостаточные навыки, высокие тарифы, дорогостоящее оборудование для подключения и технические ограничения. Несмотря на эти проблемы, более 81% россиян пользуются Интернетом ежедневно [6].

Перспективы развития цифровой экономики в России многообещающие. Одной из основных перспектив является сектор электронной коммерции. Россия, население которой составляет более 140 млн человек, представляет собой значительный рынок для интернет-магазинов. Наблюдаемый в последнее время рост проникновения Интернета и использования смартфонов создает идеальные условия для развития электронной коммерции.

Еще одна перспектива развития цифровой экономики в России лежит в сфере финтех. По мере того, как все больше людей получают доступ к цифровым методам оплаты и мобильным банковским услугам, растет спрос на инновационные решения в области финансовых технологий. Российское

правительство признает этот потенциал и активно содействует развитию финтех-стартапов. Это открывает перед стартапами и предпринимателями широкие возможности для развития и масштабирования своих финтех-решений в России.

Таким образом, цифровые технологии стали неотъемлемой частью современного общества и продолжают формировать нашу повседневную жизнь и взаимодействие. Применение цифровых технологий в цифровой экономике открыло новые возможности для инноваций и роста в различных секторах.

Применение цифровых технологий и анализ перспектив развития цифровой экономики в России показали многообещающий рост и потенциал. Страна продолжает инвестировать в цифровую экономику, увеличивая расходы и делая упор на оптимизацию бизнес-процессов.

Исследования и разработки в области ИТ способствуют развитию цифровой экономики, а объемы передачи информации свидетельствуют о растущей зависимости от цифровых технологий. Доступные цены и растущая доступность обеспечивают высокий уровень проникновения Интернета среди населения России.

Кроме того, рост числа студентов, обучающихся по специальностям, связанным с информационными технологиями, указывает на активное развитие трудовых ресурсов в стране. Мобильные устройства остаются основным средством доступа в Интернет, что способствует цифровой трансформации в России.

Перспективы развития цифровой экономики в России многообещающие. Благодаря большому количеству населения, растущему проникновению Интернета и поддержке государства у компаний и стартапов есть широкие возможности для процветания в таких секторах, как электронная коммерция и финтех.

Ожидается, что в ближайшие годы цифровая экономика будет играть решающую роль в обеспечении экономического роста в России. Россия имеет все возможности для дальнейшего развития цифровой экономики и использования возможностей, открывающихся благодаря цифровым технологиям.

#### **Библиографический список**

1. Сайдахметова? Д.Х. Цифровая технология // Academic research in educational sciences. – 2020. – № 4.

2. Аллеков, А.Б., Гурбанов, Д.А. Цифровая экономика // Символ науки. – 2023. – № 4-2.

3. Перепелкин, И.Г., Старых, С.А., Соловьев, С.В., Бароян, А.А. Оценка эффективности применения цифровых технологий в современной экономике // РСЭУ. – 2020. – № 2 (49).

4. Левченко, Т.А., Левченко, Д.М. Анализ уровня и перспектив развития цифровой экономики: российские и глобальные тенденции // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2020. – № 4.

5. Главные тренды цифровой экономики России: выводы из исследования НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/6347c4a29a7947c75559618a>.

6. Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/article/1605871/>.

© Зеленева А.О., 2023

Р.А. ИВАНОВ

*spqrroman@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.В. МАРЬИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЯПОНСКИЕ СВЕЧИ ДЛЯ ТРЕЙДИНГА**

*Аннотация:* в статье даётся определение понятия «японские свечи». Также представлен анализ факторов ценового движения на рынке в определённом периоде времени. Использование японских свечей в трейдинге позволяет трейдерам лучше понимать рынок, предсказывать направление движения цены и принимать обоснованные решения о входе или выходе из позиции.

*Ключевые слова:* трейдинг, трейдер, японские свечи, бычья свеча, бычий тренд, медвежья свеча, медвежий тренд, линии тренда, нисходящий тренд, восходящий тренд.

При помощи японских свечей можно строить линии тренда, с которыми вы познакомитесь далее. Аналитическая статья пишется с целью ознакомления людей, особенно трейдеров, с принципами и методами использования японских свечей в процессе анализа финансовых рынков и принятия торговых решений. Рассмотрение этой темы может быть полезным для трейдеров всех уровней опыта, от новичков до опытных профессионалов. Главная цель статьи - помочь трейдерам развить понимание японских свечей как аналитического инструмента для обеспечения успешного трейдинга.

Японские свечи являются одной из самых популярных техник анализа в трейдинге. Они применяются для анализа ценового движения на рынке и предоставляют трейдерам информацию о силе и направлении тренда.

Основная идея японских свечей заключается в том, чтобы представить ценовое движение в виде графических свечей, состоящих из тела и теней. Тело свечи представляет диапазон между ценами открытия и закрытия актива за определённый период времени, а тени показывают диапазоны самой низкой и самой высокой цен в течение этого периода.

Бычья и медвежья свеча – это два типа свечных формаций, которые используются трейдерами для анализа тренда на рынке.

Бычья свеча, также известная как ростовая свеча (bullish candle), представляет собой свечу, у которой цена открытия ниже, а цена закрытия выше цены открытия. Такая формация указывает на сильное покупательское давление и возможное продолжение восходящего тренда. Чем больше разница между ценой открытия и закрытия, тем сильнее бычья свеча.

Медвежья свеча, также известная как падающая свеча (bearish candle), представляет собой свечу, у которой цена открытия выше, а цена закрытия

ниже цены открытия. Такая формация указывает на сильное продавательское давление и возможное продолжение нисходящего тренда. Чем больше разница между ценой открытия и закрытия, тем сильнее медвежья свеча.

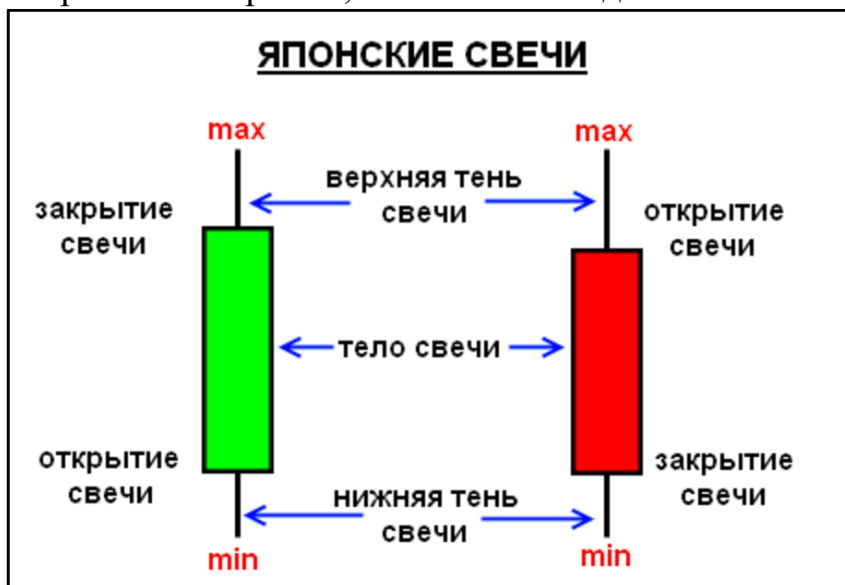


Рис. 1. Схематическое изображение «японские свечи»

Линии тренда – это важный инструмент анализа цены, который используется вместе с японскими свечами для трейдинга.

Линия тренда – это линия, которая соединяет две или более вершины (для восходящего тренда) или две или более низины (для нисходящего тренда) на графике цен. Она позволяет визуально определить направление тренда и помогает трейдерам увидеть общую тенденцию рынка.



Рис. 2. Восходящий и нисходящий тренды

Линии тренда также могут помочь трейдерам определить уровни поддержки и сопротивления. Если линия тренда подтверждается несколькими локальными минимумами или максимумами, это может указывать на сильную зону поддержки или сопротивления, где цены могут отскочить или изменить направление.

Необходимо помнить, что линии тренда являются инструментом предсказания и не всегда являются абсолютно точными. Рынок может изменить направление и нарушить линию тренда. Поэтому, помимо линий тренда, трейдеры могут использовать и другие индикаторы и стратегии для подтверждения сигналов. Трейдеры при анализе графика прибегают к различным индикаторам, но я приведу часто используемые: Moving Average (скользящее среднее), Стохастический осциллятор (перепроданность/перекупленность), RSI, MACD, Parabolic SAR.

МА (Moving Average) – это дополнительные линии на графике цены актива. Внешне они повторяют график цены, но с небольшим запозданием и более гладко, без колебаний. Принцип работы МА:

– когда цена актива находится над скользящей средней и опускается к ней, вероятность возобновления роста выше, чем вероятность пробития линии вниз. Значит, актив можно покупать;

– когда цена актива находится под скользящей средней и поднимается к ней, вероятность возобновления падения выше, чем вероятность пробития линии вверх. Значит, актив можно продавать.



Рис. 3. Скользящей средней

Стохастический осциллятор – это индикатор, который показывает, насколько текущая цена выбранного актива близка к своим максимумам или минимумам за установленный период. Stochastic состоит из двух линий: сплошной и пунктирной. Они появляются в отдельном поле - под основным графиком. Принцип работы данного индикатора:

– когда покупать актив: если линии индикатора Stochastic пересекают уровень 20% снизу вверх. Так индикатор показывает, что нисходящий тренд заканчивается. То есть в этот момент можно купить актив в самом начале роста;

– когда продавать актив: если линии индикатора Stochastic пересекают уровень 80% сверху вниз. Так индикатор показывает, что восходящий тренд заканчивается. То есть в этот момент можно продать актив в самом начале падения.



Рис. 4. Стохастический осциллятор

RSI – это индикатор, с помощью которого можно определить моменты, когда цена актива выросла или упала слишком сильно. То есть когда лучше покупать этот актив, а когда - продавать. Фазы перекупленности и перепроданности:

– перекупленность наступает, когда цена актива вырастает слишком сильно. Из-за высокой цены желающих купить актив становится меньше, а инвесторы, у которых этот актив уже есть, хотят успеть продать его по высокой цене. То есть покупок становится меньше, а продаж – больше. Из-за этого с каждой минутой растет вероятность, что цена начнет снижаться;

– перепроданность, наоборот, показывает, что цена слишком сильно упала. В такие моменты желающих купить актив становится все больше, и вскоре цена может начать расти.



Рис. 5. RSI

MACD – это индикатор, который отсеивает незначительные краткосрочные движения цены и позволяет купить или продать актив

на первых этапах нового тренда. Принцип работы данного индикатора:

- актив нужно покупать, когда столбцы переходят из красной зоны в зеленую;
- актив нужно продавать, когда столбцы переходят из зеленой зоны в красную.



Рис. 6. MACD

Parabolic SAR – это индикатор, который может не только определять тренд, но и сигнализировать, когда пришло время закрыть трендовую сделку и посмотреть в противоположном направлении. Когда тренд подходит к концу, Parabolic SAR приближается к цене и в конечном итоге касается цены. Затем с другой стороны цены формируется точка, сигнализируя об изменении направления. Во время сильных трендов разрыв между ценой и точками увеличивается. В отличие от других индикаторов, таких как осцилляторы, которые показывают значения перепроданности и перекупленности, Parabolic SAR помогает определять точки для входа и выхода, устанавливать скользящие стоп-лоссы.



Рис. 7. Parabolic SAR

На линию тренда могут влиять следующие факторы:

1. Новости и события: Важные экономические новости или геополитические события могут вызвать резкое изменение направления тренда или даже его отмену, что может отразиться на линии тренда.

2. Объёмы торговли: Высокие объёмы торговли могут подтвердить существование тренда, а низкие объёмы могут указывать на слабость или изменение тренда.

3. Волатильность (колебание цен активов на рынке): Если рынок становится более или менее волатильным, это может влиять на формирование и угол линии тренда. Волатильность может привести к более крутым или более плоским трендовым линиям.

В целом, сочетание японских свечей и линий тренда может помочь трейдерам в анализе рынка, определении направления тренда и принятии решений о входе и выходе из позиций.

### **Библиографический список**

1. Японские свечи: учимся читать и понимать движение рынка / Интернет-статья. – Режим доступа: <https://traderblog.net/japonskie-svechi/>.

2. Ричардс, К. Давай поговорим о твоих доходах и расходах: учебное пособие / К.Л. Ричардс.

© Иванов Р.А., 2023



А.Н. КАДИНСКИЙ

*artyomkadinskiy@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.В. ЛАРИОНОВ

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ВЗГЛЯД НА РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭКОНОМИКЕ**

*Аннотация:* в данной статье описываются основные современные теории предпринимательства и место предпринимателя в экономике. Данное исследование представляет ценность в связи с значимой ролью предпринимательства в экономическом развитии. Основное внимание в ней уделено выделению специфических черт предпринимательства и их влиянию на экономические процессы.

*Ключевые слова:* теория предпринимательства, предприятие, предприниматель, рыночная экономика, экономический рост и экономическое развитие.

Исследование экономических процессов, связанных с предприятиями, неразрывно связано с развитием экономической мысли. Более того, само предприятие и её место в экономике становились объектами экономического исследования.

Но экономическая наука с течением времени подстраивалась под изменения общества, что сказывалась на объектах, направлениях и результатах исследования. Это оказывало влияние и на исследованиях предприятий и отдельных аспектов их деятельности.

Сегодня предпринимательство рассматривается как многогранный процесс, связанный по-разному с экономическими процессами и жизнью общества. В связи с этим в экономической науке образовались основные подходы в изучении роли предпринимателя в экономике.

Изучением теорий предпринимательства, в том числе и современных, занимались множество российских и зарубежных авторов. В том числе, изучением эволюции мысли теории предпринимательства с анализом основных идей экономистов посвящены работы М. Блауга, О. Ю. Кузнецова и Н. В. Решетниковой. Кроме того, в ходе собственных исследований некоторые авторы собственных подходов также исследовали опыт своих предшественников, к примеру, Теодор Шульц.

Сегодня в экономической литературе существует четыре основных подхода к изучению современного предпринимательства:

1. Теория принятия рисков.
2. Теория инноваций.
3. Неоавстрийская теория.

#### 4. Теория реаллокации ограниченных ресурсов.

Теорию принятия рисков принято считать одной из первых, которая рассматривала место предпринимателя, так как идеи о предпринимательстве как о деятельности, связанным с риском, размышлял ещё в XVIII в. Р. Кантильон. На данный момент наиболее современной версией данной теории выступает теория американского экономиста Фрэнка Найта (1885–1972) [1].

Согласно его теории, предприниматель в своей деятельности сталкивается с риском и неопределённостью. Несмотря на схожесть понятий, Ф. Найт разграничивал их, понимая под непосредственно риском исчисляемый риск, в то время как неопределённость является неисчислимым. Под риском экономист понимал известный набор исходов, для которого существует определённая вероятность. Его можно учесть путём включения страховых взносов, связанных с ним, в постоянные издержки отрасли, перекладывающиеся на потребителя [5].

Под неопределённостью понималось какое-то событие, которое невозможно предугадать, так как отсутствует прецедент, который можно было бы застраховать, капитализировать или учесть в заработной плате сотрудника. Причём это событие может произойти как в области производства, так и со стороны покупателей. С неопределённостью предприниматель сталкивается, например, когда он рассчитывает получить определённую выручку за свою продукцию, превышающую затраты по «контрактным доходам» за факторы производства, а в случае прибыли – ещё и по «контрактному доходу» предпринимателя [5].

Теория инноваций была предложена австрийским и американским экономистом Йозефом Шумпетером (1883–1930) в 1911 году. Данная теория основывается на идее предпринимателя как основного двигателя капитализма, чья основная цель – введение инноваций, новой комбинации факторов производства, мотивированной его предпринимательским духом. Эти инновации могут быть выражены в различных формах, например, в виде внедрения нового метода производства или новой организационной структуры. По мнению экономиста, именно внедрение инноваций являются источником экономического развития [1].

Любая экономическая система, по словам Й. Шумпетера, по своей природе инерционна, однако она также адаптивна к изменениям. Для изменения данной системы у предпринимателя должна быть мотивация к внедрению инновации, будто это становление полновластным хозяином предприятия, желание проявить себя или просто занятие любимым делом. Из-за этих причин он решается на её реализацию, и через инновацию он получает конкурентное преимущество, что нарушает существующее в экономической системе равновесие. Это приводит к тому, что система начинает адаптироваться путём принятия этой инновации, чтобы получить такое же конкурентное преимущество. Это все приводит к появлению прибыли у предпринимателя и к экономическому росту в целом, так как это выводит количество и качество продукции на новый уровень [1].

Неоавстрийская теория пытается связать предпринимательство с процессами рыночной экономики. Основными её представителями в части анализа роли предприятия являются Людвиг фон Мизес (1881–1973), Фридрих фон Хайек (1899–1992) и Израэл Кирцнер (р. 1930). Л. фон Мизес утверждал, что предпринимателем является каждый человек, действующий в зоне неопределённости, и таким образом, является «дельцом». Также он утверждал, что прибыль или убыток предпринимателя – это результат использования не его капитала, а его идеи, что является аналогом инноваций у Й. Шумпетера, но без технических нововведений. При этом деятельность предпринимателя проходит проверку механизмами рынка как наиболее эффективного, так как обладает множеством неизвестных для участников рынка факторами. Кроме того, Л. Мизес говорил, что технологические способности предпринимателя не влияют на его прибыль или убыток из-за слабой связи между ними [6].

Его последователь, И. Кирцнер, продолжил исследования в этом направлении. Он определил, что источник неопределённости в рыночной экономике – несовершенство информации, например, отсутствие единой цены на товар или услугу на рынке. Поэтому предприниматель – это человек, умеющий воспринимать рыночную информацию как неопределённую и склонную в связи с этим к изменениям в определённой ситуации. Тогда перед ним стоит цель найти такую информацию и использовать с выгодой для себя. Поэтому предпринимателем, по мнению экономиста, может быть как спекулянт, зарабатывающий на арбитражах, так и производитель, играющий на разнице цен ресурсов и товаров. Помимо этого, подобное поведение возможно и у потребителя. Подобными действиями предприниматель двигает рыночную систему из состояния неравновесия, свойственной рыночной экономике, в состояние равновесия [4].

Схожие взгляды были и у Ф. Хайека, однако в отличие от своих единомышленников он концентрировался на изучении влияния конкурентных преимуществ предпринимателя на экономическом развитии. Новизной в его подходе являлся взгляд на конкуренцию, как стимул разработки и внедрения инноваций. Именно конкуренция, по словам экономиста, побуждает предпринимателя к поиску подобных новых инноваций, что способствует стабильному развитию экономики [2].

Теория реаллокации ограниченных ресурсов впервые была озвучена Теодором Шульцем (1902–1998) в 1980 году. Согласно ей, основная задача предпринимателя заключается в перераспределении ресурсов, причём сам процесс постепенно снижает стимул к дальнейшим изменениям с его стороны. Благодаря подобным действиям экономическая система движется из состояния неравновесия в состояние частичного равновесия. Также он уделяет большое внимание развитию человеческого капитала предпринимателя, в первую очередь, в области образования, как того, что может дать ему преимущество на рынке. Хоть Т. Шульц в своей работе уделяет значительное внимание фермерам как о предпринимателях, он утверждает, что из-за необходимости

распределения своих ресурсов любой человек, будь то студент, домохозяйка или наёмные рабочие, может стать предпринимателем [7].

В подобном ключе думал и Марк Кассон (р. 1945) в 1982 году. Он определял предпринимателя как человека, специализирующегося на принятии субъективных решений по координации ограниченных ресурсов. Сама координация снижает подверженность предпринимателя неопределённости за счёт страхования и спекуляций. При этом такая координация всегда частична, поскольку она затрагивает лишь небольшой сектор экономики; частичная координация носит постоянный характер, и общая согласованность не может быть гарантирована [3].

Рассмотрев основные современные теории, видим, что предприниматель может рассматриваться с различных сторон: как человек, принимающий неопределённость, как человек-новатор, как человек, зарабатывающий на своей идее и на несовершенстве рынка, как человек, перераспределяющий свои ограниченные ресурсы. Эти все одинаково верны, так как затрагивают различные стороны деятельности предпринимателя. Вместе с тем все экономисты считают, что предприниматель играет важную роль в развитии экономики через её изменение в новое состояние равновесия.

### **Библиографический список**

1. Кузнецов, О.Ю. К вопросу об эволюции теорий предпринимательства // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2008. – № 2(20). – С. 38–43.
2. Решетникова? Н.В. Теории предпринимательства: эволюция и современные парадигмы развития // Экономика и управление. – 2019. – № 3 (161). – С. 10–16.
3. Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*.
4. Kirzner, I. *Competition and Enterprenership*. Chicago, 1973.
5. Knight, F. H. *Risk, Uncertainty, and Profit*. Chicago, 1985. – P. 238.
6. Mises, L. von. *Human Action: A Treatise on Economics*. New Haven, 1949. P.17. 252-254.
7. Schultz, T. W. Investment in Entrepreneurial Abilit // *The Scandinavian Journal of Economic*. – 1980. – № 82(4). – 437.

© Кадинский А.Н., 2023

УДК 338.24.01

Ю.А. МАЛЫХ

*juliakast@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Н.П. ЕФИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИНСТРУМЕНТЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ**

*Аннотация:* целью исследования является изучение понятия, сферы применения искусственного интеллекта, а также рассмотрение реальных примеров его использования. При выполнении работы использовались теоретические, эмпирические и математические методы исследования. Актуальность подтверждается тем, что одним из важнейших факторов повышения эффективности деятельности компании особенно в условиях цифровой экономики является оптимизация и совершенствование процесса принятия управленческих решений.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект; инструменты искусственного интеллекта; управление проектами.

В настоящее время в условиях растущей конкуренции товаров и услуг и постоянно изменяющейся внешней экономической среды организациям все чаще приходится искать новые способы для обеспечения выживания и достижения конкурентноспособности на рынке. Для этого необходимо адаптировать бизнес-модели, совершенствовать существующие процессы, внедрять новые технологии, использовать новые подходы к управлению и бизнес-практики. При этом, хоть конкурентная борьба является одним из наиболее сильно влияющих на компанию внешних факторов, по своей сути такое постоянное противостояние становится инструментом технического прогресса и в итоге ведет к повышению качества продукции. Становится очевидно, что выживание экономического объекта в условиях конкуренции – это не единственная его цель. С точки зрения стратегического планирования, любая организация создается с целью получения максимально возможной прибыли, стремится к устойчивому функционированию и повышению эффективности бизнеса: снижению затрат, оптимизации финансирования, автоматизации бизнес-процессов и так далее.

Особенно актуальным продуктивное использование времени и ресурсов становится в управлении проектами. С точки зрения системы управления проектами, принятие эффективных управленческих решений по сути является ключевым фактором достижения окупаемости инвестиций и необходимо для расширения и улучшения инструментария, позволяющего точнее планировать мероприятия и расход ресурсов, рациональнее распределять ресурсы,

качественнее контролировать ход реализации проекта, и позволяющего оперативно управлять изменениями в рамках проекта. Таким образом, возникает потребность в разработке систем поддержки принятия эффективных управленческих решений. Это подтверждается постоянным ростом объемов используемой компаниями информации, развитием рыночной неопределенности, появлением новых технологий и так далее.

Под интеллектуальными инструментальными средствами и технологиями понимаются системы искусственного интеллекта, применяемые в различных областях, в том числе в бизнес-деятельности. При этом стоит отметить, что в научной литературе пока нет единого определения понятия «искусственный интеллект» (ИИ). Данный термин происходит от англ. artificial intelligence (AI) и имеет множество интерпретаций:

– Отцом-основателем искусственного интеллекта принято считать американского информатика Джона Маккарти. В 1959 году он обосновал логический подход к ИИ, и сформулировал следующее определение: «ИИ – машины, которым присуще разумное поведение».

– В 1989 году А. Барр и Е. Фейгенбаум предложили такое определение: «ИИ – это область информатики, которая занимается разработкой интеллектуальных компьютерных систем, т. е. систем, обладающих возможностями, которые мы традиционно связываем с человеческим разумом: понимание языка, обучение, способность рассуждать, решать проблемы и т. д.».

– В конце XX века другой американский ученый – Elaine Rich в своих трудах дает иное определение: «ИИ – наука, основной целью которой является стремление компьютера к некому превосходству во всем, что делает человек».

– В июле 2020 года Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) дала такое определение: «отрасль информатики, главной задачей которой является создание систем и машин способных к выполнению задач, которые считаются требующими участия человеческого разума, при ограниченном вмешательстве человека или вообще без такого вмешательства».

Исходя из определений можно сделать вывод, что искусственный интеллект, заменяя человека в некоторых областях, высвобождает время от рутинных и технических задач.

Способы взаимодействия с ИИ в управлении проектами можно разделить на 2 группы:

1. Виртуальные помощники руководителя проекта – специализированные сервисы и платформы, позволяющие оптимизировать процесс решения конкретных задач за счет расширенного и удобного функционала программы.

2. Искусственный интеллект в системах управления проектами – специализированные сервисы и платформы, позволяющие оптимизировать процесс решения конкретных задач за счет передачи их от человека к программе.

Инструменты искусственного интеллекта действительно могут взять часть функций участников команды проекта на себя, например, таких как

планирование встреч, напоминания, отправка и сортировка писем, создание новых задач проекта, назначения или изменение исполнителей, контроль и корректировка сроков, объема ресурсов, приоритетов и документации, информирование о рисках, и другие административные задачи. Высвобождение временных и трудовых ресурсов позволяет руководителям проектов и членам команды сосредоточиться на более высокоуровневой, сложной деятельности. Более того, основываясь на рекомендациях искусственного интеллекта планирование может стать эффективнее.

Таким образом, применение искусственного интеллекта в управлении проектами приносит значительные преимущества не только в автоматизации административных и малозначимых задач, но и помогает организациям и руководителям проектов более успешно выбирать, определять и реализовывать проекты.

Рассмотрим практический опыт использования ИИ в управлении проектами. Согласно отчету KPMG «AI Transforming the Enterprise», организации, инвестировавшие средства в искусственный интеллект, утверждают, что в среднем на 15% повысили производительность. В отчете Project Management Institute (PMI) «Pulse of the Profession 2019» руководители проектов, которые находятся на переднем крае использования ИИ и других технологий (в отчете они названы «новаторами»), часто сообщают, что использование ИИ сократило время, которое они тратят на такие виды деятельности, как мониторинг хода.

Более того, растущая популярность использования технологий искусственного интеллекта в управлении проектами и ощутимое повышение эффективности деятельности от их применения привела к тому, что в 2019 году PMI впервые описал новую компетенцию персонала проекта – умение взаимодействовать с технологическими платформами – Project management technology quotient (PMTQ).

Исследования Gartner прогнозируют, что к 2030 году 80% задач по управлению проектами будут выполняться с помощью искусственного интеллекта, основанного на больших данных, машинном обучении и обработке естественного языка. В связи с этим эксперты формулируют следующие перспективы развития использования ИИ.

#### 1. Улучшение прогнозирования и расстановки приоритетов.

При наличии соответствующих данных ИИ может обнаружить закономерности, которые невозможно выявить другими способами. Это приведет к тому, что проекты будут быстрее отбираться и запускаться, а портфель проектов будет более прибыльным, так как прогнозирование успешности проекта станет точнее и исключит человеческий фактор.

#### 2. Поддержка офиса управления проектами.

Анализ данных и автоматизация сегодня помогают организациям упорядочить и оптимизировать роль офиса управления проектами (ОУП). В свою очередь это приводит к:

- улучшению мониторинга хода реализации проекта, к возможности предвидеть;
- потенциальные проблемы и решать некоторые из них автоматически;
- увеличению скорости подготовки и распространения отчетов по проекту, а также скорости сбора обратной связи;
- более качественному контролю за соблюдением процессов и политик управления;
- автоматизации вспомогательных функций.

### 3. Появление новых виртуальных помощников по проектам.

Появление ChatGPT за очень короткое время изменило представление мира о том, как искусственный интеллект может анализировать огромные массивы данных и генерировать новые и мгновенные выводы в виде обычного текста. В управлении проектами подобные инструменты будут работать с «ботами» или «виртуальными помощниками». На рынке все чаще появляются новые технологические предложения.

#### 4. Изменение роли менеджера проекта.

Автоматизация значительной части текущих задач не приведет к исчезновению менеджеров проектов, однако потребует некоторых изменений в их компетенциях и поведении. С уходом от административной работы руководителю проекта будущего необходимо будет развивать мягкие навыки (soft skills) и стратегическое мышление. Главной задачей станет получение ожидаемых выгод и их согласовании со стратегическими целями. Менеджерам также потребуются хорошее понимание этих технологий, ведь некоторые организации уже сейчас включают ИИ в свои образовательные и сертификационные программы по управлению проектами.

Таким образом, можно сделать вывод, что искусственный интеллект как новое поколение инструментов изменит не только технологию управления проектами, но и сам процесс работы в проекте. При этом уже сейчас организации полным ходом продвигаются вперед, все больше инвестируя в ИИ, и первые изменения уже заметны. Инструменты ИИ уже позволяют автоматизировать часть административных задач, забирая на себя функции членов команды проекта, а также помогают анализировать данные из текущих и предыдущих проектов, чтобы получить более подробные выводы. Однако использование интеллектуальных технологий может дать гораздо больше преимуществ, чем качественная оценка затрат и графиков и высвобождение трудовых ресурсов.

Руководители проектов будут продолжать направлять проекты через сложные решения и неожиданные препятствия, используя ИИ для руководства и более глубокого понимания процессов и результатов. Однако они должны быть готовы мыслить по-другому, чтобы управлять проектами с ИИ. Руководители проектов должны начинать тренировать и обучать свои команды, чтобы адаптироваться к этому переходу. В этом случае применение технологий искусственного интеллекта в управлении проектами действительно приведет к повышению эффективности и оправдает вложенные усилия.



## Библиографический список

1. Прыткова, А.П. Интеллектуальные технологии принятия решений в условиях мирового экономического кризиса / А.П. Прыткова. – М.: Школа Науки. – 2020.
2. Харин, И.А. Применение интеллектуальных информационных технологий для повышения эффективности принятия управленческих решений / И. А. Харин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – М.: 2021.
3. Auth, G., Jokisch, O., Durk, Ch. (2019) Revisiting automated project management in the digital age – a survey of AI approaches / OJAKM, Volume 7, Issue 1.
4. Harris, R. M., Shaffer, S. C., Stokes, J., Goldstein, D. (1987). Application of expert systems in project management decision aiding / Scientific and Technical Report.
5. Hosley, W. N. (1987). The application of artificial intelligence software to project management / Project Management Journal, 18(3), 73-75.

© Малых Ю.А., 2023

Э.Р. МАХМУТОВА

*El.mahmutova@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.И. ШАЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются проблемы и последствия процессов глобализации мировой экономики. Процессы глобализации получили ускорение с 1990-х годов благодаря динамичному развитию внешней торговли и являются неоднозначными по оценке ученых в свете постоянно меняющихся политических, социальных и экономических настроений в странах. В статье показаны направления и последствия влияния процесса глобализации на мировую экономику.

*Ключевые слова:* глобализация, мировая экономика, информационно-коммуникационные технологии, конкуренция, международная торговля.

В современном мире глобализация играет ключевую роль в формировании и функционировании мировой экономической системы. Процессы глобализации стали существенным фактором влияния на международную торговлю, инвестиции, обмен технологиями и массовую миграцию. В данной статье мы рассмотрим влияние глобализации на мировую экономику и проанализируем основные преимущества и вызовы, с которыми сталкиваются страны в условиях все более взаимосвязанного мирового рынка.

Глобализация – это всеобщий процесс всестороннего объединения и интеграции государств и их экономик в единое мировое сообщество. В последние десятилетия глобализацию можно наблюдать во многих сферах, в том числе в экономике. Этот процесс имеет значительное влияние на мировую экономику и вызывает как положительные, так и отрицательные последствия.

В современных условиях на глобализацию влияют ряд ключевых факторов. Одним из таких факторов, по мнению ученых, является информационная революция, которая создала основу для глобальных информационных сетей [1]. Помимо этого, глобализацию также «обусловили процессы интернационализации капитала и ужесточение конкуренции на мировых рынках» [1]. Все эти факторы привели к тому, что мировое сообщество перешло в новое качественное состояние, где «глобализация стала инновационным процессом, основанным на внедрении новых идей и технологий» [2].

Одним из главных направлений влияния процессов глобализации на мировую экономику является расширение рынков. Глобализация увеличивает

доступность товаров и услуг для потребителей во всем мире, так как компании имеют возможность оперировать на международных рынках. Это способствует развитию международной торговли и поощряет экономический рост.

Глобализация также способствует повышению эффективности и конкурентоспособности экономических систем. Благодаря открытости для международной торговли, компании могут сравнивать свои продукты и услуги с продуктами и услугами из других стран и стремиться к новым уровням качества и инноваций. Конкуренция на глобальных рынках стимулирует компании к совершенствованию производства и снижению издержек, что в конечном итоге приносит пользу потребителям.

Существует возможность для развивающихся стран «использовать глобализацию для привлечения иностранной рабочей силы на более выгодных условиях, что может способствовать развитию внутренних компаний и снижению безработицы» [1]. Примером такого положительного влияния является опыт стран Европейского союза, которые благодаря более открытым рынкам труда создали множество новых рабочих мест и улучшили свою социальную ситуацию.

Глобализация также способствует развитию сотрудничества между странами. Это позволяет создать благоприятную конкуренцию, которая стимулирует страны-партнеров к улучшению своего положения. Такие взаимовыгодные отношения могут привести к обмену технологиями, опытом и ресурсами, что способствует общему прогрессу и процветанию.

Однако глобализация также имеет негативные последствия для мировой экономики. Одно из них - увеличение неравенства в доходах и бедности во многих частях света. Так, за последние 200 лет в несколько раз выросла дифференциация стран по уровню среднедушевого дохода. Можно отметить, что «29,8% стран мира находятся в состоянии нищеты или крайней бедности, 57 стран мира имеют только 3,1% мировых доходов (ВВП)» [3]. В условиях глобализации, бизнес переносит производство в страны с дешевыми трудовыми ресурсами, что, в сочетании с роботизацией и цифровизацией экономики, может привести к потере рабочих мест в развитых странах и ухудшению условий труда в странах с низким уровнем заработной платы. Таким образом, социальное неравенство внутри стран и между странами возрастает.

Другой важный негативный аспект глобализации – излишняя зависимость мировой экономики от крупных транснациональных компаний. Крупные компании могут оказывать влияние на рыночные условия и правила игры, что может вызывать неравномерное распределение выгод от глобализации. Это может привести к эксплуатации ресурсов и окружающей среды в целях получения высоких прибылей, а также к усилению монополистической позиции на рынке.

Другое важное отрицательное последствие глобализации – неконтролируемый приток иностранной рабочей силы, в странах которые открыли границы (в первую очередь страны ЕС), может привести к дисбалансу

на рынке труда и давлению на местных работников. Кроме того, приток иностранцев в страну приводит к разгоранию межэтнических конфликтов.

Глобализация в последнее время часто используется для ведения экономических войн и геополитическое давление на страны. Страны вводят экономические санкции и создают торговые, миграционные и прочие преграды для достижения собственных целей на мировой арене. Так, в условиях экономической блокады в свое время оказались Иран, Северная Корея, а сейчас и Россия. В то же время, все больше стран понимают, что «интеграция гораздо важнее, чем негативная санкционная политика, и считают такие действия недальновидными» [3].

«Вынос вредных производств в бедные страны мира обостряет экологические проблемы и также является негативной чертой глобализации» [4].

Одной из основных проблем развивающихся стран в условиях глобализации является «их недостаточная подготовленность к вызовам этого процесса. У таких стран отсутствуют необходимые средства и ресурсы, которыми располагают промышленно развитые государства. Это приводит к трудностям в адаптации и вынуждает подчиняться правилам, устанавливаемым более сильными участниками мировой экономики. Особенно актуальными в данном контексте являются проблемы национальных правовых, экономических и административных систем, а также механизмов, которые требуют серьезной модернизации и совершенствования» [1].

Таким образом, процессы глобализации имеют значительное влияние на мировую экономику. Они могут способствовать экономическому росту и развитию, увеличивать доступность товаров и услуг, стимулировать конкуренцию и инновации. Однако с ними связаны и риски, такие как усиление неравенства и зависимости от крупных корпораций. Для устойчивого развития мировой экономики необходимо балансировать плюсы и минусы глобализации и использовать ее потенциал в интересах всех стран и общества в целом.

Глобализация имеет существенное влияние на мировую экономику и является непрерывным процессом, формирующим современное общество. С одной стороны, она способствует расширению торговли, инвестиций и передаче знаний и технологий [5]. С другой стороны, она вызывает вызовы и проблемы, связанные с конкуренцией, неравенством и социальной нестабильностью [6]. Для эффективного управления глобализацией необходимы государственные и международные усилия для снижения неравенства и поддержки развития всех стран, а также для обеспечения соблюдения экологических и социальных норм. Реализация всех ее потенциалов и минимизация негативных последствий требует комплексных и обоснованных подходов со стороны государств и бизнес-сообщества. Только в таком случае глобализация может стать действительным катализатором экономического развития и процветания.

## Библиографический список

1. Тарасенко, Е.С. Влияние процессов глобализации на мировую экономику / Е.С. Тарасенко // Молодой ученый. – 2019. – № 26(264). – С. 389–392.
2. Паутова, А.В., Шишкина, М.В. Влияние глобализации на развитие мировой экономики // Армия и общество. – 2012. – № 1. – С. 29.
3. Неучева, М.Ю., Шалина, О.И. Социальные показатели развития мировой экономики / // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2022. – № 6(168). – С. 4-10. – DOI 10.34773/EU.2022.6.1.
4. Делятицкая, А.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: учеб. пособие. – 2013: Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. – 7 с.
5. Налоговая политика Российской Федерации в контексте целей устойчивого развития / И.А. Майбуров, А.С. Адвокатова, О.В. Андриенко [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство "Юнити-Дана"», 2023. – 360 с.
6. Иноземцев, В.Л. Современная глобализация и ее восприятие в мире // Век глобализации. – 2008. – № 1. – С. 31–44.

© Махмутова Э.Р., 2023

Т.Э. НУВАХОВА, А.Э. АЗИМОВА

*aysel.azimova.8@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.Н. БАШКИРОВА

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

*Аннотация:* в статье представлены основные проблемы социально-экономического развития Северного Кавказа. Рассмотрено текущее состояние рынка труда, а также влияние внешних факторов на уровень безработицы в регионе. Система образования влияет на все аспекты социально-экономической системы регионов СКФО и является ее неотъемлемой частью. При анализе современного состояния образовательной системы в регионах Северо-Кавказского федерального округа выявлены системные и функциональные проблемы.

*Ключевые слова:* социально-экономическое развитие; Северо-Кавказский федеральный округ; безработица в зависимости от уровня образования; рынок труда; система образования.

**Актуальность** исследования обусловлена тем, что в течение длительного времени субъекты Северо-Кавказского федерального округа занимают худшие позиции среди Российских субъектов в рейтинге социально-экономического положения [13]. Несмотря на большие возможности существующие на Северном Кавказе, регион все еще сталкивается с множеством проблем, изучение и решение которых позволит раскрыть потенциал региона, добиться высоких экономических показателей, снизить зависимость региона от Федерального бюджета и сократить напряженность на рынке труда.

**Гипотеза:** Решение проблем, связанных с высоким уровнем безработицы и низким уровнем образования, позволит региону выйти на новый уровень социально-экономического развития.

**Обзор литературы:** Проблемы безработицы на Северном Кавказе в своих работах рассматривали многие ученые и научные деятели, данная проблема рассматривалась и на уровне Правительства РФ, министерства труда, так как является острой и требующей решения. Так, например, Гимбатов Ш. М. в своей работе «Проблемы управления рынком труда в субъектах северо-кавказского федерального округа» рассматривал, что Северо-Кавказский федеральный округ входит в группу субъектов России с критической ситуацией на рынке труда и занимает место в последнем десятке среди российских регионов. Связывал он это «с низким качеством образования, недостаточным потенциалом рабочей силы, отсутствие внятных мер, предусматривающих

трудоустройство населения» [2]. Также проблемы безработицы рассматривала в статье «Проблема безработицы северо-кавказского федерального округа» Копылова А. Г. Она упомянула, что «весомыми проблемами, вызывающими высокую безработицу являются активно развитая в регионе теневая экономика, а также мощный демографический потенциал, обеспечивавший переизбыток рабочей силы и как следствие стимулирующий отток населения (трудовую миграцию) за пределы СКФО» [3]. Также стоит выделить статью «Мониторинг современного состояния системы образования регионов СКФО», где Сагидов А.К. утверждает, что «в настоящее время одной из серьезных проблем социального развития регионов СКФО является низкое качество высшего образования» [1]. В статье указывается, что за «последние года сократилась численность студентов в высших учебных заведениях. Это связано с тем, что после введения Единого государственного экзамена выпускники школ регионов Северо-Кавказского федерального округа получили возможность поступать в вузы других регионов, в частности, в Москву и Санкт-Петербург, где качество высшего образования значительно выше, чем в СКФО» [1].

Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО) России является уникальным регионом с разнообразным этническим и конфессиональным составом населения.

Одной из основных проблем, с которой СКФО столкнулось за последние годы – снижение экономической активности в связи с пандемией COVID-19. Это привело к «увеличению безработицы, особенно в частном секторе, и потребовало значительных мер социальной поддержки от государства. Такая ситуация только усугубила вопросы бюджетной зависимости региона от центра» [4].

В Стратегии социально-экономического развития СКФО до 2025 года, принятой в 2010 году, ставились серьезные задачи по преодолению негативных тенденций регионального развития [5]. За время реализации Стратегии субъектам СКФО не удалось преодолеть дотационной зависимости от центра. Северо-Кавказский Федеральный округ является одним из самых высокодотационных регионов Российской Федерации. Согласно Данным Министерства Финансов Российской Федерации «в 10 наиболее дотационных регионов страны включены 5 субъектов, входящих в состав СКФО, в том числе: Республика Дагестан, Чеченская Республика, Республика Ингушетия, Республика Карачаево-Черкессия, Республика Северная Осетия – Алания» [6].

Уровень безработицы в Северо-Кавказском федеральном округе традиционно один из самых высоких в стране, еще до пандемии в 2019 году уровень безработицы в СКФО составил 11%, что больше, чем в два раза превышает средний по России уровень безработицы в 4,6% [14]. При этом большинство безработных – трудоспособное население возрасте до 30 лет.

В очередном рейтинге занятости и безработицы 2021 года «ситуация в регионах СКФО несколько улучшилась», но продолжала оставаться проблемной [7].

В 2022 году страна столкнулась с новыми сложностями, из-за изменения внешнеполитической и экономической ситуации в стране в результате проведения Специальной военной операции на Украине. Однако результат оказался непредсказуемым: в большинстве регионов Северного Кавказа осенью 2022 года, фиксируется самая низкая в последнее десятилетие безработица. «В Ингушетии она регистрируется на уровне 22%, в Чечне – 9,8%, Кабардино-Балкарии – 2,1%, в Карачаево-Черкессии – 5,1%, а в Северной Осетии количество ищущих возможность трудоустройства сократилось до 1,2%» [8]. Но стоит отметить, что в СКФО безработица всё еще превышает среднероссийское значение.

Так, например, согласно исследованию института развития «Кавказ.РФ» СКФО на рынке труда все еще остаются такие проблемы как «дисбаланс подготовки кадров и реальной потребности экономики, нехватка квалифицированных кадров, недостаточная цифровизация общества, "теневой" фактор, а также низкая доступность дополнительного образования» [9]. решение которых может привести к стабилизации социально-экономического развития региона.

Согласно Распоряжению Правительства РФ от 30.04.2022 № 1089-р (ред. от 19.08.2023) «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 года» показатели, представляющие динамику развития образовательной системы в Северо-Кавказском федеральном округе остаются на низких [11]. За последние 10 лет количество дошкольных образовательных организаций в округе увеличилось всего в 1,2 раза. Однако, по сравнению с другими регионами Российской Федерации, Северо-Кавказский федеральный округ все еще занимает последнее место по доступности дошкольного образования для детей. Но согласно ТАСС в рамках реализации госпрограммы "Развитие Северо-Кавказского федерального округа" и под руководством вице-премьера Александра Новака, правительство РФ планирует обеспечить стопроцентную доступность дошкольного образования для детей в возрасте от 2 месяцев до 3 лет в регионах Северного Кавказа к 2024 году [10]. Это является частью госпрограммы «Социально-экономическое развитие субъектов Северо-Кавказского федерального округа» и стремится улучшить образовательную систему в регионах СКФО.

Проблема обучения во 2 и 3 смены в общеобразовательных организациях остается актуальной для Северо-Кавказского федерального округа. В учебном году 2021/2022, 25,6 процента всех обучающихся в этом регионе принимали участие во второй и третьей сменах, что значительно превышает среднестатистические значения по всей Российской Федерации, который составляет 15,6% [11]. Но благодаря эффективной результативности нацпроекта «Образование», направленного на ликвидацию третьей смены в общеобразовательных организациях в регионах СКФО, проблема решена [12]. Задача была выполнена даже раньше запланированного срока. В частности,



Чечня и Ингушетия полностью избавились от проведения обучения в третьей смене в 2022 году.

Также за последние годы наблюдается рост числа студентов, получающих среднее профессиональное образование. Этот всплеск можно объяснить увеличением количества школьников, которые не желают сдавать ЕГЭ в 11-м классе в общеобразовательных учреждениях [1].

В учебных заведениях высшего образования, расположенных в регионах Северо-Кавказского федерального округа, получают образование 203,1 тыс. студентов (2022 г) [11]. Еще одной проблемой является то, что с 2010 года в Северо-Кавказском федеральном округе происходило уменьшение не только количество высших учебных заведений, но и количество студентов. Уровень трудоустройства выпускников высших образовательных учреждений в Северо-Кавказском федеральном округе превышает средний уровень по всей Российской Федерации. В 2020 году 44,2 процента выпускников бакалавриата, магистратуры и специалитета, обучавшихся на бюджетной основе в очной форме обучения, были успешно трудоустроены (в среднем по Российской Федерации этот показатель составил 40,6 процента) [11].

Получается, что созданная государством стратегия социально-экономического развития региона имеет положительные результаты, но несмотря на достигнутую в 2022 году тенденцию снижения уровня безработицы, в этом направлении предстоит еще много работы. Несмотря на высокий показатель трудоустроенных из выпускников высших учебных заведений, количество людей в целом, получающих образование в СКФО, а также квалифицированных рабочих профессий, остается малым. Программа, проводимая государством для улучшения ситуации в регионе, дает свой результат, но наличие оставшихся проблем означает, что она подлежит адаптации и развитию.

### **Библиографический список**

1. Сагидов, А.К. Мониторинг современного состояния системы образования регионов СКФО // РППЭ. – 2015. – № 12 (62). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/monitoring-sovremennogo-sostoyaniya-sistemy-obrazovaniya-regionov-skfo>.

2. Гимбатов, Ш.М. Проблемы управления рынком труда в субъектах Северо-Кавказского федерального округа // Вопросы структуризации экономики. – 2018. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-upravleniya-rynkom-truda-v-subektah-severo-kavkazskogo-federalnogo-okruga>.

3. Копылова, А.Г. Проблема безработицы Северо-Кавказского федерального округа / А.Г. Копылова // Актуальные проблемы развития финансового сектора: материалы IV Международной научно-практической конференции (заочной), Тамбов, 18 ноября 2016 года / Ответственный

редактор: Я.Ю. Радюкова. – Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина, 2016. – С. 213–220.

4. Литвинова, Т.Н., Кочеткова, О.А., Каверин, Д.В. Социально-экономическое развитие республик Северо-Кавказского федерального округа в условиях внешних вызовов // Право и управление. XXI век. – 2023. – № 9(1). – С. 54–65.

5. Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 6 сентября 2010 г. № 1485-р. – Режим доступа: <https://rg.ru/2010/10/05/skfo-site-dok.html>.

6. Министерство Финансов России, Режим доступа: [https://minfin.gov.ru/ru/document/?id\\_4=301158&ysclid=loampd6oon292566845](https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=301158&ysclid=loampd6oon292566845)

7. Рейтинг российских регионов по уровню безработицы [Электронный ресурс] // РИА. Новости. 15.03.2021. – Режим доступа: <https://ria.ru/20210315/bezrobotitsa-1601181760.html>.

8. Джиоев, А. В. О феномене роста занятости населения регионов северного кавказа // Теория и практика общественного развития. 2022. №12 (178). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-fenomene-rosta-zanyatosti-naseleniya-regionov-severnogo-kavkaza>.

9. На Северном Кавказе создадут информационную платформу для анализа рынка труда // Tass.ru. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/17337981>.

10. Более 160 школ и 80 детсадов планируют построить в СКФО в ближайшие годы [Электронный ресурс] // ТАСС: Новости в России и в мире 09.09.2022. – Режим доступа: <https://tass.ru/v-strane/15703825>.

11. Распоряжение Правительства РФ от 30.04.2022 № 1089-р (ред. от 19.08.2023) «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 года». – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_416511/551ae302492ae117101699e981edbb70afd5ee43/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_416511/551ae302492ae117101699e981edbb70afd5ee43/).

12. 20 крупнейших школ Северного Кавказа, построенных по национальному проекту «Образование» // Журнал «Вестник. Северный Кавказ». – Режим доступа: <https://severnijkavkaz.ru/ratings/20-krupneyshikh-shkol-severnogo-kavkaza-postroennykh-po-natsionalnomu-proektu-obrazovanie>.

13. Рейтинг социально-экономического положения регионов по итогам 2022 года // РИА.Рейтинг. – Режим доступа: <https://riarating.ru/infografika/20230515/630241787.html>.

14. Ильясов, Т.Р. Сравнительный анализ напряжённости на рынке труда СКФО / Т.Р. Ильясов, А.А. Башаев, Р.Х. Ильясов // Вектор экономики. – 2021. – № 12(66).

© Нувахова Т.Э., Азимова А.Э., 2023

Ю.О. ПЛАТОНОВА

*platonovajulia-ek188@yandex.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. О.К. КУДРЯШОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **БРЕНДЫ И ИХ НОВАЯ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ**

*Аннотация:* в статье рассматривается значимость бренда в современной экономической системе, его роль в коммуникации продавцов и покупателей мирового уровня. Выделяются характеристики бренда и особенности продвижения товара. Анализируется влияние бренда на социально-экономические процессы в стране.

*Ключевые слова:* бренд, торговые марки, продукция, конкуренция, рыночная экономика, маркетинг, потребители, производители.

В условиях нового тысячелетия экономическая ситуация влияет на экономику, изменяет роль брендов в процессе хозяйственной деятельности. Благодаря развитию рынка и росту отраслей в России, слова «бренд», «бренд-дизайн», «бренд-продвижение» стали популярны и актуальны. Впрочем, многие не понимают, что значит термин «бренд». Большое число брендов и приводит к различным определениям. «В конце 1980-х годов в западном мире появилась взрывная идея, что «бренды – это активы, обладающие собственной ценностью и способные управлять бизнес-стратегией и ее реализацией» [1].

Один из маркетологов представляет бренд как «героя», придавая ему героический образ. Такой подход является важной частью рекламной кампании для некоторых товарных марок. «Marlboro» стал ярким примером такого подхода, где курение сигарет выражает силу и независимость личности.

«Бренды в национальной экономике способствуют росту ее стоимости, увеличению нематериальных активов у фирм, рыночному влиянию страны на мировую экономику, ее предпринимательских структур на потребительские рынки» [2].

Для благосостояния бренда и привлечения клиентов важно сочетание товаров и созданной ими дополнительной стоимости. Чтобы это сделать, необходимо развивать следующие ключевые характеристики:

1) для того, чтобы марка была легко распознаваемой и привлекательной для покупателей, очень важно, чтобы ее внешний вид был понятным и простым восприятию. Неповторимый и легко запоминающийся логотип, а также оригинальный дизайн упаковки могут существенно способствовать узнаваемости бренда и привлекать внимание клиентов;

2) «узнаваемость бренда – это ключевой фактор, определяющий успех бренда». Он зависит от создания стабильной идентичности, которая позволяет

потребителям легко ассоциировать товары с определенным брендом. Для достижения этого эффекта используются различные фирменные знаки, такие как логотипы и упаковка;

3) позиция: Бренд должен обладать четкой позицией на рынок с целью отразиться от конкурентов, удовлетворить потребности своих целевых аудиторий. Раскрывая свою уникальную особенность и плюсы, бренд способен привлекать и удерживать своих покупателей;

4) описание дополнительных преимуществ: необходимо, чтобы бренд предоставлял не только продукты высокого качества, но и дополнительные преимущества. Например, это могут быть высокий уровень обслуживания, гарантия, программа лояльности или экологическая ответственность;

5) образ: кроме продукции и дополнительного преимущества бренд должен создать соответствующее изображение. Может быть представлен как роскошный или доступный, инновационный или классический и так далее. Данный образ должен соответствовать целевой аудитории бренда и ценностям брендов;

6) особенность: у бренда должно быть нечто особенное или неповторимое, отличающее его от остальных. Это могут быть специальные технологии производства, применение эксклюзивных материалов или уникальный дизайн.

Такое определение дал Стивен Кинг: «Продукт – это то, что делается на заводе, а бренд – это то, что покупается человеком» [3]. Продукция создается на фабрике, а покупатель, пребывая в магазине, впитывает ассоциативный ряд, разработанный брендом и переданный через различные каналы связи.

Существует множество брендовых моделей, при этом нет такой, которая бы устроила всех. В связи с этим предлагаю рассмотреть «модель Ф. Котлера 3I бренда» [4].

В основе этой модели лежит треугольник, описывающий сам бренд, а также его позиционирование и дифференциацию.

Аакер писал, что «Позиционирование – это то, как средства коммуникации доносят бренд до потребителя, при этом необязательно, что все элементы идентичности доносятся в полном составе: с целью привлечения большего числа клиентов средства коммуникации пытаются приукрасить в одних случаях и сгладить недостатки в других» [5].

«Дифференциация – это ДНК бренда, отражающая подлинную искренность данной торговой марки». Это убедительное свидетельство того, что она доставляет потребителям обещанное качество и обеспечивает их удовлетворение. Сочетание дифференциации и позиционирования создает синергетический эффект, автоматически формируя положительный имидж бренда [6].

В модель 3I к исходной модели добавлены три «i»: индивидуальность бренда (identity); искренность бренда (integrity); имидж бренда (image).

Как писал Котлер в своей книге, «Индивидуальность бренда – это позиционирование вашей марки в сознании потребителей». «Для того чтобы

ваш бренд привлекал внимание и выделялся на насыщенном рынке, необходимо иметь уникальное позиционирование. Оно также должно отвечать на рациональные потребности и желания людей» [6].

«С другой стороны, истинность бренда заключается в постоянстве его ценностей и принципов. Бренд должен быть честным перед своими клиентами и выполнять обещания, которые он дает им. Главной целью истинного бренда является обретение доверия со стороны потребителей. В конечном итоге, «имидж бренда – это общее восприятие и представление о нем со стороны потребителей». Это восприятие формируется на основе опыта взаимодействия с продукцией и влияния бренда на сознание людей. Оценка ценности торговой марки основывается на функциональности и характеристиках продукта, а также на том, насколько продукт и бренд отвечают эмоциональным и желательным потребностям покупателей» [6].



Рис. 1. Модель Котлера

«Можно заметить, что данный «треугольник» должен затрагивать разум, сердце (эмоции) и душу человеческих существ» [6].

В современной экономической системе «бренды – это важная роль в коммуникации продавцов, товаров и покупателей мирового уровня». Они не только выполняют функцию ознакомления потребителей с ключевыми ценностями предлагаемых рынком товаров и сервисов, но также стремятся создавать прочные контакты с лояльными клиентами для того, чтобы их бизнес был устойчив и успешен. Также бренды упрощают выбор покупателей, является каким-то путеводителем между различными товарами и фирмами, снижает неопределенность, экономит время при решении покупки.

В настоящее время используются достаточное количество подходов для оценки стоимости бренда. Самым востребованным считается метод, разработанный компанией MBO (Millward Brown Optimor) в Соединенных Штатах. Их методика позволяет составлять рейтинг наиболее ценных брендов по всему миру под названием «BrandZ Top 100». Для этого проводится анализ брендов в 14 отраслях экономической деятельности.

«В 2008 г. самым дорогим брендом обладает интернет-компания Google (стоимость бренда 86,06 млрд долл.), на втором месте в рейтинге находится промышленный гигант General Electric (71,37 млрд долл.), на третьем – компания Microsoft (70,88 млрд долл.). В список 100 самых дорогих брендов мира впервые попала компания из России – МТС, которая со стоимостью бренда 8,07 млрд долл. заняла 89-е место в рейтинге» [5].

Безусловно, некоторые бренды, такие как «Coca-Cola» и «Gillette», имеют богатую историю и до сих пор занимают достойные позиции на рынке. Они не стали лидерами случайно, а на самом деле достигли этого благодаря высочайшему качеству своих товаров и значительным инвестициям в развитие производства и маркетинга. К тому же, эти компании активно следят за изменяющимися предпочтениями потребителей, проводят исследования и вносят изменения в качество и упаковку продукции.

При использовании рыночных сигналов, бренд становится одним из ключевых инструментов, который приносит множество преимуществ в различных сферах деятельности. В отношении потребителей бренд играет позитивную роль и помогает подобрать товары и услуги. Она указывает на определенные потребительские качества изделий, что значительно упрощает выбор. Когда покупатель забыл определенный бренд понравившегося товара, ему уже не нужно будет проводить сложный поиск. Это экономит его время и деньги. При этом стремление производителя сохранить репутацию бренда обеспечивает потребителю соответствующий контроль качества изделий.

Бренд помогает успешно продвигать товар на рынок, поскольку выполняет несколько функций, в частности:

1. Бренд дает продукции индивидуальность, которая помогает ей выделиться, привлечь к себе внимание клиентов.

2. Бренд может коротко излагать необходимую информацию для клиента в продукте, что позволяет сделать выбор и приобретение более удобным и простым.

3. Бренд обеспечивает покупателю то, что он будет получать от продукта то, что он ожидает, создавая доверие к бренду и доверие.

4. Бренд является отличным от конкурентов, демонстрирует свое уникальное качество, что позволяет ему привлекать внимания и создавать преимущества на рынок.

5. Бренд предоставляет больше, чем обычные товары, добавляя в них преимущества и плюсы, делая их более привлекательными для клиентов.

В современном обществе бренды играют важную роль, оказывая значительное влияние на социально-экономические процессы в стране. Они выполняют несколько существенных функций, которые способствуют прогрессу и процветанию общества.

Во-первых, бренды способствуют расширению ассортимента продукции, что дает покупателям возможность выбирать из большего количества товаров. Благодаря этому, потребители обладают большей свободой выбора и могут подбирать продукты, отвечающие их предпочтениям и потребностям.

Во-вторых, успешные бренды стимулируют рост денежных доходов в бюджет. Популярные и доверенные бренды привлекают большое количество покупателей, что способствует увеличению продаж и, соответственно, налоговых поступлений в государственную казну. Это содействует социально-экономическому развитию и позволяет правительству реализовывать различные социальные программы в интересах граждан.

В-третьих, бренды являются неотъемлемой составляющей экономического развития компаний и страны в целом. Успешные бренды повышают конкурентоспособность компании на рынке, привлекая больше клиентов и позволяя ей расти и развиваться. Благодаря этому, страна становится привлекательным местом для инвесторов и предпринимателей, что способствует созданию новых рабочих мест и развитию экономики в целом.

Т. е. бренды играют важную роль в социально-экономических процессах, способствуя развитию ассортимента продукции, стимулируя рост денежных доходов в бюджет, а также являясь неотъемлемой составляющей экономического развития компании и страны.

### **Библиографический список**

1. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха / Дэвид Аакер: Эксмо, Москва, 2016. – С. 256.
2. Бельских, И.Е. Региональные бренды: специфика развития в России // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – № 20. – С. 2–7.
3. Годин, А.М. Брендинг / Годин А.М. – М.: Дашков и К, 2016.
4. Каленская, Н.В., Антонченко, Н.Г. Брендинг. – Казань: Абзац, 2019. – 125 с.
5. Аакер, Д.А. Создание сильных брендов. – Пер. с англ.; 2-е изд. М.: Издательский дом Гребенникова, 2018. – 340 с.
6. Котлер, Ф., Картаджайя, Х., Сетиаван, А. «Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе». – М.: Эксмо, 2011. – 197 с.

© Платонова Ю.О., 2023

А.Ф. САМИГУЛЛИНА, Д.А. ЛАПШИНА  
samigullina\_aygul@inbox.ru, tennet1001@yandex.ru

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН**

*Аннотация:* в современной экономике малый и средний бизнес играют важнейшую роль в обеспечении экономического роста и создании новых рабочих мест. В данной статье мы исследуем актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан, проведем анализ текущего состояния отрасли, определим основные проблемы, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия, и оценим эффективность государственной поддержки данного сектора экономики.

*Ключевые слова:* малый бизнес, средний бизнес, предпринимательство, региональная экономика, предпринимательство в Республике Башкортостан, государственная поддержка, развитие экономики.

Малое и среднее предпринимательство (МСП) – это одна из важнейших отраслей экономики, которая выполняет не только экономические, но и социальные функции, включая создание новых рабочих мест, укрепление экономической стабильности, развитие инноваций.

В России понятие «малый и средний бизнес» определяется Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ [1]. В соответствии со статьей 4 данного закона, малым бизнесом являются предприятия, у которых число сотрудников не превышает 100 человек, а общий объем балансовой стоимости активов не превышает 800 миллионов рублей. Средним бизнесом считаются предприятия, занимающие от 101 до 250 сотрудников и имеющие предельную стоимость активов от 800 миллионов рублей до 2 миллиардов рублей.

В августе 2022 года Республика Башкирия отмечает рост числа занятых в малом и среднем бизнесе на 8,1% по сравнению с декабрем 2021 года. По данным аналитической службы аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza, количество сотрудников субъектов МСП в республике достигло 554,7 тыс. человек, что более чем на 40 тыс. человек больше, чем в предыдущем месяце.

Комплексное исследование, основанное на данных Минэкономразвития, показало, что тенденция роста числа работников в малом и среднем бизнесе сохраняется на всей территории РФ. Количество занятых в МСП достигло 28 млн человек в августе 2022 года, что является рекордным показателем. Сравнительный анализ с декабрем прошлого года показывает рост в 2,5 млн человек, или 9,8%.



Эти данные указывают на устойчивое развитие малого и среднего бизнеса в России, а также на успешную реализацию государственных программ, направленных на поддержку этого сектора экономики. Важно отметить, что в МСП заняты почти 40% всех работающих в стране, что говорит о растущей роли этого сектора в экономике РФ [2].

Согласно данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, на начало 10 февраля 2023 года в Республике Башкортостан зарегистрировано 128,3 тыс. субъектов МСП, что на 0,5% выше показателей аналогичного периода прошлого года.

Такой рост свидетельствует о системной работе властей на федеральном и региональном уровнях по созданию эффективных мер поддержки бизнеса. В частности, в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» на 2023 год выделено 694,5 млн рублей, что на 7,8% больше, чем в предыдущем году.

Как отмечает министр предпринимательства и туризма Республики Башкортостан Рустем Афзалов, такие меры позволили в значительной мере увеличить количество субъектов МСП и занятых в этой сфере. Такую положительную динамику необходимо сохранять и развивать, чтобы поддерживать рост и развитие малого и среднего бизнеса в регионе и всей стране. Важно отметить, что это может иметь положительный вклад в экономическое развитие и благополучие людей в регионе [3].

В текущем году в Республике Башкортостан для субъектов малого и среднего предпринимательства продолжают действовать программы льготного кредитования, налоговых послаблений, а также кредитных каникул до 31 марта 2023 года.

Одновременно власти региона продолжают работу по созданию благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса. Так, субъекты МСП могут рассчитывать на расширенную программу поддержки, включающую бесплатные консультации, акселерационные и образовательные мероприятия, а также финансовые меры поддержки.

Например, АО «Региональная лизинговая компания Республики Башкортостан» предлагает новую программу льготного лизингового финансирования для субъектов МСП на приобретение оборудования, грузового транспорта, автобусов, спецтехники, маломерных судов и транспортных средств для сферы туризма. АХО «Башкирская микрокредитная компания» сохраняет базовую ставку по предпринимательским займам на уровне 6%, а для предпринимателей моногородов – 3,75% годовых. Также в 2023 году на грантовую поддержку молодых предпринимателей и социальных предприятий будет направлено 209,3 млн рублей.

Соответственно, в Республике Башкортостан существует несколько программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса, которые предназначены для стимулирования и поддержки развития данной сферы.

1. Программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан». Программа содержит комплекс мер поддержки, направленных на создание условий для развития предпринимательства в регионе, в том числе на финансовую поддержку предпринимателей, поддержку инфраструктуры, улучшение налоговых и регистрационных процедур [4].

2. Программа «Бизнес.рф». Данная программа предоставляет поддержку малым и средним предприятиям по всей России, включая бизнес в Республике Башкортостан, и ориентирована на финансовую, консультативную и техническую поддержку [5].

3. Программа «Мой бизнес». Программа, финансируемая из бюджета Республики Башкортостан, направлена на поддержку начинающих предпринимателей и развитие малого и среднего бизнеса. В рамках программы предпринимателям предоставляется финансовая и консультативная поддержка на стадии создания и развития бизнеса.

4. Программа «Экономическое и инвестиционное развитие Республики Башкортостан». Программа нацелена на поддержку и развитие кластеров в регионе, включая кластеры малого и среднего бизнеса. В рамках программы предпринимателям предоставляются инновационные решения, развитие бизнес-связей и сбытовых каналов [6].

Это лишь некоторые из программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса, действующих в республике Башкортостан. Важно отметить, что программы регулярно обновляются и модернизируются в соответствии с изменяющимися потребностями рынка и экономической ситуации в стране.

Оценка эффективности программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан является сложной и многогранной задачей. Важно учитывать не только финансовые показатели, но и социальные, экономические и инновационные результаты, а также реакцию предпринимателей на предоставляемые программы поддержки.

Среди общих позитивных результатов программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан можно выделить:

1. Создание новых рабочих мест и повышение уровня занятости в регионе.

2. Развитие новых технологий и улучшение конкурентоспособности малых и средних предприятий в Республике Башкортостан.

3. Предоставление финансовой, организационной и информационной поддержки малым и средним предприятиям, которая повышает эффективность их работы, рост и развитие.

4. Восстановление и развитие местных экономических секторов в регионе.

Однако важно также оценивать и слабые стороны программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан. В частности, программа «Мой бизнес» и «Бизнес.рф» могут

быть недоступны для некоторых малых и средних предприятий из-за высоких периодических платежей и относительно жестких требований с точки зрения возврата средств.

Таким образом, хотя программы государственной поддержки имеют значительный потенциал для роста малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан, необходимо регулярно оценивать их эффективность и оптимизировать их для воплощения в жизнь реальных целей развития территории.

Основными проблемами, с которыми сталкиваются предприниматели в Башкортостане, являются:

1. Ограничения в доступе к финансированию: Большинство малых и средних предприятий вынуждены обращаться в банки за финансовой помощью. Однако, доступ к кредитам и заемным средствам затруднен из-за высоких процентных ставок и жестких требований банков.

2. Отсутствие квалифицированных кадров: Недостаток высококвалифицированных сотрудников в отдельных сферах и отраслях является серьезным барьером для развития бизнеса. Это связано, в том числе, с низкой оплатой труда.

3. Недостаток доступной арендной платы: Стоимость аренды коммерческих помещений в регионе остается высокой, что снижает возможности предпринимателей к развитию бизнеса.

4. Регулирующая политика: Предпринимателям осложняется жизнь правительственными и регулирующими органами, такими как налоговый и охранительный органы, процедуры регистрации и постановки на налоговый учет.

5. Недостаточная поддержка со стороны государства: Большинство программ и мер поддержки ориентированы на крупный бизнес, так как он является основным источником экономического роста региона. В связи с этим, малые и средние предприятия не получают достаточно государственной поддержки.

Несмотря на вышеуказанные трудности, малый и средний бизнес в регионе продолжает развиваться. Некоторые из них успешно преодолевают препятствия и активно расширяют свое присутствие на рынке. Государство, осознавая важность малого и среднего бизнеса для экономического развития региона, начинает предоставлять целенаправленную поддержку и разрабатывать новые меры для решения проблем, связанных с бизнес-средой в регионе.

Некоторые предложения по улучшению существующих программ государственной поддержки и разработке новых в Республике Башкортостан могут включать следующие аспекты:

1. Анализ и оценка текущих программ государственной поддержки в Республике Башкортостан. В первую очередь, необходимо изучить имеющиеся программы и выявить их преимущества и недостатки, а также выделить основные проблемы в существующей системе.

2. Исследование опыта других регионов. Прежде чем начинать разрабатывать новые программы поддержки, необходимо провести исследование лучших практик других регионов, чтобы определить, какие решения могут быть применены в Башкортостане.

3. Разработка новых программ государственной поддержки малого бизнеса и социальных организаций. Следующим шагом может стать разработка новых программ поддержки на основе анализа текущих потребностей и проблем бизнеса и социальных организаций в регионе. Например, это может быть льготное кредитование, субсидии, аренда помещений или консультационные услуги.

4. Законодательные изменения. Основываясь на результатах анализа исходных данных и опыта других регионов, возможно потребуется внести изменения в законодательство, чтобы создать условия для реализации новых программ поддержки.

5. Обучение и консультационные услуги. Наконец, может понадобиться разработка и проведение обучающих и консультационных курсов и программ для тех, кто будет участвовать в новых программах государственной поддержки. Это может включать в себя предоставление информации о таких важных вопросах как управление бизнесом, бухгалтерия и налоги.

В данной статье были рассмотрены актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан, проведен анализ текущего состояния сектора, определены основные проблемы и выработаны рекомендации по их решению.

Результаты анализа позволяют сделать вывод о том, что среди основных проблем малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан можно выделить проблемы доступности финансирования, налогообложения, регулирования, кадрового обеспечения и доступности технологических инноваций. Большинство предпринимателей также высказываются о сложности доступа к новым рынкам и услугам.

Для решения данных проблем были предложены рекомендации. Однако, важным условием для успешного решения проблем малого и среднего бизнеса является эффективность государственной поддержки данного сектора. Необходимо обеспечить максимальную прозрачность и эффективность программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан и создать условия для создания новых рабочих мест и увеличения доходов населения.

Таким образом, актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан представляют серьезную проблему для экономического развития региона. Однако, эффективное решение данных проблем может привести к росту производства и созданию новых рабочих мест, что в свою очередь стимулирует развитие экономики региона. Результаты данного исследования могут быть использованы для разработки новых механизмов управления и государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан.

Таким образом, несмотря на положительный рост экономических показателей в Республике Башкортостан, многие санкции продолжают оказывать негативное влияние в средне- и долгосрочной перспективах. Исходя из этого необходимо продолжать поддерживать промышленные предприятия и создавать условия для создания новых конкурентоспособных производств. Для этого следует повысить результативность взаимодействия научных и образовательных учреждений с предприятиями реального сектора экономики, и в результате чего будет создана возможность содействовать решению задачи укрепления технологического суверенитета страны, что крайне необходимо в сложившихся условиях.

### Библиографический список

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/).
2. «Количество занятых в малом и среднем бизнесе в Башкирии выросло на 8,1%» // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ufa.rbc.ru/ufa/10/10/2022/6343e2e19a79472a12733e6c>.
3. «В январе 2023 года в Башкортостане количество субъектов МСП увеличилось на 496» // Правительство Республики Башкортостан / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravitelstvorb.ru/news/20247/>.
4. Постановление от 14 ноября 2018 года № 548 «О государственной программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан» (с изменениями на 17 апреля 2023 года) [Электронный рабочих ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/550258514>.
5. «Мой Бизнес РФ – обзор портала и перечня услуг в региональных центрах» // Блог Misterrich [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://misterrich.ru/moj-biznes-rf-obzor-portala-registraciya-i-vhod-lichnyj-kabinet-uslugi-v-regionalnyh-centrah/>.
6. Постановление от 31 августа 2022 года № 494 «Об утверждении государственной программы «Экономическое и инвестиционное развитие Республики Башкортостан» и о внесении изменения в распоряжение Правительства Республики Башкортостан от 27 декабря 2016 года № 1511-р» (с изменениями на 3 апреля 2023 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/406216339>.

© Самигуллина А.Ф., Лапшина Д.А., 2023

## **МОШЕННИЧЕСТВО В СФЕРЕ АВТОСТРАХОВАНИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматривается тема мошенничества в сфере автострахования, которая становится все более актуальной и распространенной. Проанализированы виды мошенничества, а также основные методы борьбы с нарушителями.

*Ключевые слова:* мошенничество, автострахование, КАСГО, ОСАГО, страховщик, страхователь, ДТП, страхование.

Мошенничество – это достаточно частое явление в обществе. Также в сфере страхования в целом. «Мошенничество в сфере страхования – это хищение чужого имущества путем обмана относительно наступления страхового случая, а равно размера страхового возмещения, подлежащего выплате в соответствии с законом либо договором страхователю или иному лицу» [1].

«Отмечают три основных разновидности мошенничества в сфере страхования:

1. Незаконные действия, исходящие от самой страховой компании.
2. Правонарушения со стороны обратившихся в страховую компанию лиц.
3. Незаконные действия со стороны многочисленных посредников в сфере страхования» [2].

Одним из типов преступлений, которые относятся к автострахованию, является мошенничество. В результате таких преступлений незаконно получают деньги от страховых компаний по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО) или добровольному страхованию автомобилей (КАСКО).

Мошенничество в автостраховании является серьезной проблемой нашего времени. Введение в заблуждение страхового случая (например, неправильное обращение с имуществом, поджог, повреждение транспортного средства и т. п.) являются наиболее частыми способами совершения преступлений. Фальсификация страхового случая или его частей (например, времени, места, замены водительского или номерного знака, замены исправных деталей на поврежденные и т. п.), а также фальсификация самого события или его обстоятельств (время, место, место, местонахождение, фальсификация).

Покушение на мошенничество, предусмотренное ст. 159.5 УК РФ, создает изначально ложное заявление в правоохранительные органы о

совершении преступления, допустим, о хищении застрахованной автомашины (являющемся страховым случаем), если в дальнейшем преступление не доведено до конца, по независящим от виновного лица обстоятельствам.

Наказание за совершение мошенничества в сфере автострахования зависит от тяжести совершенного деяния, в том числе от размера причиненного ущерба.

В соответствии со статьей 159 Уголовного кодекса Российской Федерации, за мошенничество предусмотрена ответственность в виде:

- административного ареста сроком до четырех месяцев,
- 360 часов обязательных работ,
- штрафа в размере до пятисот тысяч рублей,
- лишение свободы до четырех лет [1].

В некоторых странах за мошенничество в автостраховании может быть назначено тюремное заключение. Срок этого заключения может варьироваться от нескольких месяцев до нескольких лет, в зависимости от серьезности преступления.

В некоторых случаях, когда сумма ущерба от мошенничества в автостраховании велика, наказание может быть дополнено штрафом. Этот штраф может достигать значительных сумм и направляться на возмещение ущерба, нанесенного страховым компаниям.

Кроме уголовной ответственности, мошенники могут подвергаться и гражданской ответственности, если страховая компания подает на них иск о возмещении убытков и правительство также может отбирать преступно нажитое имущество.

Если при остановке сотрудником ГИБДД будет обнаружено, что ваш полис ОСАГО является подделкой, вам будет выписан штраф в размере 800 рублей, а ваш автомобиль будет отправлен на специальную стоянку. В Москве камеры наблюдения, расположенные на дорогах, уже способны выявлять автомобили без действующего полиса ОСАГО. В настоящее время владельцам таких автомобилей отправляются предупреждения, однако в будущем они будут получать штрафные санкции.

Мошенничество в сфере автострахования бывает как со стороны страхователя, так и страховщика.

Рассмотрим мошенничество со стороны страховщика:

- несоответствие выплат страховой компенсации реальному ущербу;
- незаконный отказ в выплате страхового возмещения, приводящее к подрыву доверия клиентов к страховой компании;
- избирательное исполнение обязательств по страховым полисам, преимущественно в ущерб клиентам;
- незаконное навязывание дополнительных услуг или страховых пакетов, не требуемых клиентом;
- манипуляции со страховыми выплатами, например, задержка выплаты по необоснованным причинам или неправильное определение размера компенсации;

- фальсификация документов и информации о страховом случае для уклонения от выплаты страхового возмещения или сокращения его размера;
- разработка сложных и запутанных условий страхования, которые позволяют страховщику избежать выплат в большинстве случаев;
- умышленное занижение стоимости имущества или страховой суммы для снижения страховой премии или размера выплаты в случае страхового случая.

Виды мошенничества со стороны страхователя

- подделка документов, свидетельствующих о повреждении или краже объекта страхования, чтобы получить страховую выплату;
- умышленное повреждение или утрата объекта страхования с целью получения страховой выплаты;
- сокрытие информации о предыдущих страховых случаях или умышленное предоставление ложной информации при оформлении страхового полиса;
- мошенничество при страховании здоровья, такое как подача заведомо ложных сведений о состоянии здоровья для получения страховки по более выгодным условиям;
- использование чужих личных данных или симуляция чужой личности при оформлении страхового полиса для получения материальных выгод;
- намеренное причинение ущерба своему имуществу с целью получения страховой выплаты;
- заведомое скрывание дополнительных рисков или повышенных факторов влияния на объект страхования, чтобы снизить стоимость страховки.

В мошенничестве при автостраховании участвуют две стороны, обе из которых преследуют единственную цель: получение прибыли. В случае, если одна или несколько сторон продолжают совершать незаконные действия, единственным способом разрешения конфликта является судебное разбирательство.

Но существуют предотвращающие меры для борьбы с нарушителями.

Во-первых, создана единая база Российского Союза Автостраховщиков, где имеется информация по всем выданным договорам автострахования и произведённым выплатам. Также существуют специальные службы, которые постоянно выявляют и блокируют сайты мошенников по продаже поддельных полисов. Правовой ликбез – оповещение через средства массовой информации о раскрытии схем злоумышленников – эти истории повышают грамотность автовладельцев.

Ну и главный вопрос: как можно защитить себя от мошенничества?

1. Внимательно изучение всех условий и договоров перед подписанием.
2. Проверка репутации и надежности страховой компании перед оформлением полиса. (Используйте официальные сайты или платформы для сравнения и выбора страховых компаний).



3. Не доверяйте сомнительным предложениям или акциям, которые требуют предоплату или предоставление личной информации.

4. Будьте осторожны с незнакомыми людьми, предлагающими помощь или сделки на улице или через телефонные звонки. Внимательно проверяйте их удостоверения и просите контактные данные для будущей связи.

5. Подозревая мошенничество, немедленно свяжитесь с соответствующими органами правопорядка и сообщите о случившемся. Также уведомите свою страховую компанию.

6. Обязательно ведите копии и сохраняйте все письма, договоры, уведомления и документы, связанные со страхованием. Это поможет вам иметь доказательства в случае споров или недоразумений.

Важно помнить, что никакие меры предосторожности не гарантируют полную защиту от мошенничества, но соблюдение этих рекомендаций поможет снизить риски и увеличить свою безопасность.

В заключение статьи "Мошенничество в сфере автострахования" можно выделить несколько основных моментов. В первую очередь, современные технологии и доступ к информации позволяют мошенникам стать все более изощренными в своих действиях. Поэтому очень важно быть осведомленным и бдительным, чтобы не стать жертвой мошенников.

Во-вторых, существует несколько способов защитить себя от мошенничества в сфере автострахования. Важно всегда проверять компанию на предмет лицензии и репутации, сравнивать страховые предложения и внимательно читать договор перед подписанием. Также стоит быть внимательным при получении информации от сторонних лиц, особенно при осуществлении заключения страховых сделок. Не стоит забывать о возможности обращения в правоохранительные органы в случае подозрений в мошенничестве, чтобы помочь предотвратить преступные действия.

В целом, защитить себя от мошенничества возможно, если быть информированным, бдительным и принимать меры предосторожности при совершении страховых сделок.

### **Библиографический список**

1. Статья 159 УК РФ «Мошенничество». – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/8012ecdf64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/8012ecdf64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/).

2. Официальный портал государственной власти Тюменской области «Памятка для граждан по противодействию мошенничеству в сфере автострахования». – Режим доступа: <https://omutinka.admtumen.ru/mo/Omutinka/socium/more.htm?id=11495695%40cmsArticle>.

© Саргсян К.Г., 2023

Т.З. ТУКТАМЫШЕВ, С.В. КУТЛОВ

*timtuka8@gmail.com, Salavat200504@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.Ю. ХАНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **НЕЙРОСЕТИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РЕСУРСА**

*Аннотация:* в статье рассматривается искусственная нейронная сеть и перспективы использования искусственного интеллекта. Проводится анализ сфер деятельности и практической реализации функционирования нейросетей.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, нейронная сеть, искусственный интеллект, машинное обучение, копирайтер; нейрозамена.

Современные технологии машинного обучения и искусственного интеллекта все больше проникают в различные сферы человеческой деятельности. Искусственный интеллект становится ключевым фактором глобальной цифровизации экономики. Минэкономразвития РФ совместно с компанией Яндекс дали прогноз, что причиной технологического прорыва в различных отраслях экономики может быть достигнут благодаря переходу к дистанционной работе и использования технологий искусственного интеллекта.

Нейросети – это одна из самых популярных форм искусственного интеллекта, которая используется для решения широкого спектра задач. Их чаще всего используют для анализа больших объемов данных, прогнозирования, сопоставления, классификации и распознавания образов в самых широких сферах научных и социально-экономических исследований (например, от менеджмента предприятиями до распознавания художественных изображений).

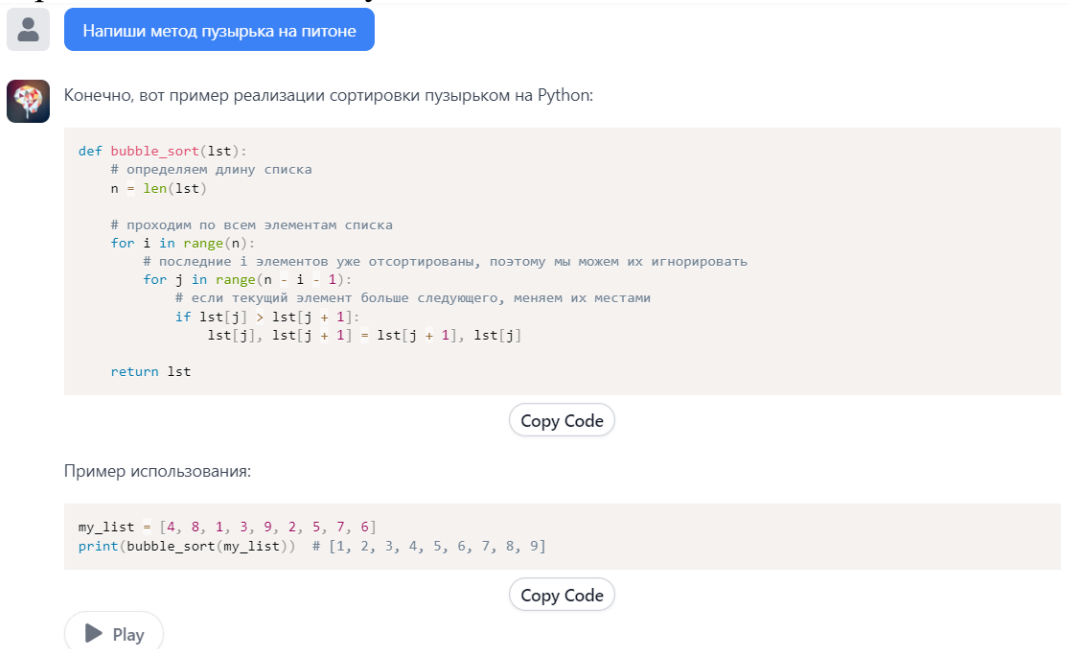
Всё чаще в Интернет-ресурсах можно встретить информацию о том, что нейросети уже сейчас способны вытеснить людей в таких сферах человеческой деятельности, как программирование, копирайтинг, искусство, а также в отраслях торговли, транспорт, ЖКХ, банковского сектора, образования, здравоохранения и других.

Правда ли это и на что на самом деле в данный момент способны нейросети? Одна из самых обсуждаемых сфер деятельности, где нейросеть может заменить человека – это программирование. Когда вышел ChatGPT (революционная нейросеть от компании Open.ai), который может писать даже код, началась паника, что он скоро заменит Junior-разработчиков, то есть начинающих программистов.

Разберемся подробнее на примере ChatGPT. При четких и понятных условиях он может написать хорошо работающий простой, но не более того. Там, где от него требуется что-то специфичное, он не может правильно

разобрать запрос. Например, если дается комплексная задача, то он не решит её, а лишь может дать указания для решения и составит план действий, но полного решения дать не сможет. В таких задачах уже требуется способность к творчеству. Поэтому, в данный момент полноценная замена программистов нейросетями невозможна.

Вот пример правильной реализации использования нейросети ChatGPT для программиста на языке Python.



The screenshot shows a chat window with a user prompt and a GPT response. The user prompt is a blue button that says "Напиши метод пузырька на питоне". The GPT response includes a Python code block for a bubble sort function, a "Copy Code" button, a "Пример использования:" label, another code block showing the function being called on a list, a second "Copy Code" button, and a "Play" button.

```
def bubble_sort(lst):
    # определяем длину списка
    n = len(lst)

    # проходим по всем элементам списка
    for i in range(n):
        # последние i элементов уже отсортированы, поэтому мы можем их игнорировать
        for j in range(n - i - 1):
            # если текущий элемент больше следующего, меняем их местами
            if lst[j] > lst[j + 1]:
                lst[j], lst[j + 1] = lst[j + 1], lst[j]

    return lst
```

```
my_list = [4, 8, 1, 3, 9, 2, 5, 7, 6]
print(bubble_sort(my_list)) # [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9]
```

В первые дни после выхода ChatGPT общество предрекло профессию копирайтеров на вымирание. Однако даже сейчас, спустя 6 месяцев, нейросети до сих пор не вытеснили копирайтеров.

Этому есть 2 причины:

1. Консерватизм большинства людей. Люди не доверяют новым технологиям, особенно руководство больших компаний. Каждая, даже самая незначительная ошибка в тексте может привести к фатальным последствиям.

2. Частичная недостоверность ответов. Как известно, нейросети обучаются на данных им датасетах, составляемых отдельными компаниями. Такие датасеты проходят строгий контроль, однако ошибки все же встречаются. Любая такая ошибка может послужить причиной недостоверности всего текста.

Однако нейросеть может помочь копирайтеру. Она способна создавать полноценный текст, который все же должен быть отредактирован человеком.

Что же насчёт творчества? Ведь есть нейросети, которые способны создавать изображения, соответственно творить что-то новое (Midjourney, DALLÉ-2, Leonardo, Kandinsky (СберБанк)). Главная проблема в этом случае заключается в том, что нейросеть не создаёт что-то новое, а берёт данные из своей базы данных и генерирует изображение на их основе.

Можно с точностью сказать, что нейросетью будут заменены те, кто повторяет стили и подходы к творчеству у других художников, кто делает изо

дня в день повторять одну и ту же работу, пишет один и тот же текст, заменяя в нём лишь пару слов.

Если вам нужно изображение на определенную тему, и вам не важны детали, то нейросеть превосходно справится с данной задачей и выдаст несколько подходящих примеров. Однако когда же дело доходит до более серьёзных проектов, где необходимы новые идеи и определённые образы, нейросеть вряд ли сможет дать вам то, чего вы хотите. В последнем случае нейросеть может лишь помочь реальному художнику, набросав необходимый эскиз.

Для наглядности было дано задание для художника и нейросети (Маленькая девочка в шали смотрит на падающие снежинки, новогоднее волшебство кругом и она с горящими глазами в предвкушении волшебства и чуда, щеки красные, смотрит широко раскрытыми глазами, слегка улыбается, кутает, серая шаль полностью закрывает одежду):



*Рис. 1. Работа художника*



*Рис. 2. Работа нейросети Leonardo.ai*

Подводя итоги, можно сказать, что сегодня искусственные нейросети все больше занимают наше пространство как в повседневной жизни, когда мы пишем запрос на поиск интересующей нас информации в сети Интернет, так для решения глобальных задач. Использование искусственного интеллекта способствует технологическому прорыву в различных типах данных (изображений, текста, картографических) и несомненно обладает неограниченными возможностями для хранения и доступа к таким данным, однако говорить о полном замещении «цифры» и человека нельзя. Какая бы сфера не была, она всегда будет подразумевать человеческий контроль. Внедрение нейросетей приводит к постепенному умиранию целого ряда профессий на рынке труда, но вместе с тем растет спрос на новые квалифицированные кадры и профессии будущего - проектировщиков автоматизированных систем и программистов.

### **Библиографический список**

1. Цветкова, Л.А. Технологии искусственного интеллекта как фактор цифровизации экономики России и мира // Экономические науки. – 2017. – Т. 3. – № 2.

2. Шатыло, Д.М., Крайнова, В.Е., Скурыдин, А.В. Тенденции развития искусственных нейронных сетей в цифровой экономике // ЭКОНОМИНФО. Информационные технологии в управлении предприятии. – 2018. – Т. 15.

3. Нейронная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://clck.ru/MqUiq>.

4. Leonardo.ai – нейросеть для изображений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://app.leonardo.ai>.

5. Текстовая нейросеть ChatGPT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chat.openai.com/chat>.

© Туктамышев Т.З., Кутлов С.В., 2023

О.С. ТУРИЛОВА

*ek-173@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. И.В. ДЕГТЯРЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЯ ЕДИНОГО НАЛОГОВОГО СЧЕТА**

*Аннотация:* проблема упрощения исполнения обязанности налогоплательщиками является всегда актуальной для налоговой системы. В данной статье рассмотрена сущность единого налогового счета и его преимущества по отношению к предыдущей системе уплаты налогов. В ходе анализа были сделаны выводы о положительных и отрицательных моментах единого налогового счета.

*Ключевые слова:* единый налоговый счет, единый налоговый платеж, возврат переплаты, утеряннные платежи, уплата налогов, уведомление об исчисленных суммах.

Без налоговой системы не может существовать и функционировать ни одно государство. Это обусловлено тем, что для осуществления многих функций государства необходимы средства, которые формируются благодаря налоговым поступлениям. Для того, чтобы налоговая система работала эффективно, а также своевременно и разумно реагировала на происходящие изменения необходим ее контроль и регулирование. Это управление, осуществляемое на государственном уровне, является налоговым администрированием [3].

Проблема упрощения исполнения обязанности налогоплательщиками является всегда актуальной для налоговой системы. Одним из способов ее решения было введение института «единого налогового счета». Целью данной статьи является анализ преимуществ единого налогового счета, над предыдущей системой уплаты налогов.

С 01 января 2023 года все налогоплательщики (физические лица, индивидуальные предприниматели, юридические лица) перешли на единый налоговый счет (далее ЕНС). Отказаться от нового порядка нельзя, он является обязательным.

Что же такое ЕНС? Единый налоговый счет – это новый способ учета начисленных и уплаченных налогов и взносов. ЕНС пополняется с помощью единого налогового платежа (далее ЕНП) до срока уплаты налогов. Поступившая сумма распределяется между обязательствами налогоплательщика [4].

Иными словами, единым налоговым счетом является виртуальный кошелек налогоплательщика, из которого налоговая инспекция списывает

денежную сумму для погашения его задолженности. Таким образом у налогоплательщика образуется сальдо: положительное (переплата), отрицательное (задолженность), или нулевое.

Денежные средства, для погашения задолженности списываются в строгой последовательности:

- недоимка по НДФЛ;
- НДФЛ;
- недоимки по иным налогам и сборам;
- текущие платежи по налогам, сборам, взносам;
- пени;
- проценты;
- штрафы;

В первую очередь будет зачислен платеж, который по срокам погашения обязательств образовывается раньше других. При недостатке денежных средств и совпадении сроков уплаты сумма будет пропорционально распределена между платежами в соответствующей последовательности [2].

Перед ЦА ФНС России при внедрении ЕНС стояла задача решения проблемы утерянных платежей. Ранее каждый платеж выполнялся путем зачисления денежных средств на конкретные реквизиты, если же налогоплательщик допустил ошибку в указании реквизитов ему необходимо было писать заявление на розыск платежа. Если розыск платежа не будет осуществлен до конца срока уплаты, для того чтобы не начислялись пени, налогоплательщику необходимо внести повторно оплату на верные реквизиты, а затем после осуществления розыска платежа необходимо было писать заявление на возврат или зачет переплаты.

Весь этот процесс доставлял множество неудобств налогоплательщикам. Во-первых, налогоплательщику необходимо писать заявления для решения своей проблемы и ожидать срок их рассмотрения, что также могло привести к лишним денежным расходам. Во-вторых, в худшем случае налогоплательщик мог не знать о том, что он перевел денежные средства на неверные реквизиты и у него образовывалась задолженность, информация о которой даже могла быть передана судебным приставам. Таким образом у него образовывалась и переплата и задолженность.

Также была актуальна проблема возврата переплаты. Если налогоплательщик не писал заявления на возврат или зачет переплаты в счет уплаты других налогов, то с ней ничего не происходило, а по истечению трех лет эту переплату вернуть было уже нельзя, только путем судебных разбирательств. После внедрения единого налогового счета эта проблема стала решаемой. Во-первых, появилась возможность вернуть переплату, которая образовалась более трех лет назад. Во-вторых, процесс зачета переплаты стал автоматизированным, то есть если у налогоплательщика есть переплата и при этом образовывается задолженность, то налоговая служба автоматически произведет зачет переплаты в счет погашения задолженности.

Выделим основные плюсы внедрения ЕНС:

- простота в оформлении платежей и общие реквизиты для всех налогов и сборов (самое главное не ошибиться при вводе своего ИНН!);
- единый срок для сдачи отчетности (25 число месяца) и уплаты налогов (28 число месяца);
- быстрый возврат переплаты;
- разблокировка счета за 1 день;

Несмотря на положительные моменты внедрения ЕНС, у данной системы имеются следующие недостатки:

- если на счету налогоплательщика недостаточно средств для погашения всей задолженности, то он не может выбрать какую задолженность необходимо погасить в первую очередь. Этот процесс автоматизирован и денежные средства списываются в строгой последовательности, на это повлиять никак нельзя;
- в налоговые органы необходимо предоставлять больше отчетности. Это связано с тем, что нужно подавать уведомление о рассчитанных суммах налогов, если по какому-либо виду налога не подается декларация;
- налогоплательщикам необходимо отслеживать, правильно ли с ЕНС были распределены денежные средства по всем налогам и взносам, а если была допущена ошибка, то необходимо обращаться в налоговые органы [1].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать следующий вывод. Причинами внедрения единого налогового счета была проблема утеранных платежей из-за ввода некорректных реквизитов, упрощение возврата переплаты и способа оплаты налогов.

Введение единого налогового счета будет благоприятствовать повышению качества процедуры уплаты налогов. Это связано с тем, что налогоплательщикам не нужно будет заполнять платежные поручения и выполнять проверку необходимых реквизитов, что является большим плюсом. В то же время, в силу выявленных недостатков данная система нуждается в совершенствовании.

### **Библиографический список**

1. Единый налоговый счет с 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://nalog-nalog.ru/uplata\\_nalogov/edinyjnalogovyj-schet-s-2023-goda/#item-4](https://nalog-nalog.ru/uplata_nalogov/edinyjnalogovyj-schet-s-2023-goda/#item-4).
2. Неуступова, А.С., Кузнецова, (Чернышева) В. П. Единый налоговый счет для бизнеса // Современные проблемы инновационной экономики. – 2023. – № 9. – С. 331–334.
3. Что включает в себя налоговое администрирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://nalognalog.ru/nalogovaya\\_sistema\\_rf/chto\\_vklyuchaet\\_v\\_sebya\\_nalogovoe\\_administrirovanie/](https://nalognalog.ru/nalogovaya_sistema_rf/chto_vklyuchaet_v_sebya_nalogovoe_administrirovanie/).
4. Единый налоговый счет (ЕНС). Новый порядок учета начислений и платежей по налогам и страховым взносам с 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/ens/>.

© Турилова О.С., 2023



Г.И. ФАТКУЛЛИНА

*guldar\_fatkullina@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. И.В. ДЕГТЯРЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ГОРОДА КАК ЦЕНТРЫ ЦИКЛИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ РФ

*Аннотация:* в статье рассмотрена роль «города» в рамках циклической экономики; проведен анализ открывающихся возможностей на примере городов, где циклическая экономика уже успешно функционирует и предложены стратегии для развития российских городов как центров циклической экономики в стране.

*Ключевые слова:* циклическая экономика; город; экономика замкнутого цикла; экология; инфраструктура.

Циклическая экономика представляет собой тип экономики, в котором продукт на каждом этапе его производства позволяет продлить срок его использования. Большинство экономик могут быть описаны линейной моделью, которая характеризуется ресурсами, сырьем, производством, продажей, использованием и, наконец, сжиганием или захоронением продукта. В отличие от нее циклическая модель предлагает на каждом из этапов линейной модели применить принципы биоцикла, переработки, восстановления, повторного использования и ремонта, что экономит затрачиваемые на производство ресурсы (рис. 1).

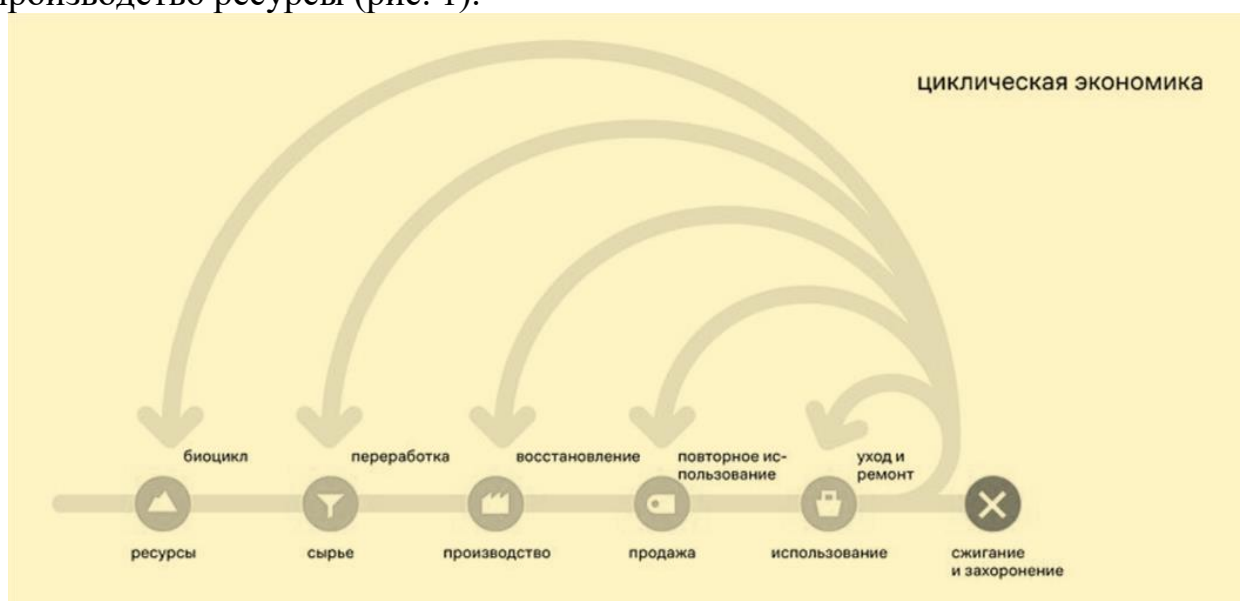


Рис. 1. Циклическая модель экономики [1]

Целью статьи является разработка предложений по созданию и развитию городов в России, как центров циклической экономики. Именно в городах интенсивно развивается инфраструктура и внедряются инновации.

Задачи:

- 1) определить понятие «город» в циклической экономике;
- 2) рассмотреть примеры городов, развитых в сфере замкнутых циклов;
- 3) разработать предложения и стратегии по развитию городов, как центров циклической экономики.

Город – это населенный пункт, большинство жителей которого занято в промышленности, науке, торговле и связанных с ними отраслях, обладающий индустриальным потенциалом [2]. В городах сосредоточено больше половины населения планеты. Миграция населения из деревень в города будет продолжаться. Прогнозируют, что к 2050 году число мигрантов в развитых странах достигнет 86,2% населения. В России на ноябрь 2022 года эта цифра составляла более 75%. Это влияет на экономическое развитие страны, воздействует на демографические и социокультурные сферы общественной жизни. В связи с большим количеством людей город становится местом производства огромного количества отходов и потребления энергии. Так, города со всей планеты потребляют 80% энергии и производят 75% выбросов парниковых газов [3]. Огромные масштабы выбросов негативно сказываются на экологической составляющей планеты, в особенности на изменении климата.

Города быстро приспосабливаются к изменениям, так как сферы науки и образования, культуры и искусства, работы и разной иной деятельности соединяются на одной территории. Следовательно, использование ресурсов может быть рационализировано, а методы эффективного использования внедрены в бизнес и повседневную жизнь каждого горожанина. Для бизнеса это возможности снизить затраты на сырье, логистику, управление объемами отходов и другие статьи затрат, для горожанина – экономить на затратах домохозяйства. Также город как центр циклической экономики рассматривается как главный объект внедрения технологий и инноваций в быт населения.

К городам, в которых развита циклическая экономика относят, прежде всего, Амстердам. В столице Нидерландов есть система под названием «City Circle Scan» – система анализа ситуации в городе. Благодаря системе рассчитываются наиболее благоприятные области для перехода к замкнутому циклу на уровне города. Изначально власти Амстердама сделали акцент на строительной отрасли, которая должна была принести 85 млн евро, получив прибыль благодаря переходу на органические материалы из произведенных городом отходов и за счет оптимизации издержек производства через перенаправление потоков для повторного использования, обновления в процессах. Также это помогло развить отечественный рынок стройматериалов, со временем развивая импорт своей продукции. Несомненно, возможности рынка создают новые рабочие места, новые идеи для бизнеса и новые решения в сфере экологизации процессов городов. К 2050 году Амстердам готовится к

переходу на безотходное функционирование. Так, совместное стремление государства, бизнеса и населения смогли привести Амстердам к порождению новых видов городов и помогли ему стать первым в мире городом с развитым замкнутым экономическим циклом распределения отходов.

К 2020 году Москва перешла к новой концепции управления обращения с отходами. Эта концепция состояла из управления твердыми коммунальными отходами (ТКО) на основе экономики замкнутого цикла, стимулирования производства за счет вторичных материальных ресурсов, внедрения раздельного сбора ТКО, развития экопромышленных парков, создания единой государственной информационной системы учета отходов, продвижения идеи просвещения населения всех возрастов по вопросам сохранения экологии [4]. На данный момент в городе Москва наиболее развита инфраструктура для экономики замкнутого цикла: власти города поддерживают экологические инициативы и отвечают за системы вывоза и управления отходами, бизнес занимается сбором и утилизацией отходов, домохозяйства занимаются раздельным сбором отходов. К сожалению, в других городах страны решительных мер по созданию центра циклической экономики не были приняты. Этот подход поможет сделать город более экологичным и развитым, для этого требуется больше времени и работы с экологизацией города.

К сожалению, в России, разрабатывая новые программы внедрения экономики замкнутого цикла привыкли бороться с последствиями проблем, а не с их причинами. Прежде всего, стоит провести детальный метаболический анализ потока материалов, благодаря которому выстраиваются циклические стратегии городов. Эта мера наиболее актуальна, так как в российских городах такой анализ не применялся ранее. Основываясь на опыте зарубежных стран, можно предложить следующие стратегии развития городов, как центров циклической экономики:

1. Продвижение развития инфраструктуры в городах как средства привлечения инвестиций и создания новых рабочих мест, включая строительство и модернизацию дорог, магистралей, аэропортов, железных дорог и улучшение общественного транспорта.

2. Внедрение образовательных программ для подготовки и переподготовки кадров в областях, связанных с индустрией замкнутого цикла, с целью формирования высококвалифицированных специалистов, способных поддерживать рост и инновации в соответствующих сферах.

3. Создание благоприятных условий и льгот для инвесторов, а также разработка эффективных механизмов и инструментов для привлечения капитала на местном и международном уровнях, необходимых для развития центров циклической экономики.

4. Поддержка и стимулирование научных исследований и разработок в области циклической экономики через создание научных исследовательских центров, финансирование программ инноваций и стартапов, что способствует диверсификации экономики и развитию новых рынков.

5. Укрепление взаимодействия и сотрудничества между российскими городами с целью достижения синергии и общих выгод. Обмен знаний, передача опыта, объединение ресурсов и совместные проекты способствуют более эффективному развитию индустрии замкнутого цикла в стране.

Все предложенные стратегии могут быть действенны лишь в совокупности. Стоит отметить, что в целях развития рыночной экономики и в то же время сохранения экологической целостности планеты, властям следует создать некие условия для запуска процесса использования отходов во вторичном его производстве. Одним из вариантов стимулирования бизнеса к развитию экологических инициатив является фискальная политика. Целесообразные и грамотно выстроенные стратегии развития городов в перспективе смогут обеспечить эффективные и безопасные условия жизни каждого человека.

### Библиографический список

1. Как построить город без отходов. // Goethe-Institut [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/kul/sup/ncs/nsg/22166195.html> (дата обращения: 20.10.2023).

2. Заборова, Е. Н. Управление городом / Е.Н. Заборова. – 3-е изд., испр. – Санкт-Петербург: Лань, 2023. – С. 21. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/284183> (дата обращения: 22.10.2023).

3. Города как центры циклической экономики // Ecowiki.ru – «зеленая» поисковая система с обучающим функционалом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lk.ecowiki.ru/education/economy/mod8/134/#block187> (дата обращения: 22.10.2023).

4. Горожане и город: исследования, оценки, дискуссии: материалы конференции: в 3 томах / составители А.Н. Букина, Е.Ю. Колетвинова ; под редакцией А.А. Александрова. – М.: МГУУ Правительства Москвы, 2023. – Том 2: материалы 6-й научно-практической конференции студентов и аспирантов Университета Правительства Москвы (9 апреля 2020 г.). – С. 169. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/338768> (дата обращения: 23.10.2023).

© Фаткуллина Г.И., 2023

А.А. ФИОНИНА

*finick.fionina@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.Ю. ХАНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ**

*Аннотация:* статья рассматривает влияние санкций на экономику России. Благодаря мерам правительства и притоку доходов от экспорта экономика смогла сохраниться без коллапса. Санкции привели к уходу иностранных компаний, но также способствовали росту отечественных производств. Россия сумела сохранить свои позиции на мировом энергетическом рынке благодаря адаптации и поддержке правительства.

*Ключевые слова:* экономические санкции, импортозамещение, политики импортозамещения.

В начале СВО эксперты предрекали российской экономике глубокий кризис с возможным банковским кризисом и тяжелой рецессией. Однако российские власти предприняли беспрецедентные меры, чтобы сохранить как можно больше валюты внутри страны и не допустить «набега» на банки. Кроме того, большой приток доходов от экспорта помог поддержать экономику, практически не влияя на экспорт углеводородов, что было связано с изменением направления потоков на Китай и другие азиатские и восточные страны [3].

К концу марта притока доходов от экспорта хватило для покрытия всех текущих потребностей в иностранной валюте, и российская экономика была наводнена деньгами от экспорта нефти и газа [2]. Импорт начал снижаться из-за санкций и самостоятельного ухода иностранных компаний с российского рынка, что привело к значительному падению импорта из стран, на долю которых приходится три четверти внешнеторгового оборота России.

Ситуация в российской экономике в 2022 году была уникальной по международным историческим аналогиям, без коллапса, несмотря на наводнение экономики деньгами от экспортных «излишков». Экономисты изначально прогнозировали значительное снижение ВВП, но допустили аналитические ошибки, экстраполируя опыт более ранних санкций и сравнивая ожидаемый эффект с влиянием более ранних санкций на Иран. Российская траектория была ближе к опыту Южной Африки 1980-х годов с небольшим падением деловой активности, снижением конкуренции из-за ухода иностранных игроков и ростом прибыли без повышения производительности.

Влияние санкций на экономику зависит от различных факторов, таких как устойчивость страны, диверсификация и способность к адаптации. Российский

опыт показывает, что влияние санкций можно смягчить нетрадиционными мерами и что исторические аналогии могут ввести в заблуждение.

Кроме того, правительство России приняло ряд мер по поддержке экономики в санкционный период. Центральный банк России ввел ряд мер по поддержке финансового сектора, в том числе предоставление поддержки ликвидности банкам и поддержание процентных ставок на высоком уровне для предотвращения набега на рубль.

Правительство также ввело ряд мер по поддержке бизнеса и физических лиц, пострадавших от санкций. Эти меры включали субсидирование пострадавших отраслей, налоговые льготы для компаний, работающих в определенных регионах, и увеличение социальных расходов для поддержки тех, кто потерял работу.

Одним из неожиданных последствий санкций стал рост отечественных производств, которым ранее приходилось конкурировать с зарубежным импортом. Например, российский аграрный сектор получил импульс в результате политики импортозамещения, а производство товаров, ранее импортируемых с Запада, таких как электроника и техника, увеличилось.

Несмотря на санкции, России удалось сохранить свои позиции одной из крупнейших экономик мира и крупного игрока на мировом энергетическом рынке. Во многом это произошло благодаря способности страны приспосабливаться к меняющимся обстоятельствам, стойкости российского народа и поддержке правительства.

В заключение можно сказать, что влияние санкций на экономику страны может быть значительным, но оно зависит от целого ряда факторов, в том числе от типа введенных санкций, уровня экономической интеграции страны с остальным миром и устойчивости экономики страны. В случае России влияние санкций было значительным, но страна смогла адаптироваться и сохранить свои позиции крупного игрока в мировой экономике.

### **Библиографический список**

1. Табах, А., Подругина, А. Санкциномика: развилки, коридоры и выходы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/sancinomics\\_2022/](https://raexpert.ru/researches/sancinomics_2022/)
2. Джураев, А.Д., Скляр, В.Д., Янковский, П.С. Экономические санкции 2022 года в отношении России: принятые решения, последствия и перспективы // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 6-1 (88). – С. 133–136. – DOI: 10.24412/2411-0450-2022-6-1-133-136
3. Санкции – 2022. Первые итоги: российский сырьевой сектор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru/analitika/sankcii-2022-pervye-itogi-rossijskij-syrevoj-sektor>.

© Фиолина А.А., 2023

И.А. ХАЙРУТДИНОВ

*KhairytdinovI@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. И.В. ДЕГТЯРЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЛОВОГО ЦИКЛА НОРДХАУСА. КРАТКИЙ ОБЗОР ПРЕДПОСЫЛОК, КРИТИКИ И ОГРАНИЧЕНИЙ**

*Аннотация:* в настоящей статье автор тезисно представляет содержание, предпосылки возникновения, критику и основные институциональные ограничения теории политического делового цикла, выявленные за почти полувековую историю, и делает вывод об актуальности заложенной в ней основной идеи в настоящее время.

*Ключевые слова:* политический деловой цикл; политический бизнес цикл; У. Нордхаус; экономическая политика.

В 1975 году Уильям Нордхаус опубликовал свою работу «Политический деловой цикл» (The Political business cycle [1]), где впервые формализовал одноименную теорию о том, что макроэкономические показатели (в частности уровень инфляции и безработицы) формируются под влиянием главной политической цели действующих властей – быть избранными вновь.

До выхода работы Нордхауса государство воспринималось как экзогенный «макрорегулятор», стремящийся к максимизации благосостояния общества, представляющего из себя сумму благосостояний экономических агентов. В противовес этому в теории Нордхауса главная цель действующих властей – добиться своего переизбрания, получив максимальное количество голосов избирателей. Наиболее важный макроэкономический показатель для избирателей, согласно его теории, – уровень безработицы, что стимулирует политиков (руководствующихся кривой Филлипа и использующих инструменты денежно-кредитной политики) поощрять в предвыборный период высокую инфляцию, что приводит к низкой безработице. Достигнув своего избрания власти начинают бороться с инфляцией, что приводит к росту уровня безработицы. Таким образом возникает деловой цикл: периоды перед выборами должны характеризоваться ростом экономики, периоды после выборов – рецессией [2].

Математически теория упрощенно выглядит следующим образом [3]:

$$V_t = c - d\pi_t^2 - k(u_t - u^*) \quad (1)$$

В (1)  $V_t$  – максимизируемая правительством функция количества голосов;  $\pi_t$  – фактический уровень инфляции;  $u_t$  – фактический уровень безработицы;

$i^*$  – оптимальный для экономики уровень безработицы;  $d, k$  – коэффициенты «недовольства» избирателей уровнем инфляции и безработицы, соответственно.

Функция (1) максимизируется при нулевом уровне инфляции и оптимальном для экономики уровне безработицы.

Важным элементом теории Нордхауса является гипотеза о нерациональности избирателей: они оценивают действующие власти только по текущим предвыборным экономическим показателям (в частности по уровню безработицы), «забывая» о предвыборных периодах и не прогнозируя поведение правительства после выборов.

Нордхаус не был первым, кто предположил, что действующие власти могут манипулировать экономикой для достижения собственных политических целей, но именно его работа вызвала широкий резонанс (в том числе резкую критику) со стороны экономистов и политологов. Среди причин, обеспечивших успех статьи, необходимо отметить, что Нордхаус своей работой дополняет труды предшественников (в частности, предлагает относительно простую математическую формализацию сложного политико-экономического процесса) и сопутствующий выходу статьи интерес научного сообщества того времени к теме деловых циклов. Однако, ключевая причина большого внимания к работе Нордхауса – контекст общественной жизни США начала 70-х годов:

1. Уотергейтский скандал, пошатнувший доверие граждан США к властям. Среди прочего доступны материалы свидетельствующие о давлении администрации Президента Ричарда Никсона на Федеральную резервную систему США с целью проведения последней стимулирующей монетарной политики перед президентскими выборами [4].

2. Макроэкономическая нестабильность (как одно из следствий лоббируемой Никсоном стимулирующей монетарной политики). Так за три года второго президентского срока Никсона инфляция выросла с 3,3 до 11,8%, а безработица удвоилась.

Эти же события по мнению отдельных авторов стали причиной рождения теории политического делового цикла Нордхауса [5].

Как было отмечено ранее критика работы Нордхауса была всесторонней, но особенно стоит отметить следующие направления:

1. Гетерогенность предпочтений инфляции и безработицы между избирателями, в частности, в зависимости от партийной принадлежности (еще Нордхаус предвидя эту дискуссию писал, что «Вероятно, будет правильным сказать, что в Соединенных Штатах республиканцы неизменно были больше обеспокоены инфляцией, а демократы – безработицей»). Предположение о неоднородности предпочтений избирателей (что, в том числе, коррелирует с принадлежностью их к той или иной партии) легло в основу сформулированной Гиббсом теории «партийных циклов» [6]: избиратели имеют разные предпочтения, и, соответственно, партии с разными электоральными базами, стремятся к разным целевым предвыборным уровням инфляции/безработицы на кривой Филлипса. Консервативные партии склонны к более низкому уровню



инфляции (высокому уровню безработицы), либеральные к более высокому уровню инфляции (низкому уровню безработицы). Смена партии у власти приводит к возникновению «партийного цикла».

2. Рациональность избирателей. В том же 1975 году была опубликована статья Т. Сарджента и Н. Уолеса [7], положившая начало так называемой революции рациональных ожиданий, и должна была разрушить фундамент политических деловых циклов (гипотезу о нерациональности избирателей).

Спустя более чем 10 лет появились работы синтезирующие теорию политических деловых циклов Нордхауса и теорию рациональных ожиданий: К. Рогофф и А. Сиберт [8] исследовали проблему роста государственных расходов (вместо уровня инфляции/безработицы), заменив гипотезу о нерациональности избирателей временной асимметрией информации между избирателями и правительством: избиратели рациональны, но не обладают полной информацией о компетентности правительства. Компетентность правительства оценивается через способность обеспечивать благосостояние избирателей. Проводя несбалансированную бюджетную политику (превышение расходов над доходами, рост дефицита бюджета), правительство создает иллюзию процветания до тех пор, пока избиратели не поймут, что растущий дефицит бюджета должен быть каким-то образом компенсирован.

3. Возможность прямого управления уровнем инфляции и безработицы. Поскольку инфляция и безработица (результаты экономической политики) не находятся под прямым контролем правительства, можно предположить, что гораздо более оперативным и простым способом получения голосов избирателей станет стимулирование через повышение располагаемых доходов населения, путем роста трансфертов и снижения налоговой нагрузки (т. е. инструментов экономической политики). Эмпирические тесты в инструментах экономической политики показывают гораздо более убедительные результаты существования политических деловых циклов.

4. Влияние текущей (благоприятной) политической и экономической конъюнктуры. Многие ученые обращали внимание на то, что благоприятная конъюнктура, гарантирующая переизбрание текущего правительства, избавляет последнее от необходимости «запускать» политический деловой цикл. Для оценки вероятности победы ученые отдавали предпочтение исследованию двух переменных:

- уровень популярности, измеряемый как разница в популярности между правящей партией и основной оппозиционной партией;
- уровень конкуренции на выборах, в частности, У. Бабер и П. Сен [9] показали, что вероятность манипуляции в США выше в штатах с высоким уровнем конкуренции.

Однако, необходимо помнить, что вероятность проигрыша на выборах является лишь одним из аспектов конъюнктуры наряду с такими факторами как идеология партии у власти (консервативная или либеральная), единства правительства (более фрагментированные правительства менее способны к инициированию политического делового цикла из-за издержек координации) и

степени поляризации между инкумбентом и претендентом (чем выше поляризация, тем выше вероятность манипулирования со стороны инкумбента).

Важно также назвать отдельные институциональные аспекты, влияющие на применимость теории политического делового цикла (которые можно отнести скорее к институциональным особенностям, чем к критике):

1. Фактор экзогенности выборов. Согласно Нордхаусу политический календарь принимается как данность, при этом он отмечает, что ограничение по количеству сроков делает нецелесообразным инициацию политического делового цикла в последний срок, а более длительный срок полномочий снижает частоту политических деловых циклов. При этом ряд ученых отметили, что экзогенность не в полной мере справедлива для некоторых стран (например, Великобритания или Япония), где правительства могут выбирать даты выборов в установленные законом интервалы. Это важная институциональная особенность, которая, в частности, позволяет назначать выборы в периоды экономического роста. И вместо подстройки экономики под график выборов происходит подстройка графика выборов под экономику, что однако приводит к тому же наблюдаемому результату: период экономического роста совпадает с выборами.

2. Действующая политическая система, режим. Наиболее интересующими исследователей направлениями было сравнение авторитарных режимов с демократиями, новых демократий с устоявшимися демократическими режимами. Логично предположить, что в авторитарных системах, где нет политической конкуренции, нет необходимости в политических деловых циклах. Однако, эмпирические исследования показывают, что даже в недемократических системах встречаются политические деловые циклы. Устоявшиеся демократии считаются более устойчивыми к возникновению политических деловых циклов, чем новые. В первую очередь это связывается с развитыми институтами, прозрачностью властей и свободой СМИ.

3. Экономические и другие ограничения. Согласно теории Нордхауса основным объектом воздействия правительства является инфляция, что на практике должно быть невозможно из-за провозглашаемой центральными банками независимости от правительства. Однако, фактически дела обстоят иначе и монетарные власти, кроме того, что они назначаются политическими властями страны, испытывают на себе прямое или косвенное (через СМИ) давление правительства. Помимо независимого Центрального банка в качестве монетарного ограничения рассматривается фиксированный валютный курс (который затрудняет проведение автономной денежно-кредитной политики). Отдельно стоит отметить немонетарные ограничения, такие как требования к сбалансированности бюджета, потолок госдолга, относительно независимый министр финансов, сдержки и противовесы политической системы и т. д.

Вывод: теория Нордхауса, в наше время, по общему мнению, считается устаревшей, используемые предпосылки показали свою уязвимость для критики, а сам Уильям Нордхаус отмечен Нобелевской премией по экономике не за исследование политических циклов, а за инновации в теории

экономического роста, но безусловно – концепция манипулирования экономикой для достижения политических целей, ставшая новаторской почти 50 лет назад, остается актуальной и сейчас.

### Библиографический список

1. Nordhaus, W. D., The Political business cycle / W. D. Nordhaus // *Review of Economic Studies*. – 1975. – Vol. 42. – №2. – P. 169–190.

2. Dubois, E., Political business cycles 40 years after Nordhaus / E. Dubois // *Public Choice*. – 2016. – Vol. 166. – № 1–2. – P. 235–259.

3. Туманова, Е.А., Макроэкономика. Элементы продвинутого уровня: учебник / Е.А. Туманова, Н.Л. Шагас. – Москва : ИНФРА-М, 2004. – 400 с. – ISBN 5-16-001864-6.

4. Ильинский, А.И. Теория политических деловых циклов и манипуляционная монетарная политика / А.И. Ильинский // *Гуманитарная теория в интеллектуальном поиске*. – 2015. – № 4(20). – С. 53–60.

5. Heckelman, Jac. Historical Political Business Cycles in the United States / Jac. Heckelman. R. Whaples // *EH. Net Encyclopedia*. – 2001. – Режим доступа: <http://eh.net/encyclopedia/historical-political-business-cycles-in-the-united-states/> (дата обращения: 20.10.2023).

6. Hibbs, D. A., Political parties and macroeconomic policy / D. A. Hibbs // *American Political Science Review*. – 1977. – Vol. 71. – №4. – P. 1467–1487.

7. Sargent, T. J., Rational expectations, the optimal monetary instrument and the optimal money supply rule. / T. J. Sargent, N. Wallace // *Journal of Political Economy*. – 1975. – Vol. 83. – № 2. – P. 241–254.

8. Rogoff, K., Elections and macro-economic policy cycle / K. Rogoff, A. Sibert // *Review of Economic Studies*. – 1988. – Vol. 55. – № 1. – P. 1–16.

9. Baber, W. R., The political process and the use of debt financing by State governments. / W. R. Baber, P. K. Sen // *Public Choice*. – 1986. – Vol. 48. – № 3. – P. 201–215.

© Хайрутдинов И.А., 2023

УДК 336.143.2 + 332.624

М.Д. ШПИЛЕНКО

*maxspilya@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук. А.А. БОКАНОВ

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

## **ВЛИЯНИЕ БЮДЖЕТНОЙ И НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ**

*Аннотация:* цель статьи заключается в рассмотрении величины влияния бюджетной и налоговой политики на рынок жилой недвижимости в Российской Федерации на современном этапе. Изучено как в исторической ретроспективе архитектурный облик городов зависел от налогов. Проведен анализ объема влияния обоих видов политики на спрос и предложение на рынке недвижимости России. Предложена мера по снижению повышенного влияния программы льготного ипотечного кредитования.

*Ключевые слова:* государство; земля; бюджетная политика; налог; первичная недвижимость; льготная ипотека; застройщик; спрос; предложение; обрушение; адресное субсидирование.

В современном мире существует большое количество разновидностей налогов на недвижимость, государственных программ, нормативно правовых актов и других фискальных, регулирующих и распределительных экономических инструментов для влияния, изменения и последующего контроля за рынком недвижимости в стране. Это - привычная для нас система, при которой государство получает налоги на имущество от общества, появилась еще в Древнем Риме: где был первый налог на земельное наследство в размере 5%.

Но с появлением налогов общество стало искать способы как можно на них сэкономить, ведь не зря еще в 1819 году экономист Давид Рикардо говорил: «Самым лучшим налогом является наименьший налог». Сейчас мы смело можем говорить о том, что люди во все времена старались свести свои уплаты в бюджет государства к минимуму различными методами. И большая часть общества сокращает этот вид расходов в рамках правового поля, ведь никто не хочет быть осужденным за неуплату.

В связи с этим сфера строительства жилой недвижимости в городах тесно переплетается с налоговой сферой. Многие градостроительные сооружения, здания, дома, которые являются историческим, концептуальным или эталонным объектом архитектуры стали такими, какими мы их видим сегодня именно благодаря тому, что строящий пытался получить финансовую выгоду от «законной неуплаты» части налоговых сборов.

Ярким примером могут служить красочные домики на берегах рек в странах Скандинавии: Нидерландах, Швеции или Норвегии. Они стоят настолько близко к друг другу, что имеют общие боковые стены, их ширина может быть около 4 метров, при этом, что в высоту дом может достигать 15–20 метров. Такая непропорциональность связана с тем, что высокая цена на землю в центре города не давала возможность купить «широкий» дом. Если говорить с математической точки зрения – мы должны получить максимальное  $m^3$ , задействовав наименьше возможное количество  $m^2$ .

Еще одним интересным примером вида налога может служить «налог на окна», который стал дополнением к «квартирному налогу» Франции конца 18 века. Наполеон I ввел такой налог не только на сами окна, но и на все внешние отверстия жилья. История предполагает должно было послужить не только усилением фискальной функции налогов, но и дополнительной мерой борьбы социального неравенства в обществе. Но народ Франции ушел от повышения налоговой нагрузки необычным способом. Люди стали строить двери, в которых проделывались равномерные отверстия, через которые проходил воздух и солнечные лучи. Впоследствии этот вид двери, получил название «французское окно».

Снижение налоговой нагрузки остается актуальным и сегодня, и, если мы посмотрим на современную столицу России – Москву, можно заметить, что все больше появляется небоскребов, множество высокоэтажных жилых комплексов и офисов. Застройщики (владельцы земельного участка) не хотят строить малоэтажные комплексы, обычно таковыми являются только ЖК бизнес-класса, цена за квадратный метр, в которых в 2023 году начинается от 700 тысяч рублей. Ведь как я и говорил выше: любой девелопер хочет получить максимально возможное количество квартир (т. е. потенциальной прибыли), заплатив минимальную стоимость за землю. Это можно сделать за счет увеличения цен на квартиры, но при этом варианте мы потеряем часть спроса, либо сокращением налогов на землю за счет владения небольшим земельным участком. Поэтому мы видим тенденцию увеличения средней высоты домов в Москве на 0.2%–0.3% практически ежегодно, начиная с 80-90-х годов. Теперь обратимся к современному рынку недвижимости нашей страны и разберем как на него влияет налоги и льготная ипотека.

В продолжении данной статьи изучим, как льготная ипотека повлияла на рынок недвижимости в России за последние годы. В 2019 году программа льготной ипотеки создавалась как антикризисная мера, облегчающая покупку жилья социально уязвимым слоям населения. По ней определенные категории граждан получают сниженную процентную ставку, увеличение срока кредита и субсидирование платежей. На первый взгляд это отличное решение, такая программа действительно поначалу положительно влияла на рынок недвижимости. Когда программа начала работать в полном объеме банки и застройщики смело называли ее самым высокоскоростным инструментом по увеличению спроса на жилье, ведь многие кто раньше не мог и задуматься о кредите на покупку квартиры пошли за ними в банки. Казалось бы, все просто,

ты даешь обществу весомые льготы – рынок недвижимости быстро и конкурентно развивается. Но если изучить суть таких субсидированных программ глубже, то мы увидим абсолютно иную картину.

Мной был составлена статистика доли льготной программы ипотеки в %ном и денежном эквиваленте относительно общего количества ипотечных кредитов всех типов за 2021–2023 года (рис. 1).



Рис. 1. Объем выданных ипотечных кредитов, млрд руб.

Сначала рассмотрим 2021 год: в нем общая сумма ипотечных кредитов была 5,716 триллионов рублей. Из них на долю льготной ипотеки попадало всего 27%. Но уже в 2022 году, доля ипотеки по льготной субсидированной программе выросла на 21% и тем самым составила 48%. То есть практически половину от суммы всех кредитов. Но если мы посмотрим на статистику первых 8 месяцев 2023 года, мы увидим, что в сумма средств по льготной субсидированной программе в денежном эквиваленте уже превысила показатель всего 2022 года более чем на 27 миллиардов рублей и составляет на данный момент 52% от всех выданных в 2023 году кредитов. То есть в этом году доля льготной программы на дистанции превышает долю всех остальных рыночных ипотечных кредитов. Если такая тенденция сохранится и дальше, то в скором времени взять рыночный кредит, который считается исходя из ключевой ставки рефинансирования, будет практически невозможно. Но большая часть населения не имеет льгот, как могло случиться такое перенасыщение рынка субсидированными программами? А произошло это из-за того, что спрос на квартиры по субсидированным программам увеличивался несмотря на кризис, рынок перенасыщался государственными деньгами, и цены на квартиры росли с учетом инфляции быстрее, чем доходы населения. Но не только галопирующий рост цен привел к понижению спроса на рынке, с появлением льготной ипотеки значительно возросло количество необеспеченных и не выплачиваемых кредитов. Часть тех людей, что обрела

возможность получить льготную ипотеку не рассчитала свои силы по выплате на длительной дистанции. Но спрос на обычные кредиты снижается с каждым днем, а многие застройщики все также увеличивают размер предложения, ведь они получили самого надежного инвестора своих проектов – государство. Поэтому на протяжении последних 2–3 лет рынок строящегося жилья растет, т. к. на данный момент льготную ипотеку может получить практически любой, но только на первичном рынке. А спрос на рынке вторичного жилья снижается. Подводя итог, к сожалению, сегодня рынок недвижимости искусственно поддерживается государством за счет субсидирования ставок по льготной ипотеке. Если данная «опора» исчезнет, то рынок недвижимости может ждать критическое обрушение, ведь размер спроса будет разительно отличаться от размера предложения на рынке. Понимая это, многие государственные структуры, такие как Центральный Банк, Счетная Палата, Правительство транслируют мысль о закрытии льготной программы и переход от нее на более узкие адресные.

В целом, льготная ипотека может быть более полезным инструментом для облегчения доступа к жилью в период кризисных ситуаций для социально уязвимых слоев населения, однако ее неконтролируемое влияние на рынок недвижимости может повлечь «перенасыщение» рынка и в последствии его обрушение.

Теперь изучим влияют ли налоги на имущество и землю на рынок недвижимости в России. Вспомним о том, что система налогообложения недвижимости включает в себя:

- 1) налог на имущество организаций;
- 2) налог на имущество физических лиц;
- 3) земельный налог.

Большинство объектов недвижимости облагается этими налогами на основании кадастровой стоимости объекта. Если же мы говорим конкретно про жилую недвижимость, то стоит рассмотреть пункт второй нашего списка налог на имущество физических лиц, также налог на роскошь внутри него и имущественный налоговый вычет. Рассуждая о имущественном налоге, может показаться, что он имеет существенное влияние на рынок недвижимости. Если такой налог будет на постоянной основе существенно увеличиваться – он приведет к росту расходов на владение и дальнейшее использование, что может отразиться на ценах на квартиры на вторичном рынке. А покупатели станут осмотрительнее подходить покупке, что может повлечь понижение спроса. Но в реалиях 2023 года, когда цены на квартиры растут, а покупка с помощью льготной ипотеки на первичном рынке ослабляет рынок вторичного жилья, у данного налога нет существенного влияния. Когда при стоимости квартиры в 10 млн рублей ставка налога составляет 0.1% (табл. 1), что равняется 10000 руб., ни продавец, ни покупатель не придаст этому высокого значения. Да, если рассматривать период, то в течение 2020–2023 года у ставок был небольшой рост. Пока кадастровая стоимость неизменна будет являться основой для

расчета сумм - налог на имущество никогда не будет являться инструментом регулирования рынка недвижимости.

Таблица 1

Ставки налогообложения при расчете исходя из кадастровой стоимости имущества

Объект налогообложения	Стоимость имущества	Налоговый кодекс – базовые ставки
Жилые помещения (квартиры, комнаты); жилые дома	– До 10 млн руб. (включительно); – свыше 10 млн руб. до 20 млн руб (включительно); – свыше 20 млн руб. до 50 млн руб (включительно); – свыше 50 млн руб. до 300 млн руб. (включительно)	0,1% (максимум 0,3%)
Объекты незавершенного строительства жилого назначения		0,1% (максимум 0,3%)
Гаражи, машино-места		0,1% (максимум 0,3%)
Хозяйственные строения на садовых/дачных участках, участках под ЛПХ и ИЖС, площадь каждого из которых не превышает 50 кв.м		0,1% (максимум 0,3%)
Административно-деловые и торговые центры, вошедшие в перечень объектов, определяемых правительством региона		2%
Объекты, стоимость которых превышает 300 млн руб.		2%
Остальные объекты		0,5%

Налоговый вычет также не является основополагающим фактором. Мы получаем его в размере НДФЛ по 13% за стоимость жилья + отделку квартиры и за ипотеку. Но так как есть определенные лимиты по выплатам – не более 650000 тысяч рублей, т. к. максимальная сумма для расчета вычета 2 млн руб. за стоимость + отделка и 3 млн руб. за ипотеку. При текущем росте цен продавцы и покупатели не обращают на это внимание.



Налог на роскошь (табл. 1). Приведу пример: 2% стоимости квартиры свыше 300 млн рублей, т. е. 6 млн рублей. На мой взгляд при такой высокой себестоимости покупатель не обратит на это внимания.

Да цены на недвижимость росли и растут, но никакие имущественные налоги или вычеты не могут повлиять на сложившуюся ситуацию. Есть большие поводы для роста, влияющие на рынок недвижимости России последних лет: максимизация прибыли застройщиков в условиях кризиса, недавняя пандемия, а самое главное рост ключевой ставки и уже давно продолжающаяся программа льготной ипотеки, деформирующая отношение здорового спроса к предложению.

Решение проблемы на мой взгляд простое – убрать льготную ипотеку из списка постоянных программ, а на ее место поставить адресное субсидирование. Я считаю оно более узко и целенаправленно будет обеспечивать доступным жильем, нуждающиеся в этом слое населения. При этом его количество на рынке недвижимости будет меньше размера льготной текущей программы, так как для получения адресной субсидии гражданин должен подать заявление и предоставить необходимые документы, подтверждающие его право на получение льгот. В последствии сами застройщики не смогут предоставлять льготные условия кредитования, в соответствии с законодательством, из-за чего спрос на рынке вторичной недвижимости будет расти. Это поможет выравнять количество предложения на рынке и распределить общий спрос на недвижимость.

#### **Библиографический список**

1. Ахмедова, Н.К. Льготная ипотека 2022 – новые условия / Н. К. Ахмедова // Вестник научной мысли. – 2022. – № 4. – С. 32–36.

2. «Золотая» недвижимость: почему растут цены и при чем здесь налоги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://garant.ru.turbopages.org/garant.ru/s/ia/opinion/author/zhelnin/1477134/> (дата обращения: 26.10.2023).

3. Ипотека в России: история и особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gorod.hse.ru/sourban/news/362708552.html> (дата обращения: 23.10.2023).

4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/) (дата обращения: 15.10.2021).

5. Обзор рынка ипотеки в августе 2023 года по версии Frank RG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://frankrg.com> (дата обращения: 25.10.2023).

6. Налоги, застывшие в камне, или след налогов в архитектуре и градостроительстве // Н.Н. Башкирова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nalogoved.ru/news/12524.html>. – (дата обращения: 23.10.2023).

7. Шурховецкий, М.Ю. Проблемы и перспективы ипотечного жилищного кредитования в России / М.Ю. Шурховецкий // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. – 2018. – Т. 14. – № 1-2(7). – С. 406–409.

© Шпиленко М.Д., 2023

Н.В. ЭЛОЯН, Р.М. КАКОСЬЯН  
*nane2001@bk.ru, rozalia-007@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Н.Н. БАШКИРОВА

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В НАЛОГОВОМ МОНИТОРИНГЕ ОБЪЕКТОВ ОБЛОЖЕНИЯ НАЛОГОМ НА ИМУЩЕСТВО**

*Аннотация:* статья посвящена популярному на сегодняшний день исследованию – применению информационных технологий. На современном этапе автоматизация процессов работы любой сферы деятельности занимает первостепенное значение в развитии общества. В данном исследовании предлагается применение передовых идей в налоговом контроле. Показан опыт применения нейронных сетей в зарубежной практике, рассмотрены проблемы и острые вопросы, касающиеся налога на имущество организаций в Российской Федерации. Предложены идеи применения информационных возможностей во избежание сокрытия имущества и недобросовестного поведения налогоплательщиков. Уникальность данной публикации заключается в новом предложенном алгоритме для искусственного интеллекта под названием «Налоговый мониторингPRO ИИ». Программа поможет предотвращать налоговые преступления и усовершенствовать процедуры налогового контроля, что, в свою очередь, способствует облегчению работы налоговых администраций.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект, налоговый мониторинг, налог на имущество, инновационные технологии, преступления в сфере налогообложения.

### **Введение**

Актуальность темы исследования продиктована современными тенденциями развития общества. Наш мир не стоит на месте и развивается ежесекундно. Рост цифровизации, применение передовых инновационных технологий, нейронных сетей уже не кажутся нам чем-то недостижимым, это наша реальность, которая стремительно адаптируется в жизни каждого человека. Сегодня машинное оборудование применяется практически во всех сферах деятельности. Написано огромное количество научной литературы, посвященной изучению цифровой трансформации. На протяжении всей жизни людям всегда интересно не до конца изведенное и новое. Автоматизация процессов волнует и привлекает общество и является главным предметом обсуждения в нынешнее время. Именно поэтому хочется уделить внимание

именно этой теме и применить технологии в налоговом законодательстве для облегчения рабочих процессов и устранения недостатков.

Использование искусственного интеллекта в налоговом мониторинге позволит проводить более глубокий и четкий анализ данных, автоматизировать процесс проверки налоговых деклараций и выявлять сложные налоговые схемы, которые могут использоваться для уклонения от уплаты налогов на имущество.

### **Опыт применения технологии искусственного интеллекта в зарубежных странах**

Во Франции использование дронов и нейросетей в налоговом контроле помогает выявить нарушителей, которые незаконно построили бассейн на своем участке, обходя требования разрешительной документации и уклоняясь от уплаты налогов на имущество.

За последние два года, во время пандемии коронавируса, было построено более 3 миллионов частных бассейнов. Особенно большую популярность они получили в 2020 и 2021 годах, когда люди проводили больше времени дома. Так как на строительство бассейнов во Франции взимается налог, некоторые владельцы домов стремятся скрыть факт их строительства от властей.

Дроны используются для проведения воздушной разведки и мониторинга территорий. Они оснащены специальными камерами, которые позволяют получать высококачественные изображения и видеозаписи. Эти данные передаются в центр управления, где нейросети анализируют полученную информацию.

Нейросети – это компьютерные системы, основанные на принципах искусственного интеллекта, способные обрабатывать и анализировать большие объемы данных. Они используются для распознавания специфических признаков и образцов, которые указывают на нарушения.

В данном случае, дроны с помощью нейросетей могут обнаружить бассейны на частных участках и сопоставить их с базой данных разрешительных документов. Если бассейн построен без соответствующего разрешения и налоги не были уплачены, система сигнализирует о нарушении.

Такой подход позволяет автоматизировать процесс контроля и сократить затраты времени и ресурсов налоговых органов. Он также способствует улучшению сбора налогов и соблюдению законодательства в области строительства и налогов.

Таким образом, использование данной инновационной технологии в налоговом контроле Франции доказывает свою эффективность в выявлении нарушений, связанных с незаконным строительством бассейнов и уклонением от уплаты налогов. Эта технология помогает обеспечить справедливость и исполнение налогового законодательства. Французские налоговые органы с помощью искусственного интеллекта обнаружили более 20 тысяч незарегистрированных частных бассейнов и выписали их владельцам штрафы на общую сумму €10 миллионов.

## Внедрение искусственного интеллекта в налоговое администрирование Российской Федерации

На сегодняшний день трудно представить современный мир без использования инноваций. Цифровизация проникла практически в каждую отрасль развития. Эффективным драйвером развития налогового администрирования в Российской Федерации может стать применение технологий искусственного интеллекта.

При помощи данного передового инструмента можно устранять неточности, связанные с реализацией механизма налогообложения недвижимости организаций.

Прежде всего необходимо отметить, что налог на имущество является неотъемлемой частью налоговой системы практически каждой страны, он играет одну из ключевых ролей в формировании региональных бюджетов. В Российской Федерации место имущественных налогов значительно ниже, чем у ряда других стран. Данным исследование налога на имущество организаций поможет выявить проблемы и предложить пути их решения благодаря применению новейшей технологии искусственного интеллекта.

Сначала проанализируем структуру доходов консолидированного бюджета Российской Федерации за 2021 и 2022 годы, обратившись к данным Росстата (рис. 1).

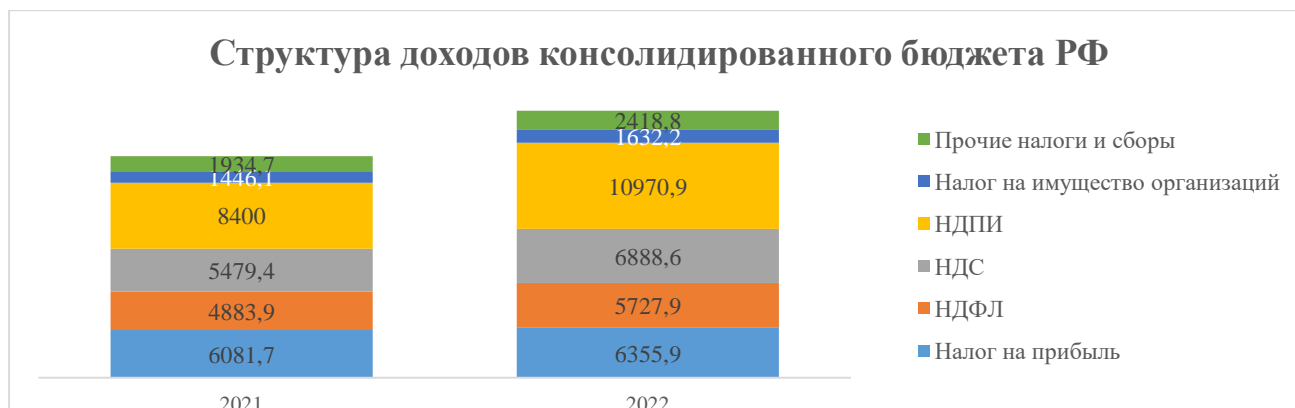


Рис. 1. Структура доходов консолидированного бюджета Российской Федерации за 2021 и 2022 годы\*

Источник: составлено авторами на основе данных Федеральной службы государственной статистики.

По данным, представленным в диаграмме, можно сделать вывод, что поступление налога на имущество организаций в консолидированный бюджет Российской Федерации довольно незначительное по сравнению с другими налогами. А это не может не свидетельствовать о том, что в нашем законодательстве есть определенные пробелы, которые требуют внимания и решения.

Также, хочется отметить, что в Российской Федерации не все налогоплательщики добросовестно исполняют свои обязанности. Более того, объем налоговой нагрузки достаточно большой, что, в свою очередь,

провоцирует налогоплательщиков умышленно уклоняться от уплаты налоговых платежей. Часто они уклоняются от ответственности путем непредоставления налоговой декларации или иных документов, предусмотренных законодательством РФ о налогах и сборах [2; ч. 1, ст. 199], включения в налоговую декларацию или иные документы заведомо ложных сведений [2; ч. 1, ст. 199], неисполнения в личных интересах обязанностей налогового агента [2; ч. 1, ст. 199], сокрытия денежных средств либо имущества организации или индивидуального предпринимателя, за счет которых должно производиться взыскание налогов и сборов [2; ст. 199.2].

По данным МВД Российской Федерации объем налоговых преступлений в 2022 году вырос по сравнению с предыдущим годом и составил почти 85 млрд рублей (рис. 2).



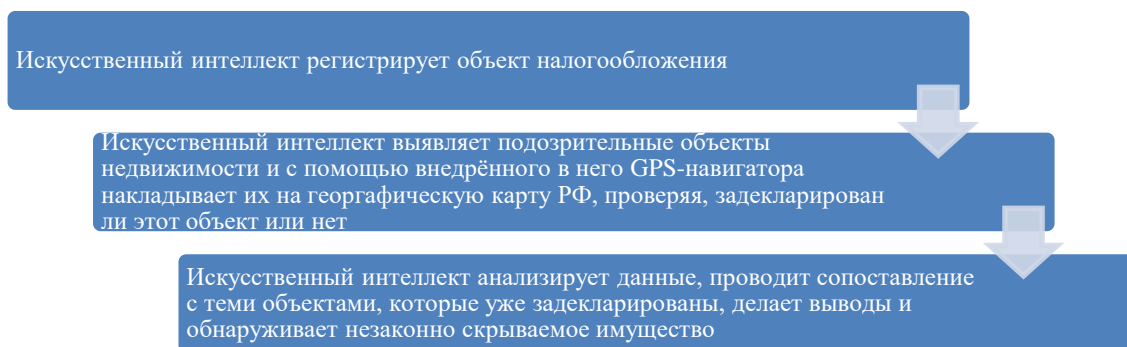
Рис. 2. Объем налоговых преступлений за 2020-2022 годы\*

Источник: составлено авторами на основе данных МВД Российской Федерации.

Данные, приведенные на рис. 2 иллюстрируют, что объем налоговых преступлений имеет тенденцию увеличения из года в год. Так, в 2021 году было зафиксировано 4 972 преступлений в сфере налогообложения, а в 2022 году – 5 543, и это на 13,8% больше. А самое интересное здесь, что большинство таких преступлений связаны именно с предпринимательской деятельностью юридических лиц.

Для того, чтобы нивелировать эффект от данного рода незаконных деяния, можно использовать технологию искусственного интеллекта. Ведь машинное оборудование может справиться с обработкой намного большего количества данных, а также с выявлением подозрительных действий, при этом работая эффективней и гораздо быстрее. Опираясь на опыт Франции, целесообразно было бы разработать механизм, снабдив его определенным алгоритмом действий. Давая искусственному интеллекту четкие указания и заложив в него необходимую программу, можно будет снизить риск уклонения от уплаты налогов со стороны недобросовестных налогоплательщиков.

В целях выявления и предотвращения подобных преступлений предлагаем внедрить технологию искусственного интеллекта в налоговый мониторинг, назвав его «Налоговый мониторинг PRO ИИ» (рис. 3).



*Рис. 3.* Алгоритм работы программы «Налоговый мониторингPRO ИИ»<sup>3</sup>  
 Источник: алгоритм, разработанный авторами.

На рис. 3 представлен алгоритм работы программы «Налоговый мониторингPRO ИИ», разработанный во избежание налоговых преступлений. Данный механизм поможет налоговым органам выявлять и устранять «белые пятна» в виде незаконного сокрытия имущества и незадекларированных объектов недвижимости.

В развитии данной темы можно использовать технологию искусственного интеллекта для определения кадастровой стоимости объекта налогообложения. Использование данной новации поможет снизить количество ошибок, связанных с человеческим фактором, а также повысит эффективность работы, оптимизировать процессы. Можно разработать необходимое программное обеспечение, снабдив его системой кодирования земельных участков. Эта технология позволила бы увеличить скорость обработки данных, автоматизировать рабочие процессы, точно определять кадастровую стоимость объекта и при этом совершать контроль всего процесса.

### **Заключение**

В итоге хотелось бы сделать вывод, что у налогового законодательства Российской Федерации в контрольной сфере есть большой потенциал развития. Следуя современным тенденциям и опыту зарубежных стран, можно внедрить и применить нейронные сети, которые помогут усовершенствовать и ускорить трудовые процессы. А это в конечном счете поможет Российскому законодательству снизить долю налоговых преступлений в стране. Именно поэтому необходимо определить правильный вектор развития и придерживаться его в процессе работы.

### **Библиографический список**

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 29.07.2022) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
2. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.10.2023) [Электронный ресурс] //

Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>.

4. Официальный сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai>.

5. Нейросети на госслужбе: как ИИ ищет неплательщиков налогов, следит за тюрьмами и помогает судьям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mn.ru/smart/nejroseti-na-gossluzhbe-kak-ii-ishhet-neplatelshhikov-nalogoov-sledit-za-tyurmami-i-pomogaet-sudyam?ysclid=lo2nopvy9a486166623>.

6. Vers un «ChatGPT» du contrôle fiscal: comment l'intelligence artificielle aide le fisc contre la fraude [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.francetvinfo.fr/economie/impots/comment-l-intelligence-artificielle-aide-t-elle-le-fisc-contre-la-fraude\\_5904257.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/impots/comment-l-intelligence-artificielle-aide-t-elle-le-fisc-contre-la-fraude_5904257.html).

7. Impôts: comment le fisc recourt à l'intelligence artificielle pour lutter contre la fraude [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.bfmtv.com/economie/patrimoine/impots-fiscalite/impots-comment-le-fisc-recourt-a-l-intelligence-artificielle-pour-lutter-contre-la-fraude\\_AN-202206220028.html](https://www.bfmtv.com/economie/patrimoine/impots-fiscalite/impots-comment-le-fisc-recourt-a-l-intelligence-artificielle-pour-lutter-contre-la-fraude_AN-202206220028.html).

8. Адвокатова, А.С. Развитие моделей налогового контроля как фактора снижения уровня теневых экономических процессов в условиях цифровизации / А.С. Адвокатова // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – № 5. – С. 12–21.

9. Лобашова, Е.С. Пути совершенствования организации налоговых проверок с целью увеличения налоговых доходов в бюджет // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы сборник статей XI Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2019. – С. 76–79.

10. Оперативный доклад Счетной палаты об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/877/4voa484h3u2yxeki3y08r7mqfpl9od7.pdf>.

11. Кареева, Т. А. Проблемы налогообложения имущества организаций и пути их решения // Налоги и налогообложение. – 01.07.2019 – № 5. – С. 59–68.

© Элоян Н.В., Какосьян Р.М., 2023

О.О. ЮЛДАШЕВ

*baby111cake@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.В. МАРЬИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## РЫНОК КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

*Аннотация:* в статье представлен анализ мирового рынка компьютерных игр. Благодаря компьютеризации рынок видеоигр активно развивается и продолжает больше охватывать мировую экономику. Существуют различные бизнес-модели компьютерных игр и торговые площадки для обмена внутриигровыми предметами.

*Ключевые слова:* рынок компьютерных игр и его характеристика, бизнес-модели в видеоиграх, торговая площадка Steam, лутбоксы.

Компьютеризация способствовала созданию и развитию рынка видеоигр. Но стоит ли обратить внимание на данный рынок? Рассмотрим его особенности и ответим на этот вопрос.

Индустрия видеоигр – это совокупность различных компаний, отдельных людей, технологий и процессов, которые образуют полный цикл производства компьютерных игр, а именно: разработка, продажа, продвижение, потребление. Этот сектор экономики также связан с разработкой, продажей и продвижением видеоигр, что позволяет большому количеству людей самых разных специальностей работать в этой области от геймдизайнеров<sup>4</sup> и художников до программистов и менеджеров.

Одной из первых компаний, которая впоследствии расширилась, была Atari, которая оказала большое влияние на развитие рынка компьютерных игр как перспективной отрасли экономики. Основанная Ноланом Бушнеллом в 1972 году, она распространилась по Соединенным Штатам и стала самой быстрорастущей компанией в стране к 1984 году.

Если вы обратите внимание на данные в таблице (табл. 1 и табл. 2), вы можете легко увидеть, что рынок видеоигр занимает очень большую часть рынка и продолжает быстро расти. В настоящее время компьютерные игры вносят значительный вклад в мировую экономику благодаря большому успеху в продажах.

---

<sup>4</sup> Специалист, который разрабатывает игровые механики или так или иначе связан с их разработкой.



Таблица 1

## Объем мирового рынка компьютерных игр

Период времени, год	Объем мирового рынка игр, млрд \$
2012	70,4
2013	75,5
2014	81,4
2015	88,4
2016	95,2

Можно сделать вывод, что объем мирового рынка видеоигр в среднем за год увеличивался на 6,2 млрд \$ в течение рассматриваемого периода. Также нужно отметить, что объем исследуемого рынка ни разу не сокращался с 2012 до 2016.

Таблица 2

## Валовый оборот игровых индустрий в разных странах за 2014 год

Ранг	Страна	Численность населения страны, чел	Количество Интернет-пользователей	Продаж за 1 человека, \$	Валовый объем продаж за год, \$
1	США	322 583 006	274 292 330	74,68	20 484 628 000
2	Китай	1 393 783 836	701 073 270	25,48	17 866 677 000
3	Япония	126 999 808	101 663 346	120,20	12 219 552 000
4	Германия	82 652 256	71 080 940	49,64	3 528 196 000
5	Великобритания	63 489 234	55 476 893	61,76	3 426 259 000
6	Корея	49 512 026	42 629 854	78,73	3 356 202 000
7	Франция	64 641 279	56 237 913	46,39	2 608 818 000
8	Канада	35 524 732	31 890 552	53,87	1 717 991 000
9	Италия	61 070 224	36 886 415	41,07	1 514 067 000
10	Испания	47 066 402	37 370 723	39,85	1 489 366 000
11	Бразилия	202 033 670	118 593 764	11,29	1 339 375 000
12	Россия	142 467 651	88 059 255	12,98	1 143 197 000

Таким образом, основные преимущества индустрии компьютерных развлечений заключаются в том, что продукты обладают высокой мобильностью. Продукт можно приобрести в любом месте и в любое время с доступом в Интернет, используя широкий спектр услуг. Рынок видеоигр также слабо чувствителен к экономическим кризисам, он продолжает развиваться не смотря на кризисы. Товары распространяются на многих различных платформах, которые популярны среди людей. Это также расширяет аудиторию, которая играет в видеоигры. Сегодня возраст игроков находится в диапазоне от 10 до 40 лет. Следует отметить, что развитая игровая индустрия приносит огромную прибыль странам, которые уделяют внимание данному рынку.

Современные видеоигры – бизнес. Короткие игровые сессии и особенности аркадных игр подтолкнули разработчиков к первым микротранзакциям в видеоиграх: для увеличения времени игровой сессии или получения второго шанса, пользователь вынужден покупать специальные токены за реальные деньги.

Эта бизнес-модель привела к бешеному успеху игровых автоматов. Например, к 1982 году игра Space Invaders компании Taito принесла доход в размере 2,7 миллиарда долларов. От части микротранзакции всегда являлись частью видеоигр.

С появлением разработчиков и издателей родилась новая бизнес-модель – плати за игру. Игры стали независимыми от приставок. Новый способ распространения предполагал, что пользователь приобретает физическую копию игры единожды, оценивает ее, а затем возвращается в магазин, чтобы купить новую игру. В этом и заключалось основное отличие данной бизнес-модели от «токеновой» системы автоматов: покупатель сразу получает полный доступ к товару (видеоигре).

Эта розничная бизнес-модель долгое время оставалась популярной среди консолей.

Valve<sup>5</sup> хотела создать взаимосвязь среди различных игр Steam<sup>6</sup>, чтобы игроки могли обмениваться виртуальными предметами в рамках всех доступных игр. Для выполнения данной задачи Valve создала такой инструмент как Steam Marketplace<sup>7</sup>.

Но как этот инструмент приносит прибыль для самой Valve? Допустим, пользователь пополнил свой счет на сто долларов. Другой пользователь выставляет на продажу «игровой предмет» (продукт) за два доллара. Первый игрок покупает товар на данную сумму, однако продавец получает один доллар и семьдесят центов на свой счет, поскольку Valve берет комиссию в размере 15% от выставленной стоимости товара. Данная транзакция показала процесс купли-продажи в рамках торговой площадки Steam. Важно отметить, что от данной операции компания Valve ничего не потеряла, так как все средства остались в рамках онлайн-сервиса Steam.

В сфере компьютерного рынка существует термин «ящик с добычей», который популярен среди интернет пользователей. Но как лутбоксы<sup>8</sup> получили такую известность? Над этим вопросом рассуждают и некоторые психологи.

«В поведенческой психологии эта система случайного вознаграждения вызывает наибольшую зависимость. Это и является причиной всей драмы», – говорит Эмиль Ходзич, руководитель клиники по лечению зависимости от видеоигр.

Эмиль считает, что это одно и то же, потому что здесь есть элемент случайности. Допустим, игрок получает действительно хороший скин из коробки. Игрок чувствует себя счастливее, потому что теперь у него есть классный предмет! И, конечно же, он хочет попробовать открыть новый почтовый ящик. В следующий раз игрок может получить нежелательный

---

<sup>5</sup> Американская частная компания, занимающаяся разработкой, изданием и цифровой дистрибуцией компьютерных игр.

<sup>6</sup> Онлайн-сервис цифрового распространения компьютерных игр и программ, разработанный и поддерживаемый компанией Valve.

<sup>7</sup> Торговая площадка на платформе Steam.

<sup>8</sup> Виртуальный предмет в компьютерных играх, при использовании которого игрок получает случайные виртуальные предметы различной ценности и назначения.

предмет, но он все равно будет помнить, как ему повезло. И со временем интерес и привязанность к этому событию только возрастают, особенно во время сезонных мероприятий и праздников, например Хэллоуин или Рождество.

По данным Newzoo, мировой рынок игровой индустрии на 2020 год превысил 159 миллиардов долларов – это сравнимо с потреблением всех товаров небольшой европейской страной или, например, с мировым потреблением пшеничной муки. Капитализация лидеров игровой индустрии сопоставима с объемом компаний ведущих традиционных отраслей. Например, компания Activision Blizzard оценивается в 61,45 миллиарда долларов – к примеру, капитализация Adidas составляет 63,75 миллиарда долларов.

Как и любая отрасль экономики, игры порождают и удовлетворяют новые потребности и создают новые экономические отношения. Существуют рынки для торговли игровыми продуктами, рекламные площадки для блоггеров и стримеров, платформы для сбора средств.

Сделаем общий вывод по статье. Проведя анализ рынка видеоигр, выяснилось, что этот рынок динамично развивается в последние года и прекрасно адаптируется к кризисам. Игровая индустрия оказывает весомое влияние на мировую экономику в целом.

### **Библиографический список**

1. Электронный научно-практический журнал «Студенческие научные исследования» [Электронный журнал]. – Режим доступа: <https://student.snauka.ru/2015/09/2614>.

2. Источники заработка: как развивалась экономика в видеоиграх [Интернет-статья]. – Режим доступа: <https://dtf.ru/gameindustry/216748-istochniki-zarabotka-kak-razvivalas-ekonomika-v-videoigrah>.

3. История Торговой площадки Steam. Как зарабатывают миллионы на продаже скинов [Интернет-статья]. – Режим доступа: <https://dtf.ru/games/172396-istoriya-torgovoy-ploshchadki-steam-kak-zarabatyvayut-milliony-na-prodazhe-skinov>.

4. «Гейминг – это новый цифровой хлеб»: как видеоигры меняют экономику [Интернет-статья]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/618e2f419a7947657411c325>.

© Юлдашев О.О., 2023

Д.И. ЯСКИН

iask1n89@yandex.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. О.И. ШАЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭФФЕКТЫ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ**

*Аннотация:* в статье рассматривается круг вопросов, связанных с отражением эффектов изменения климата на мировую экономику. Изменение климата становится одним из самых актуальных и важных вызовов для человечества. Экстремальные погодные условия, повышение уровня морей, учащающиеся природные бедствия и другие последствия изменения климата имеют глобальный масштаб и серьезное воздействие на различные аспекты мировой экономики. В данной статье рассматривается, как изменение климата влияет на мировую экономику и какие меры принимаются для смягчения этих эффектов. *Ключевые слова:* климат, изменения климата, мировая экономика, энергетика и ресурсы, международная торговля.

Климат имеет оказывает влияние на различные аспекты жизни на нашей планете, включая экономику, природные экосистемы и здоровье человека. Разные регионы имеют специфические климатические характеристики, что влияет на жизненные условия живых существ и на экономическую деятельность людей (определяет структуру секторов экономики).

Человечество, через экономическую и социальную деятельность, оказывает существенное влияние на изменение климата, что может привести к катастрофическим последствиям. Начиная с 1940 года по 2023 год средняя температура поверхности Земли выросла с 15,6 до 17,7 градусов Цельсия. Есть точка невозврата обозначенная учеными из IPCC в 2 градуса Цельсия. Если температура повысится больше чем на 2 градуса, то будут происходить необратимые процессы. Сейчас температура уже повысилась на 0,75 в среднем со времени промышленной революции – за 150 лет. «В РФ, например, температура поднялась на 1,5 градуса. Также увеличились температурные амплитуды и аномалии. Увеличилось количество природных катаклизмов. Увеличение осадков и их неравномерное распределение – сухие регионы становятся суше, влажные – влажнее. Влияют на изменение климата как природные, так и антропогенные факторы» [1].

России должна органично и эффективно адаптироваться к вызовам времени и разработать меры будущей климатической политики. В России уже предпринимаются первые шаги в этом направлении.

«Причин, объясняющих поздний старт в адаптационном процессе много: это и необходимость решения более актуальных экономических и социальных

вопросов, общий «климатический скепсис» властей и широкой общественности, перекося внимания в сторону торговли квотами и участия России в проектах совместного осуществления и др. Определенную роль сыграли также дискуссии о положительном влиянии изменений климата для России (новые возможности для развития Северного морского пути, сельского хозяйства, сокращение расходов на отопление), которые затеняют выводы ученых об отрицательных последствиях. Однако отрицательные проявления изменения климата наблюдаются во всех регионах страны и, зачастую, перевешивают эффект от положительных» [2].

В последние годы правительство России уделяет все больше внимания адаптации к изменению климата, даже в большей степени, чем мерам по снижению выбросов парниковых газов.

В 2009 году была принята первая климатическая доктрина Российской Федерации, которая установила основные цели в области климатической политики России.

1. Укрепление и развитие научной и информационной базы для политики в области климата, включая усиление научно-технического и технологического потенциала России, чтобы обеспечить полноту и достоверность информации о состоянии климатической системы, воздействии на климат, текущих и будущих изменениях, и их последствиях.

2. «Разработка и внедрение оперативных и долгосрочных мер адаптации к изменению климата. Разработка и внедрение оперативных и долгосрочных мер по снижению воздействия человеческой деятельности на климат. Участие в международных инициативах по решению вопросов, связанных с изменением климата и смежными проблемами. Эти меры свидетельствуют о серьезном отношении России к проблемам изменения климата и ее стремлении к устойчивому и ответственному управлению климатическими вызовами» [3].

В октябре 2023 года Указом президента РФ была принята новая Климатическая доктрина, которая усовершенствовала механизмы и подходы предложенные в 2009 году [3].

К основным отраслям экономики, которым прежде всего угрожает изменения климата, относятся:

1. Сельское хозяйство и продовольственная безопасность.
2. Энергетика и ресурсы.
3. Финансовый сектор и страхование.
4. Торговля и логистика.
5. Инфраструктура и города.

Наиболее перспективными мерами климатической политики для России, на наш взгляд, являются:

– «отказ от наиболее углеводородоемких направлений генерации энергии (вплоть до отказа от использования двигателей внутреннего сгорания в транспорте), развитие альтернативных источников энергии, поощрение использования атомной энергетики вплоть пока их нельзя будет заменить другими низкоуглеродистыми технологиями» [4]. Важным направлением здесь

является переход на электромобили. Уже сейчас в России действует комплекс мер по поддержке развития электротранспорта, включающий как субсидии производителям, так и обнуление ставок транспортного налога для владельцев электромобилей;

– «сокращения спроса на традиционные энергоресурсы. При позитивном развитии климатической политики по прогнозам Международного энергетического агентства к 2040 году объем мирового потребления нефти снизится на 32%, а газа на 36%» [4];

– «введение «зеленых» налогов, в том числе налогов на выбросы CO<sub>2</sub>» [4]. Сейчас экологические налоги в России практически не применяются. В НК РФ отсутствует понятие «экологический налог».

– «введение платы за превышение выбросов ПГ во все новых и новых сферах, в том числе с 2027 года в гражданской и грузовой авиации» [5];

– «ограничение использование некоторого оборудования, «продуцирующего» выбросы в атмосферу. В частности, очень вредными считаются кондиционеры, использующие хладагенты (гидрофторуглероды), наносящие вред атмосфере намного худший нежели выбросы CO<sub>2</sub>» [4];

– «реконструкция городов в целях удобного и безопасного отказа от автомобилей в пользу велосипедов, пешей ходьбы и общественного транспорта, а также строительство энергоэффективных зданий. Подсчитано, что использование велосипедов для перемещения на небольшие расстояния вместо автомобилей позволяет сэкономить 5% выбросов CO<sub>2</sub>» [4];

– «стимулирование углеродного земледелия. Углеродное сельское хозяйство сокращает выбросы ПГ путем улавливания или накопления углерода в почве вместо того, чтобы способствовать его выбросу в атмосферу в виде углекислого газа. Углеродное земледелие улучшает здоровье и продуктивность почвы, максимизируя урожайность сельскохозяйственных культур. Это также повышает устойчивость почвы и снижает потребность в пестицидах» [5];

– развитие экологически ответственного потребления через специальную систему налоговых стимулов (льгот и преференций).

Россия понимает необходимость принятия мер для смягчения эффектов изменения климата. Решение этой проблемы требует совместных усилий со стороны всех заинтересованных сторон: государства, бизнеса, индивидов. Это включает в себя переход к чистым источникам энергии, устойчивому сельскому хозяйству, усилению инвестиций в устойчивую инфраструктуру и изменение потребительских практик.

### **Библиографический список**

1. July 2023: Global air and ocean temperatures reach new record highs | Copernicus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://climate.copernicus.eu/july-2023-global-air-and-ocean-temperatures-reach-new-record-highs>.

2. Распоряжение Президента Российской Федерации от 17.12.2009 № 861-рп «О Климатической доктрине Российской Федерации».

3. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2023 № 812 «Об утверждении Климатической доктрины Российской Федерации».

4. Шалина, О.И. Климатическая политика и декарбонизация мировой экономики: вызовы для России / О.И. Шалина, М.Ю. Неучева // Уфимский гуманитарный научный форум: сборник статей V международного научного форума, Уфа, 14 апреля – 31 2023 года / Под редакцией А.Н. Дегтярева. – Уфа: Академия наук Республики Башкортостан, 2023. – С. 139–144.

5. Экологическое налогообложение. Теория и мировые тренды : монография для магистрантов, обучающихся по программам направлений «Экономика», «Государственный аудит» и «Финансы и кредит» / И.А. Майбуров, Ю.Б. Иванов, И.В. Багаутдинова [и др.]. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство "Юнити-Дана"», 2018. – 359 с. – ISBN 978-5-238-03134-7.

© Яскин Д.И., 2023

## СЕКЦИЯ 7.8. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 65.012.123

В.А. АНТОНОВА

29valeriya01@gmail.com

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ*

### AGILE: ОТ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДО УПРАВЛЕНИЯ КОМАНДАМИ

*Аннотация:* в статье рассмотрена Agile-методология управления проектами и командами, а также основные ценности и принципы данной концепции, ее преимущества и недостатки, основные инструменты и мнения известных людей. Приведены конкретные примеры применения российскими компаниями инструментов Agile-менеджмента для совершенствования работы команд при создании новых продуктов.

*Ключевые слова:* agile-методология, гибкие методы, управление проектами, команда, непрерывное улучшение, гибкое управление, Agile-манифест.

Agile-менеджмент – это философия управления, которая основывается на ценностях взаимодействия, готовности к изменениям и постоянному обучению и позволяет командам быстро реагировать на изменения внешних условий и требований клиентов, предоставляя инструменты для гибкой адаптации и непрерывного улучшения процессов.

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире бизнеса, где требования клиентов и рыночные условия постоянно меняются, необходимость в гибком и эффективном управлении проектами стала выше, чем когда-либо. В этом контексте Agile-менеджмент, или методология гибкого управления, выходит на передний план как мощный инструмент для достижения успеха в различных отраслях и областях деятельности.

Один из основателей Agile-манифеста, К. Швабер, говорил так: «Agile – это не о методах и инструментах, это о взаимодействии и людях», тем самым подчеркивая значимость Agile как философии и метода, который вносит изменения не только в процессы разработки, но и в культуру и взаимодействие внутри организации. С данным высказыванием согласилась Л. Риси, эксперт по управлению, высказавшись следующим образом: «Agile – это не методология, это способ мышления, который меняет мир». Своими словами она хотела показать важность понимания данной методологии как единого мышления всей компании, а не простого набора инструментов [1].



На данную тему также высказался Д. Томас, автор книги «Agile Web Development with Rails»: «Agile – это не просто набор инструментов и процессов, это культура, способ жизни и источник непрерывного обучения», выделяя такую важную функцию гибкой методологии, как возможность постоянного развития организации.

Все эти цитаты отражают разнообразные точки зрения на Agile и подчеркивают его важность в современном мире управления и разработки продуктов.

Методологии Agile возникли, когда ИТ-индустрия устала от чрезмерной бюрократии и жесткости. Разработчики поняли, что невозможно создавать инновационные продукты с помощью старых, жестких методологий, и в 2001 г. 17 разработчиков со всего мира собрались в штате Юта (США), чтобы подписать Декларацию принципов разработки для создания чего-то нового и передового [2].

Agile или agile software development – это гибкая методология управления проектами разработки программного обеспечения, часто используемая в небольших командах. Термин agile имеет два различных значения: философия и ценности, которых придерживается команда; обобщающий термин для нескольких различных Agile-подходов, разделяющих ценности Agile-разработки [2].

Цель Agile как метода управления проектами – ускорить производство высококачественного продукта и при этом минимизировать риск ошибок, которые могут возникнуть в ходе выполнения задач. Это достигается за счет гибкости и интерактивности рабочего процесса между членами команды и заказчиком [2].

Изначально этот подход был задуман для использования в сфере разработки программного обеспечения. Однако вскоре он получил признание в других отраслях бизнеса, включая крупные и средние предприятия нефтегазовой отрасли и банковского сектора. Кроме того, многие государственные ведомства взяли на вооружение принципы Agile-разработки [2].

Для Agile-методологии характерны короткие периоды итераций, как правило, две-три недели. Каждая итерация включает в себя ряд задач: анализ, проектирование, внедрение и тестирование. После каждой итерации команда анализирует результаты и меняет приоритеты на следующий цикл (рис. 1) [1].



Рис. 1. Цикл Agile-подхода [1]

Манифест Agile доступен в Интернете и может быть прочитан любым желающим. Они не содержат конкретных инструментов или методик, но точно описывают принципы Agile. Они описаны применительно к разработке программного обеспечения, но используются и в других областях бизнеса. Всего насчитывается двенадцать принципов:

1) «удовлетворение потребностей заказчика – главный приоритет при разработке продукта. Клиенты должны получать высококачественное программное обеспечение и обновления своевременно и в полном объеме;

2) изменения в процессе разработки приветствуются. Гибкость процессов может дать продуктам заказчика конкурентное преимущество;

3) практическое программное обеспечение должно предоставляться заказчикам часто, в течение 2–16 недель;

4) менеджеры и разработчики сотрудничают на протяжении всего рабочего процесса;

5) в основе проектов лежит мотивированный персонал;

6) лучший способ обмена информацией внутри команды – беседы тет-а-тет;

7) основным показателем прогресса является то, работает ли программное обеспечение. Это не имеет никакого отношения к времени, трудозатратам или другим критериям;

8) agile-процессы – это основа устойчивости, они позволяют поддерживать необходимый темп работы в спринтах и марафонах;

9) ориентируйтесь на передовые технологии и высококачественный дизайн продукции.

10) важно свести к минимуму ненужную работу и избегать чрезмерного усложнения проектов и рабочих процессов;

11) лучшие продукты создаются самоорганизованными командами;

12) команды регулярно оценивают свою работу и корректируют свое поведение» [3].

В рамках этих принципов выделяются четыре ценности Agile-систем:

- взаимодействие между людьми важнее, чем процессы и инструменты;
- полезный продукт важнее точной и подробной документации;
- сотрудничество с заказчиком важнее, чем детали контракта;
- важно быть готовым к изменениям, а не придерживаться первоначального плана.

В табл. 1 рассмотрены преимущества и недостатки Agile-подхода.

Семейство Agile включает в себя несколько различных методов управления проектами, которые также называют методами управления. В России наиболее популярны две из них – Scrum и Kanban.

В методологии Scrum владелец продукта или заказчик формирует набор требований к продукту и передает их разработчикам. Они делят работу на этапы (спринты). Это короткие этапы продолжительностью от одной до четырех недель. У спринта есть цель и набор задач, которые команда должна решить для ее достижения. Список всех этапов – это бэклог проекта. Из него берутся задачи, и уже из них формируется бэклог спринта. Команда работает над ним, и в конце результаты оцениваются для формирования нового спринта [0]. Scrum хорошо работает в условиях неопределенности, но не требует внешней зависимости. Спринты должны быть полностью самоконтролируемыми. Как только появляется другая команда, способная повлиять на результат, все рушится [5].

Таблица 1

Преимущества и недостатки Agile-методики

Преимущества	Недостатки
гибкость и открытость к любым изменениям; снижает риск неудачи; отсутствие ограничений по срокам; повышенная вовлеченность команды; быстрое реагирование на проблемы; сведение к минимуму рутины	проект не имеет четкого плана и структуры; требуется тесная коммуникация; приверженность команды; слишком много внимания к деталям; трудность реализации

Система Канбан в переводе с японского означает «визуальный символ». Это визуальная схема для Agile-реализации, указывающая, что, когда и в каком количестве нужно сделать. Канбан позволяет вносить небольшие постепенные изменения в существующие системы, не требует специальной настройки или процедур и может быть наложен на существующие рабочие процессы.

Проектный подход строится на шести принципах:

1. Визуализация всех задач на специальной доске Канбан. Новые задачи добавляются на доску по мере их появления.

2. Ограничить объем работ в процессе. Следите за тем, чтобы каждый столбец доски не содержал более определенного количества задач.

3. Управлять рабочим процессом. Следите за тем, как задачи перемещаются по доске.

4. Добавлять и перемещать задачи только в соответствии с четкими правилами, понятными всем участникам.

5. Внедрить петлю обратной связи. Это серия сессий для лучшего понимания рабочего процесса.

6. Улучшать процессы там, где это возможно.

Канбан-доска состоит из различных строк или столбцов. Простейшие доски Канбан имеют три столбца: «В обработке», «В работе» и «Выполнено» (рис. 2) [5].

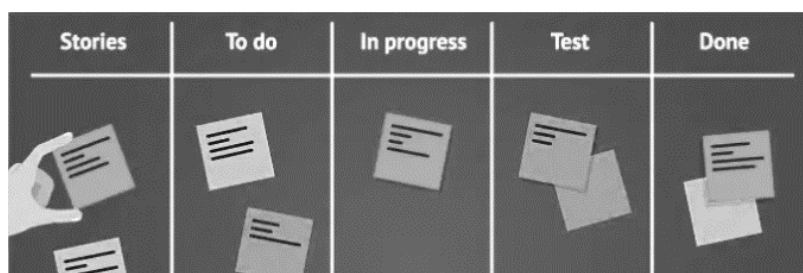


Рис. 2. Макет доски Kanban

Российская розничная сеть «М.Видео» использует Agile-методы в своей деятельности уже более двух лет, и Е. Джамалов, руководитель отдела инноваций группы компаний «М.Видео-Эльдорадо», рассказал, что при поиске Agile-наставника компания проверяла эффективность Agile-методологии. Он пояснил, что компания поставила перед собой несколько целей, в том числе [6].

В 2017 году сеть «М.Видео» использовала итеративный подход к разработке при реализации проекта по обеспечению своих торговых точек планшетами. Перед программистами стояла задача создать мобильное программное обеспечение, которое бы интегрировалось со всеми системами компании, быстро повышало производительность и операционную эффективность, а также увеличивало продажи. Проект выполнялся несколькими командами, которые сначала работали независимо друг от друга. Затем участники проекта собрались вместе и интегрировали разработки. В результате были достигнуты все запланированные в рамках проекта показатели скорости и производительности.

По словам Е. Джамалова, 51% разработок в компании ведется с использованием Agile-методов Scrum и Kanban, причем новая методология затрагивает как front-end, так и middle-end системы. В то же время основные бизнес-процессы компании (маркетинг, продажи и логистика) существенно трансформируются и ускоряются [7]. В результате этих изменений аналитики, разработчики и тестировщики реорганизуются для работы в командах, где каждый специалист осознает свою роль и несет ответственность перед своей командой. При этом вопросы, на решение которых раньше уходило две-три недели по электронной почте, решаются в течение одного дня.

Компания Sber начала свою Agile-трансформацию 14 сентября 2016 г. За пять лет, прошедших с момента внедрения Agile-подхода, количество реализованных продуктов увеличилось более чем в четыре раза, а среднее время выхода на рынок (от идеи продукта до его внедрения) сократилось более чем в семь раз [8].

Сегодня в Сбербанке и его корпоративной экосистеме в Agile работают более 35 тыс. сотрудников, более 3 тыс. команд разработчиков разрабатывают, совершенствуют и поддерживают более 600 продуктов и услуг. Около 100 тренеров помогают командам добиваться успеха. Это самое крупное и авторитетное сообщество Agile-коучей в России.

В настоящее время Сбер работает над развитием продуктового менеджмента и повышением профессионализма менеджеров по продуктам. В банке разработан уникальный исследовательский инструмент Discovery space, призванный помочь Agile-командам сформулировать гипотезы и выбрать необходимые исследования. Основное внимание уделяется постоянному повышению эффективности всех продуктов и процессов.

Успехи Сбербанка привлекли внимание многих российских компаний, стремящихся повысить скорость и эффективность своих производственных процессов. С этой целью в 2020 г. Сбер запустил услугу «Sbergile как сервис». В рамках этой услуги эксперты банка будут консультировать заинтересованные компании по всем вопросам, связанным с применением Agile-практик, – от базовых рекомендаций до комплексной реализации преобразований «под ключ».

Таким образом, Agile-менеджмент представляет собой гибкий способ управления проектами, который активно используется в современных организациях. Его применение способствует улучшению коммуникации, удовлетворению потребностей клиента и повышению эффективности работы команды. Если компания стремится к адаптации к быстро меняющемуся окружению и постоянному улучшению процессов, Agile-менеджмент может стать мощным инструментом в ее арсенале управленческих методов.

### **Библиографический список**

1. Методология Agile: что это, отличия гибкой методологии – преимущества и принципы системы Agile [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/metodology-agile/> (дата обращения: 02.10.2023).

2. Agile: суть, принципы, плюсы и минусы, особенности внедрения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gb.ru/blog/agile/?ysclid=lna9xt40mx772979538> (дата обращения: 02.10.2023).

3. Agile: понимание принципов и методологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://weeek.net/ru/blog/chto-takoe-Agile?ysclid=lna9wf5pi3635789312> (дата обращения: 04.10.2023).

4. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Роль технологических стартапов в бизнесе // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: Материалы международной научно-практической конференции. – Донецк, 2022. – С. 101–106.

5. Управление проектом по Agile методике / Хабр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/otus/articles/710034/> (дата обращения: 04.10.2023).

6. Как внедрить Agile в крупной компании: опыт М.Видео и Альфа-Страхования – Рамблер/финансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/other/40664306-kak-vnedrit-agile-v-krupnoy-kompanii-opyt-m-video-i-alfa-strahovaniya/?ysclid=lnbouqg94223703976> (дата обращения: 04.10.2023).

7. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Развитие инновационных промышленных проектов как стратегия импортозамещения // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – № 2 (63). – С. 50–54.

8. Сбер подвел итоги самой большой Agile-трансформации в мире: Деловой климат: Экономика: Lenta.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2021/09/14/sbra/?ysclid=lnbp450irb898507063> (дата обращения: 04.10.2023).

© Антонова В.А., 2023

А.А. БАННИКОВ

*anton.vozdyh@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РОЛЬ АНАЛИТИКИ И BIG DATA В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ**

*Аннотация:* рассматривается интеграция маркетинговой аналитики и Big Data, обосновывается актуальность данных инструментов в цифровом маркетинге. Приводятся примеры успешных кейсов компаний, внедряющих маркетинговую аналитику и большие данные: Netflix, Amazon, Starbucks. Раскрываются тренды развития цифрового маркетинга.

*Ключевые слова:* маркетинговая аналитика, Big Data, цифровой маркетинг, искусственный интеллект, жизненный цикл клиента, визуальная аналитика, автоматизированные решения, безопасность данных.

Маркетинговая аналитика и использование больших данных (Big Data) стали неотъемлемой частью успешных стратегий маркетинга. Этот инструмент маркетинга постоянно эволюционирует и находится в центре внимания бизнес-лидеров и исследователей по всему миру. В данной научной статье мы рассмотрим интеграцию маркетинговой аналитики и больших данных как актуальную и важную тему и представим цель нашего исследования в этой области.

В последние десятилетия маркетинг претерпел революцию. Переход от традиционных методов к цифровому маркетингу и онлайн-коммуникациям изменил маркетинговые стратегии и способы взаимодействия брендов с потребителями [1]. Сегодня маркетологи имеют доступ к огромным объемам данных, собираемым в реальном времени, что позволяет им лучше понимать потребительское поведение, создавать персонализированные кампании, принимать обоснованные решения, разрабатывать программы лояльности [2].

Однако с ростом объемов данных возникает проблема их анализа и преобразования в ценную информацию. Именно здесь на сцену выходят маркетинговая аналитика и «big data». Системы аналитики позволяют обрабатывать и интерпретировать огромные объемы информации, выделять ключевые тренды и модели, а также прогнозировать результаты маркетинговых кампаний.

Основная актуальность темы заключается в том, что компании, оснащенные современными инструментами анализа данных, имеют конкурентное преимущество. Они способны адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям, лучше понимать своих клиентов и оптимизировать свои маркетинговые усилия для достижения выдающихся результатов.

Вот несколько примеров успешных кейсов, иллюстрирующих важность интеграции маркетинговой аналитики и больших данных в различных отраслях:

1. «Netflix»: персонализация контента и рекомендации.

Netflix известен своей способностью предлагать персонализированный контент своим подписчикам [3]. Компания собирает и анализирует огромные объемы данных о просмотрах, оценках и поведении пользователей, используя алгоритмы машинного обучения. Это позволяет создавать рекомендации, которые точно соответствуют вкусам каждого пользователя, что в свою очередь увеличивает уровень удовлетворенности клиентов и их лояльность.

2. «Amazon»: кросс-продажи и увеличение среднего чека.

Amazon активно использует аналитику и данные для реализации стратегии кросс-продаж. Компания анализирует покупки клиентов, выявляет схожие товары и предлагает их в дополнение к тому, что покупатель уже добавил в корзину. Это позволило увеличить средний чек покупок и сделать многих покупателей более лояльными.

3. «Starbucks»: прогнозирование спроса и управление запасами.

Starbucks использует маркетинговую аналитику и данные для прогнозирования спроса и управления запасами в своих кофейнях. Компания анализирует данные о продажах в реальном времени, учитывая даже метеорологические условия, чтобы определить, какие товары следует предложить и в каком количестве. Это помогает уменьшить потери от излишков и удовлетворить спрос.

Тренды интеграции маркетинговой аналитики и больших данных обещают оставаться в центре внимания в сфере маркетинга и бизнеса в целом. Ниже приведены ключевые направления, которые можно ожидать в ближайшем будущем:

1. Искусственный интеллект и машинное обучение. Применение искусственного интеллекта (ИИ) и методов машинного обучения (МО) будет продолжать расти. Маркетологи будут использовать ИИ для создания более точных прогнозов, автоматизации рутинных задач, анализа текстовых данных из социальных медиа и даже для создания контента.

2. Аналитика в реальном времени. С ростом доступности высокоскоростного интернета и облачных вычислений аналитика в реальном времени станет стандартом. Компании смогут моментально реагировать на изменения в потребительском поведении и рыночной ситуации.

3. Больше объединенных данных. Большинство компаний будут работать над интеграцией данных из разных источников – от внутренних CRM и ERP систем до внешних данных о клиентах и рынке. Это позволит создавать более полное представление о клиентах и их потребностях.

4. Этика и безопасность данных. В свете регуляторных изменений и повышенного общественного интереса к защите данных клиентов, компании будут более внимательно следить за этикой и безопасностью данных. Будет уделяться больше внимания соблюдению законодательства, а также защите данных от утечек и несанкционированного доступа.



5. Персонализированный маркетинг на более глубоком уровне. С помощью более точных алгоритмов и аналитики компании смогут предлагать клиентам не только персонализированные предложения, но и создавать индивидуальные маркетинговые пути, учитывая предпочтения, поведение и эмоции каждого клиента [4], используя коммуникационные VR/AR-инструменты [5].

6. Мобильная аналитика. С увеличением числа пользователей мобильных устройств мобильная аналитика станет ключевым фактором успеха. Маркетологи будут активно использовать данные о мобильном трафике и поведении пользователей для оптимизации мобильных приложений и сайтов.

7. Продолжительный жизненный цикл клиента: клиентский опыт [6]. Компании будут уделять больше внимания удержанию клиентов и созданию долгосрочных отношений. Аналитика поможет идентифицировать моменты ухода клиента и разработать меры по удержанию.

8. Развитие понимания ROI. Маркетологи будут более строго измерять возврат на инвестиции в маркетинговые кампании и более точно оценивать их эффективность.

9. Визуальная аналитика. Инструменты визуальной аналитики станут более доступными и популярными, что позволит маркетологам быстро визуализировать данные и идентифицировать ключевые тренды.

10. Умные ассистенты и автоматизированные решения. В сфере маркетинга будет продолжаться автоматизация задач, таких как отправка email-рассылок, управление рекламными кампаниями и ответы на запросы клиентов с помощью умных ассистентов.

Тренды в маркетинговой аналитике и больших данных будут диктоваться как технологическими инновациями, так и изменяющимися потребительскими ожиданиями. Интеграция маркетинговой аналитики и больших данных является неотъемлемой частью современной маркетинговой стратегии [7]. Она предоставляет компаниям невиданные ранее возможности для более точного и эффективного взаимодействия с клиентами, оптимизации бизнес-процессов и достижения конкурентных преимуществ. В этой научной статье мы рассмотрели ключевые аспекты этой интеграции и ее влияние на маркетинговую деятельность.

Маркетинговая аналитика продолжает эволюционировать, а большие данные остаются неиссякаемым источником информации о клиентах и рынке [8]. Это позволяет маркетологам создавать более персонализированные кампании, оптимизировать бюджеты и принимать обоснованные решения. Примеры успешных кейсов показывают, что компании, которые умело используют аналитику и данные, могут добиваться выдающихся результатов и удовлетворения клиентов.

В будущем мы ожидаем увидеть еще больший акцент на использование искусственного интеллекта и машинного обучения, более глубокое понимание этики и безопасности данных, а также более высокую степень персонализации в маркетинге. Аналитика в реальном времени и мобильная аналитика станут

стандартом, а компании будут уделять больше внимания удержанию клиентов и долгосрочным отношениям.

Интеграция маркетинговой аналитики и больших данных не только изменяет способы, которыми компании взаимодействуют с рынком, но и определяет будущее маркетинга. Внимательное наблюдение за трендами и гибкость в адаптации к изменениям станут ключами к успеху в этой динамичной области. Все это позволит компаниям достигать выдающихся результатов и оставаться конкурентоспособными в современном мире, насыщенном данными и возможностями.

### Библиографический список

1. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

2. Банников, А.А., Казыева, Я.Р. Разработка программ лояльности: инструмент для удержания клиентов и увеличения выручки // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 5–1 (80). – С. 197–199.

3. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В. Особенности и направления развития форм интегрированной маркетинговой коммуникации в сфере киноиндустрии // Человек. Культура. Общество. Материалы XII Международной научно-практической конференции в рамках Всемирной конференции по межрелигиозному и межкультурному диалогу. – Пенза, 2022. – С. 140–144.

4. Кузнецова, Е.В., Петрова, П.В. Маркетинг эмоций как инструмент управления поведением потребителей // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: Материалы международной научно-практической конференции. – Донецк, 2022. – С. 125–130.

5. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов университетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4–1 (79). – С. 24–27.

6. Бикметов, Е.Ю., Галиханова, Л.И., Кузнецова Е.В., Рувенный И. Я. Использование клиентского опыта для принятия маркетинговых решений в здравоохранении // Kant. – 2023. – № 3 (48). – С. 4–9.

7. Назаров, А.Д. Big data в маркетинге: тренды и проблемы // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10. – № 6А. – С. 169–176.

8. Симакина, М.И. Особенности использования технологий Big Data в маркетинге // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4. – № 6. – С. 255–260.

© Банников А.А., 2023

А.А. БЕЛОБРОВИНА, И.Ф. ИКРОМОВА

*miss.abelobrovina@mail.ru, ikromovaalina@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

**ПРОБЛЕМА ВЫБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ»)**

*Аннотация:* в статье рассмотрены проблемы выбора маркетинговой стратегии предприятия машиностроительной отрасли на примере ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ».

*Ключевые слова:* машиностроение, стратегия, маркетинговая стратегия, агропромышленный комплекс, оборудование.

В России машиностроение является ведущей отраслью и занимает лидирующие позиции в экономике страны, поэтому необходимо грамотно выбрать маркетинговую стратегию для развития отрасли. При выборе маркетинговой стратегии нужно опираться на решение таких задач, как:

- внедрение новых технологий в машиностроение для повышения конкурентоспособности на рынке,
- повышение привлекательности отрасли для увеличения существующих инвестиций и привлечение новых,
- расширение рынка сбыта,
- непрерывное совершенствование производственных сил.

В поле нашего исследования находится выбор маркетинговой стратегии предприятия в машиностроительной отрасли, а именно выпуск зерноочистительно-сушильных комплексов на примере ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ».

Потребность в зерноочистительно-сушильном оборудовании напрямую зависит от развития рынков производства сельскохозяйственной продукции. А именно рынка зерновых и зернобобовых культур [1]. Россия входит в тройку стран-лидеров по производству зерна, доля России в глобальном урожае пшеницы составляет 8,4%. При этом страна выступает крупнейшим мировым экспортером пшеницы с долей в мировом экспорте – 19,6%. Производство пшеницы крупнейших производителей по годам в млн тонн представлено на рис. 1.

## ПРОИЗВОДСТВО ПШЕНИЦЫ КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ГОДАМ, В МЛН.ТОНН

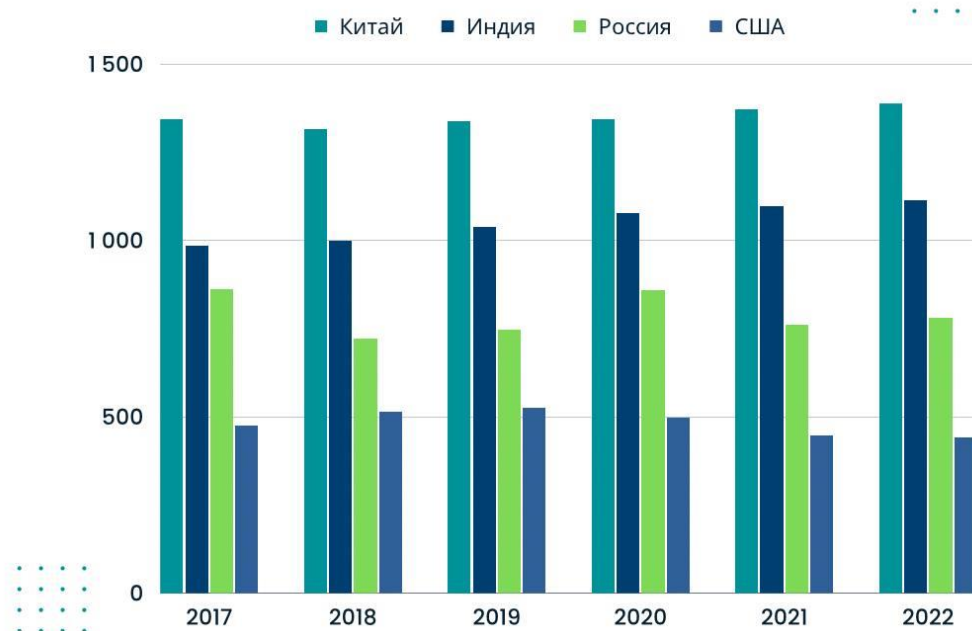


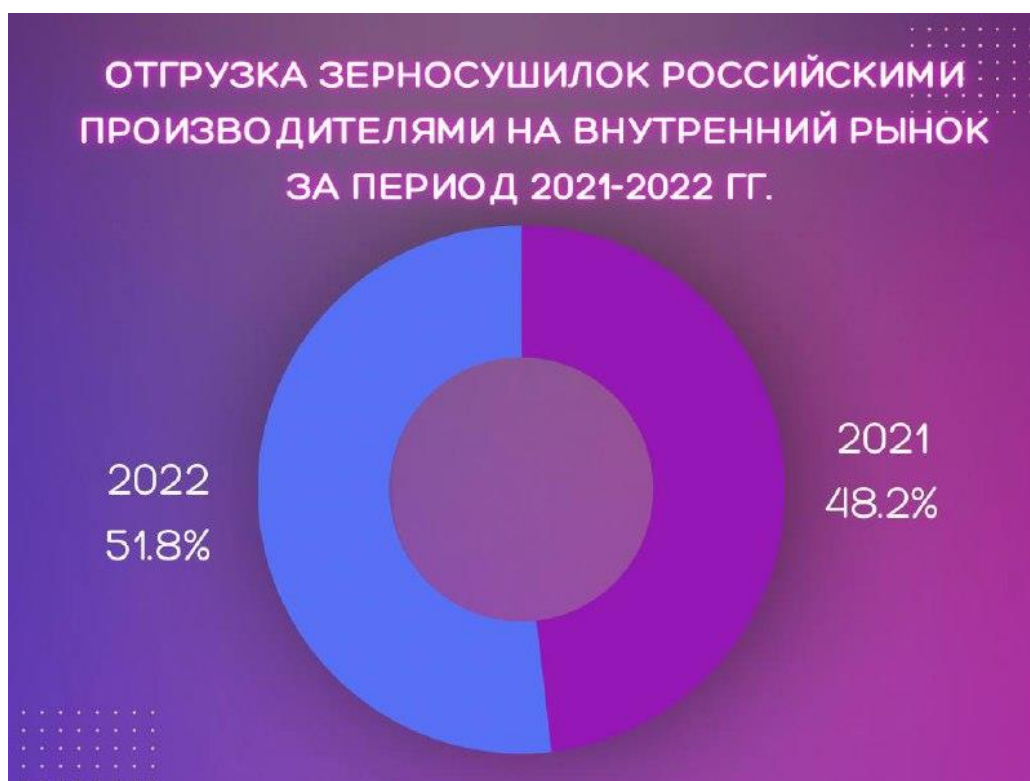
Рис. 1. Производство пшеницы в мире, млн тонн

Рынок зерносушилок в Российской Федерации характеризуется достаточно высокой конкуренцией и концентрацией игроков, которые представлены как местными производителями, так и официальными поставщиками оборудования зарубежных брендов.

Ключевым регионом производства зерносушилок в Российской Федерации выступает Воронежская область (46,4% от общего объема производства в стоимостном выражении), где размещены такие предприятия как ООО «Воронежсельмаш», ООО «Воронеж Агромаш», ООО «Завод АгроТехМаш», ООО «Агромиг» и ООО «Ромакс».

ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» в первую очередь ориентируется на рынок Республики Башкортостан. Министерство сельского хозяйства Республики Башкортостан ожидает, что по итогам 2023 года объем реализованной сельхозпродукции вырастет на 8,5% по сравнению со значением 2022 года.

На рис. 2 представлена отгрузка зерносушилок российскими производителями на внутренний рынок в 2021–2022 гг., где показана тенденция увеличения в процентном соотношении.



*Рис. 2.* Отгрузка зерносушилок российскими производителями на внутренний рынок в 2021–2022 годах, %

Стратегическое маркетинговое управление объединяет конкретные действия организации по правильному выбору целевого сегмента, проведению грамотного позиционирования продукции и удержанию постоянных потребителей [2]. Маркетинговая стратегия отражена в официальном документе, определяющем политику компании, и направлена на развитие рынка. Документ отображает положение бренда на рынке, включая оценку перспектив развития, наличие необходимых ресурсов роста.

Маркетинговая политика ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» включает в себя три вида стратегии развития предприятия:

- корпоративная,
- функциональная,
- инструментальная.

В корпоративной стратегии маркетинга предприятие «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» руководствуется тем, что инвестирует в бизнес для улучшения позиции на рынке, следует за развитием рынка в сторону роста конкурентоспособности производимой продукции. Основные компоненты корпоративной стратегии маркетинга представлены на рис. 3.

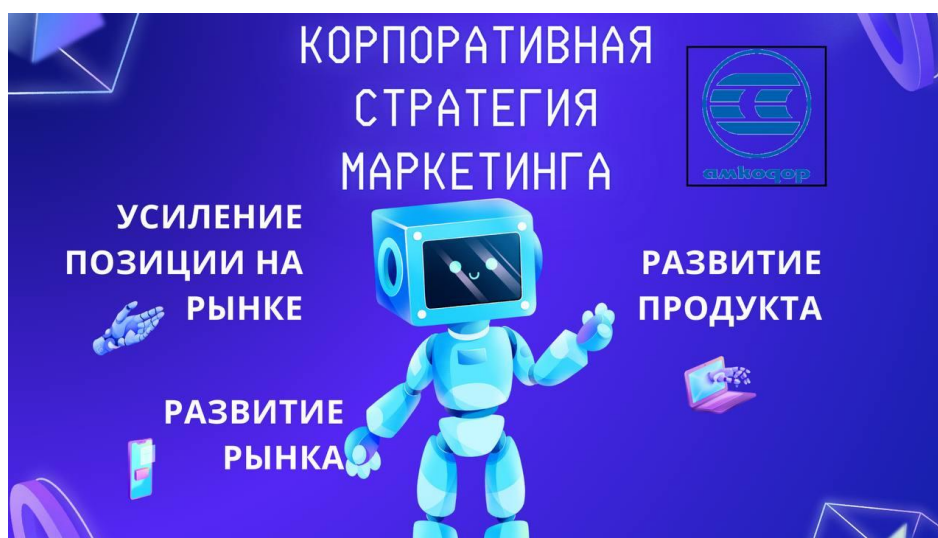


Рис. 3. Основные компоненты корпоративной стратегии маркетинга

Предприятие сочетает в корпоративной стратегии маркетинга усиление позиций на рынке, направленное на занятие лучших позиций с определенным товарным ассортиментом. Кроме этого, предприятие планирует продвигаться в новые сегменты рынка, а также рассматривает возможности производства инновационной линейки товаров с принципиально новыми характеристиками.

В конкурентной борьбе ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» ориентировано на достижение конкурентных преимуществ за счет низких издержек и соответственно более низкой себестоимости по сравнению с конкурирующими компаниями. Предприятие ориентирует свое производство на эффективное управление издержками, что позволит получить преимущество перед конкурентами.

Функциональная стратегия маркетинга ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» ориентирована на стратегию дифференцированного маркетинга. Предприятие работает сразу на несколько частей рынка, учитывая особенности каждого при выпуске продукта. Риск при выборе такой стратегии снижается, а положение на рынке упрочняется. Такая стратегия наиболее точно и полно отражает ситуацию на рынке и обеспечивает большие объемы продаж и минимальный уровень риска.

В своей деятельности предприятие руководствуется следующими стратегиями позиционирования товара:

- позиционирование по цене и качеству,
- позиционирование по использованию или применению,
- позиционирование по потребителю.

Инструментальная стратегия маркетинга предприятия «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» направлена на «минимизацию издержек, что заставляет его тщательно отслеживать изменения в отраслевых технологиях, предпочтениях потребителей, и быть готовой в приемлемый срок осуществить необходимую модернизацию или внести должные коррективы в номенклатуру производимой продукции» [3, 5].

Сделав ставку на стратегию минимизации издержек ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ» «будет чувствительно к величине загрузки мощностей. Обычно считается, что оптимальной загрузкой является 95% от максимальной. При большей загрузке непропорционально возрастает темп износа оборудования, при меньшей – резко возрастает себестоимость продукции, обусловленная фактическим омертвлением части капитала, вложенного в это оборудование, и возрастанием доли удельных постоянных эксплуатационных издержек» [5].

Коммуникационная политика направлена на целевую аудиторию, представленную покупателями, реализующими проекты по выращиванию зерновых культур.

Основные каналы продвижения товара с использованием сети Интернет:

- реклама: таргетированная, контекстная;
- поисковая оптимизация;
- партнерские программы (лидогенерация).

Данные стратегии соответствуют рыночным тенденциям, а также согласуются с принятой практикой ведения дел в отрасли.

На основании выше сказанного, при применении описанных стратегий следует, что рынок зерновой отрасли демонстрирует устойчивую положительную динамику роста производимой продукции. Из чего следует, что потребность в зерноперерабатывающих комплексах будет также увеличиваться.

На основе прогнозов производства и потребления в 2023/2024 гг. ожидается увеличение переходящих запасов пшеницы до 300 млн т, что на 2% выше значения на начало сезона и является рекордным показателем.

Агропромышленный комплекс является важнейшей частью экономики России, где производится жизненно важная для общества продукция, и сосредоточен огромный экономический потенциал. В нем занято почти 30% работающих в сфере материального производства, задействована пятая часть производственных фондов, и создается около трети валового национального дохода. Развитие агропромышленного комплекса в решающей мере определяет состояние всего народнохозяйственного потенциала, уровень продовольственной безопасности государства и социально-экономическую обстановку в обществе [4].

Особое внимание в последнее время в РФ уделяется развитию именно сельскохозяйственного комплекса, так как организация продовольственной безопасности и формирование эффективного агропромышленного комплекса являются основой стабильности страны [6].

Агропромышленный комплекс – это основа продовольственной безопасности любой страны. Продовольственная безопасность является одной из приоритетных целей экономической и аграрной политики государства и от степени ее развития и от ее состояния зависит напрямую национальная безопасность государства. Обеспечение населения продуктами питания и сельскохозяйственным сырьем отечественного производства было и остается важнейшей задачей аграрного сектора страны.

Таким образом, наличие современного высокотехнологичного сельскохозяйственного оборудования является ключевым фактором высоких показателей эффективности аграрного сектора. Данная техника позволяет повысить производительность сельхозпредприятий, упростить работу, оптимизировать многие процессы, снизить затраты и предоставить более качественную продукцию.

### Библиографический список

1. Когда день работника сельского хозяйства. Аграрии нас кормят [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dropt.ru/small-business/kogda-den-rabotnika-selskogo-hozyaistva-agrarii-nas-kormyat/> (дата обращения: 01.10.2023).

2. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

3. Значение агропромышленного комплекса в экономике России и других стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org/10-29749.html> (дата обращения: 01.10.2023).

4. День работника сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://samaratoday.ru/news/199325> (дата обращения: 02.10.2023).

5. Огородникова, Е.С. Стратегический менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Е.С. Огородникова; [отв. за выпуск В. Е. Кучинская]; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т, Центр дистанционного образования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. – 216 с.

6. Типы конкурентных стратегий и их использование в экономике России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bmanager.ru/articles/tipy-konkurentnyx-strategij-i-ix-ispolzovanie-v-ekonomike-rossii.html> (дата обращения: 03.10.2023).

© Белобровина А.А., Икромова А.Ф., 2023



Л.И. ВАЛИАХМЕТОВА, Д.В. ЛАНТУХ  
*linara.vali@gmail.com, lant.dar@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Аннотация:* в статье рассмотрены текущее состояние рынка предприятий общественного питания в условиях нестабильной экономики, стратегические направления развития и идентификация потенциальных рисков.

*Ключевые слова:* стратегия развития; предприятие общественного питания; нестабильная экономика, цифровизация, маркетинг.

Текущая ситуация в экономике характеризуется нестабильностью и неопределенностью. Это обусловлено рядом факторов рынка, таких как глобальные финансовые кризисы, политическая нестабильность, изменения в экономической политике государства, инфляция и изменение потребительского спроса. Для предприятий общественного питания нестабильная экономика представляет серьезные вызовы. Падение покупательской способности населения является одной из главных проблем. В период экономического кризиса потребители сокращают свои расходы на питание вне дома, предпочитая экономить и готовить еду самостоятельно. Это может привести к снижению прибыльности и побудить предприятия общественного питания принимать меры, чтобы привлечь больше клиентов. Инфляция также оказывает негативное влияние на предприятия общественного питания. Цены на продукты питания и услуги повышаются, что создает проблемы с бюджетом для ресторанов и кафе. Предприятия вынуждены поднимать цены, чтобы компенсировать увеличение издержек, но это может вызвать отток клиентов, особенно если альтернативы становятся более доступными. Комплексный характер налоговой и бюрократической системы также затрудняет ситуацию для предприятий общественного питания. Высокие налоговые ставки и сложность процедур их уплаты могут создавать препятствия для развития бизнеса и уменьшать его прибыльность. Нестабильная экономика также влияет на инвестиционные решения предприятий. Владельцы осторожнее инвестируют средства в расширение или модернизацию своих предприятий, избегая риска больших инвестиций в условиях неопределенности [1]. Прогнозирование и учет рисков различного вида выступает важной задачей разработки стратегии [2].

Для преодоления этих вызовов предприятие общественного питания должно разработать стратегию, которая включает в себя гибкое

ценообразование, повышение качества обслуживания, диверсификацию меню и поиск новых сегментов потребителей. Кроме того, необходимо улучшить операционную эффективность и снизить издержки, чтобы противостоять влиянию инфляции и ограничительному бюрократическому окружению.

Сегодня рынок общественного питания является одним из самых динамичных и конкурентных секторов во всем мире. Из-за постоянно меняющихся вкусов и предпочтений потребителей предприятиям необходимо постоянно адаптироваться и предлагать новые и оригинальные концепции, чтобы привлечь больше новых клиентов и разочаровать старых.

Одной из ключевых тенденций на рынке общественного питания является увеличение спроса на здоровую пищу и вегетарианскую/веганскую кухню. Клиенты все больше ориентируются на свое здоровье и стремятся к более сбалансированному питанию. В ответ на это многие предприятия добавляют в меню блюда с натуральными ингредиентами, без использования химических добавок и консервантов. Но и наблюдается тенденция роста популярности уличной и фаст-фуд кухни, особенно в крупных городах. Молодежь и люди с ограниченным временем на обед предпочитают быстрые и удобные варианты питания. Здесь оригинальность и креативность в дизайне и упаковке продукции играют важную роль в привлечении клиентов.

Следующая тенденция – это использование современных технологий в обслуживании клиентов. Приложения для заказов еды, самообслуживающиеся киоски и системы онлайн-бронирования столиков становятся все более распространенными и доступными. Предприятия, которые активно внедряют такие инновации, имеют больше шансов привлечь и удержать клиентов. Наконец, отметим рост популярности культурного разнообразия в предлагаемой кухне. Мир становится все более глобализированным, а потому многие предприятия общественного питания предлагают уникальные блюда, отражающие различные культуры и фольклорные традиции разных народов. Это не только расширяет ассортимент предлагаемых блюд, но и привлекает людей, желающих попробовать что-то новое и необычное.

Рынок предприятий общественного питания продолжает развиваться и меняться. Оригинальность и инновации становятся ключевыми факторами в привлечении клиентов, а предприятия, которые активно следят за трендами и готовы внедрять новые идеи, имеют больше шансов на успех. В этой конкурентной среде только креативные и уникальные подходы могут помочь предприятиям общественного питания выделиться и привлечь больше клиентов. В стратегических решениях о продвижении «реализуется знаниевый, ценностный потенциал, способствующий координации, контролю взаимодействий» [3, с. 91–92].

Цифровизация в сфере общественного питания является неотъемлемой составляющей развития предприятий этой отрасли, особенно в условиях нестабильной экономической ситуации. Внедрение современных технологий и цифровых решений позволяет преодолеть многие проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели в данном секторе [4].

Одной из основных трудностей, с которыми сталкиваются предприятия общественного питания в нестабильной экономике, является рост затрат на продвижение и маркетинг. Такие традиционные методы, как печатные объявления и рекламные щиты, могут быть дорогими и неэффективными средствами привлечения клиентов. Однако с помощью цифровых технологий коммуникации предприятия со своей целевой аудиторией будут более эффективными и менее затратными.

Одно из главных преимуществ цифровизации в сфере общественного питания – это возможность создания и поддержания постоянного онлайн-присутствия. Предприятия могут разработать собственные веб-сайты и приложения, где клиенты могут получить информацию о меню, услугах и акциях. Более того, они могут предложить возможность онлайн-бронирования столов и заказа еды для доставки. Это не только упрощает процесс обслуживания клиентов, но и значительно расширяет потенциальную аудиторию предприятий. Еще одним преимуществом цифровизации предприятий общественного питания является возможность сбора и анализа данных о клиентах. С использованием цифровых платформ и программ лояльности предприятия могут проводить мониторинг предпочтений, покупательского поведения своих клиентов. Это позволяет им более точно настроить предлагаемые услуги и предложения, а также проводить целевую рекламу. Такой подход помогает сократить затраты на маркетинг и повысить эффективность работы предприятия. Кроме того, цифровизация позволяет автоматизировать многие операционные процессы на предприятии. Например, внедрение системы управления складскими запасами и автоматизация учета продуктов помогают сократить издержки и избежать непредвиденных потерь. Также автоматизация процесса оформления заказа и оплаты упрощает работу персонала и улучшает общее качество обслуживания клиентов. В заключение, цифровизация в предприятиях общественного питания в условиях нестабильной экономики имеет ряд существенных преимуществ. Она позволяет снизить затраты на рекламу и маркетинг, увеличить онлайн-присутствие и привлекать новых клиентов, а также улучшить операционные процессы и повысить общую эффективность предприятия. Внедрение цифровых технологий становится необходимостью для предпринимателей, желающих преуспеть в данной сфере [5].

Одним из важных аспектов стратегии для предприятия общественного питания в нестабильной экономике является рациональное управление финансами. Это означает стратегическое планирование бюджета, контроль затрат и поиск эффективных способов снижения издержек. Например, предприятие может искать оптимальных поставщиков, участвовать в групповых закупках или использовать сезонные продукты, чтобы снизить затраты на сырье и ингредиенты. Также важно следить за ценообразованием, чтобы поддерживать конкурентоспособные и приемлемые цены для клиентов.

Кроме того, в условиях нестабильной экономики предприятию следует обращать внимание на мобильность и гибкость в предложении услуг.

Возможность предоставления услуг на вынос или с доставкой, а также наличие различных форматов обслуживания (быстрое питание, рестораны, кафе) может помочь предприятию привлечь новых клиентов и удержать старых.

Еще одним направлением действий выступает сотрудничество с другими предприятиями и партнерами в отрасли. Например, предприятие общественного питания может организовывать вечеринки или тематические события с участием местных производителей пищевых продуктов, городских телеканалов, развлекательных организаций и профессиональных объединений. Это поможет предприятию привлечь новых клиентов и создать уникальный опыт для посетителей. И наконец, для успешной реализации стратегии предприятию следует активно использовать инновационные и информационные технологии. Это может включать в себя создание собственного интернет-магазина или приложения для заказов, использование систем онлайн-бронирования или облачных систем управления. Такие инновации позволят предприятию быть более конкурентоспособным и удовлетворять потребности современного клиента. В целом, реализация стратегии для предприятий общественного питания при нестабильной экономике требует оригинальности, гибкости и активного применения инноваций. Предприятие должно быть готово к постоянным изменениям и быстро реагировать на рыночные требования.

Для успешной реализации стратегии для предприятий общественного питания в нестабильной экономике приведем некоторые ключевые шаги и рекомендации.

Провести исследование рынка, изучить конкурентов и определить целевую аудиторию. Это поможет лучше понять, какие продукты и услуги востребованы и как можно отстроиться от конкурентов.

Создать уникальный и запоминающийся бренд. Определить основные ценности и преимущества предприятия и передать их через логотипы, дизайн интерьера, упаковку и оформление меню. Важно, чтобы предприятие отличалось от остальных и вызывало интерес у клиентов.

Развивать широкий выбор блюд и напитков, включая сезонные и специальные диетические предложения. Использовать ингредиенты со своего региона или местные продукты, чтобы придать своему меню уникальность и привлечь клиентов.

Разработать маркетинговую и коммуникационную стратегию, которая будет привлекать внимание потенциальных клиентов. Это может быть создание персонализированных рекламных кампаний, промо-акции, участие в местных мероприятиях и сотрудничество с блогерами или инфлюенсерами. Такие действия помогут увеличить узнаваемость предприятия и привлечь новых клиентов. Система маркетинговых коммуникаций должна быть интегрирована с маркетинговой стратегией компании, выбором целевого сегмента, проведением грамотного позиционирования продукции и удержанием постоянных потребителей [6].

Гибкость в адаптации предполагает готовность к изменениям и приспособлению в новых условиях. В условиях нестабильной экономики может потребоваться изменение ценообразования, вариантов доставки или предоставления услуг. Быстрая реакция на происходящие события поможет оставаться конкурентоспособными.

Использование современных технологий предполагает внедрение систем онлайн-бронирования, приложений для заказа или программ лояльности, что помогает снизить издержки, улучшить обслуживание и повысить удобство взаимодействия с предприятия с клиентами.

Необходимо работать над улучшением качества обслуживания и обеспечением доступности предприятия, что предполагает обучение персонала, возможности предоставления услуги на вынос или с доставкой.

В условиях нестабильной экономики реализация стратегии для предприятия общественного питания требует оригинальности, гибкости и готовности к изменениям. Определяющим фактором успеха является умение предприятия позиционироваться, выделиться среди конкурентов, привлечь и удержать клиентов через уникальные продукты, маркетинговые стратегии, качественное обслуживание и использование современных технологий.

Оригинальность в брендинге, оформлении интерьера и меню помогает предприятию привлекать внимание и удерживать клиентов, создавать уникальный опыт. Анализ рынка и изучение потребностей аудитории позволяют идентифицировать ключевые требования и предлагать оригинальные решения. Гибкость и адаптивность реализации стратегии важны для приспособления к изменяющимся требованиям рынка и клиентов. Способность быстро реагировать и адаптироваться к изменениям позволяет предприятию оставаться конкурентоспособным и удовлетворять ожидания клиентов. Инновационные технологии также играют важную роль в успешной реализации стратегии. Использование систем онлайн-бронирования, приложений для заказов и программ лояльности помогает оптимизировать процессы и повысить удовлетворенность клиентов. Качество обслуживания и доступность услуг имеют большое значение. Гостеприимный персонал, готовность предоставить услуги на вынос или с доставкой и постоянное совершенствование процессов обеспечивают удовлетворение потребностей клиентов и создают положительный имидж предприятия.

В целом, успешная реализация стратегии для предприятия общественного питания в нестабильной экономике требует постоянного стремления к оригинальности, гибкости, инновациям и качественному обслуживанию. Стратегическое мышление, включающее креативность и инновационность, в сочетании с адаптивностью и готовностью к изменениям помогут предприятиям общественного питания успешно преодолеть вызовы нестабильной экономики. Анализ рынка, изучение потребностей клиентов и активное использование современных технологий позволят предприятию выделиться и достичь успеха в условиях переменчивой экономической ситуации.

## Библиографический список

1. Клейнер, Г.Б., Тамбовцев, В.Л., Качалов, Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / под общ. ред. С.А. Панова. – М.: Экономика, 1997. – 288 с.
2. Амирханова, Л.Р., Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Зиннуров, У.Г. Обоснование применения методических инструментов риск-менеджмента в управлении стартапами // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2019. – № 3. – С. 76–91.
3. Бикметов, Е.Ю., Амирханова, Л.Р. Опыт междисциплинарного исследования внутриорганизационной коммуникационной политики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2020. – № 2. – С. 85–98.
4. Рождественская, Л.Н., Рогова, О.В., Чередниченко, Л.Е. Особенности цифровой трансформации предприятий индустрии питания // Креативная экономика. – 2020. – Т. 14. – № 6. – С. 1137–1154.
5. Скоробогатов, М.В., Минченко, Л.В. Внедрение инструментов цифровизации в сфере общественного питания // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2023. – Вып. 1 (52). – С. 108–116.
6. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

© Валиахметова Л.И., Лантух Д.В., 2023

А.А. ГАЙТБАЕВА

*aliagaitbaeva@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИМЕНЕНИЕ 3D-ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОМ ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКТОВ**

*Аннотация:* в статье рассматривается использование 3D-технологий в маркетинговом продвижении продукции. Исследуется история развития и применения виртуальных технологий. Проведен анализ результатов их влияния на потребителя.

*Ключевые слова:* 3D, AR, потребители, маркетинг, продвижение.

В настоящее время привлечь внимание клиента довольно сложно, особенно удержать его внимание на официальном сайте. По этой причине рекламное сообщение быстро забывается и не становится нерезультативным. В качестве эффективного инструмента продвижения выступают 3D-технологии, которые позволяют охватить более широкую аудиторию потенциальных клиентов, повысить результативность лидов. Технологии виртуальной реальности внедряются в различные сферы общественной жизнедеятельности [1]. Они предоставляют широкие возможности маркетологам в проведении грамотного позиционирования продукции и удержании постоянных потребителей [2].

Трехмерная графика появилась в 1960-х годах. Тогда можно было создавать только векторные изображения. Затем появилась растровая графика, которая расширила возможности рендеринга и позволила изображать объекты более реалистично [3]. Изначально 3D-модели и дополнительная реальность предназначалась для обучения новых сотрудников в специализированных областях. 3D печать использовали в различных областях, таких как архитектура, автомеханика, медицина и другие. С недавнего времени эту технологию стали использовать и бренды для привлечения и удержания внимания клиентов и продвижения своих продуктов.

Например, бренд Coca-Cola провел акцию в 2013 году в Израиле, продвигающую новую маленькую бутылку. Компания провела конкурс, в котором участникам при помощи мобильного приложения предлагалось создать свои цифровые 3D копии. Победителей пригласили на предприятие Coca-Cola, где после полного сканирования их тел, были созданы их настоящие миниатюрные копии [4].

Сегодня 3D-моделирование стало популярнее и доступнее, что позволило большому количеству людей развиваться в этой области, а производителям

применять данную технологию в отношении широкой потребительской аудитории.

Полагаем, многие производители задумывались над вопросом: неужели все товары придется моделировать вручную. Для этого существует фотограмметрия. Этот метод позволяет отсканировать ваш товар со всех сторон и воссоздать его в 3D. Фотограмметрия дает возможность быстро, главное достоверно и качественно интерпретировать объекты любых размеров [5].

В настоящее время большинство покупок совершается онлайн, поэтому компаниям приходится бороться за внимание клиента новыми методами. Некоторые бренды решили взять себе на заметку технологии 3D-моделирования и AR (дополненная реальность), и провести эксперимент, как нововведение повлияет на онлайн-продажи. В 2020 году британский автомобильный бренд MG Motor в сотрудничестве с креативной платформой Poplar Studio представили новый, уникальный формат взаимодействия клиента с реалистичной 3D-моделью автомобиля прямо на веб-странице. Пользователь мог проворачивать, увеличивать и уменьшать масштаб модели. Результат эксперимента показал, что вовлеченность выросла в 8 раз по сравнению с обычным контентом [6]. Бренд одежды и аксессуаров Rebecca Minkoff заменили обычные фотографии товара на 3D и AR отображение. Так сумку марки «Darren shoulder bag» можно было рассмотреть со всех сторон, а технология AR позволила покупателям виртуально разместить товары перед собой. Их продукты не только обрели иную реальность. Бренд обнаружил, что чем ближе знакомство с продуктом, тем больше желание его приобрести. Согласно статистике компании клиенты, взаимодействующие с 3D-моделью, на 27% чаще покупали товары, чем те, кто этого не делал. А покупатели, рассматривавшие товар с помощью дополненной реальности, на 65% активнее выражали готовность совершить покупку [7].

По итогам маркетинговых исследований, проведенных компаниями, можно сделать вывод, что при использовании 3D и AR покупателям легче решиться на покупку того или иного товара, поскольку это позволяет лучше рассмотреть продукт и примерить его на себя. Эти технологии служат продуктивным маркетинговым средством, повышая эффективность онлайн-продаж.

Существуют и другие технологии, возможности которых следует использовать в продвижении продуктов. Одна из таких технологий носит название 3D Mapping. 3D Mapping – это особое направление в аудиовизуальной сфере, которое представляет собой объемную проекцию на какой-то физический объект из окружающей среды с учетом его геометрии и положения в пространстве [8]. Например, дизайнеры интерьера могут наглядно показать клиентам их квартиру в натуральную величину. Покупатели могут виртуально представить свой быт и отдых в отремонтированной квартире и дать более точные комментарии по поправкам в проекте.

3D-маркетинг предлагает значительные преимущества в виде повышенной визуальной привлекательности, позволяя более наглядно



демонстрировать функции товара и создавать реалистичное восприятие. Это особенно полезно для товаров с движущимися элементами, позволяя показать их взаимодействие и внутреннюю структуру. Виртуальные торговые площадки позволяют компаниям демонстрировать свои продукты, улучшать пользовательский опыт и увеличивать продажи.

Использование 3D технологий в продвижении продукции является перспективным направлением, которое позволяет создавать более яркие и запоминающиеся образы товара или услуги. 3D визуализация может использоваться в различных областях маркетинга (от разработки рекламных средств до создания уникальных моделей продукции). Благодаря этому компании, бренды могут правильно позиционировать себя на рынке и привлечь больше внимания к своему товару или услуге.

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

2. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов университетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4-1 (79). – С. 24–27.

3. Мир в 3D: что такое трехмерная графика и как она устроена [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-trehmernaya-grafika-3d/>.

4. 3D-печать как маркетинговый инструмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/prototypster/articles/366773/>.

5. 3D модели и дополнительная реальность в цифровом маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.photorobot.com/blog/augmented-reality-in-digital-marketing>

6. Иммерсивная рекламная кампания MG Motor launch 3D с Poplar Studio [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://poplar.studio/blog/mg-motor-leads-3d-immersive-advertising-innovation-with-new-poplar-campaign>.

7. Тематическое исследование Rebecca Minkoff [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.shopify.com/ca/plus/customers/rebecca-minkoff>.

8. Что такое 3d мэппинг и видеопроекция, где и как они используются [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pogumax.ru/3d-video-mapping/>.

© Гаитбаева А.А., 2023

К.В. ДЕСЯТКИНА

*desyatkina0202@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКИХ НАУЧНО- КОНСТРУКТОРСКИХ ПРОЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СКБ «ФОРМУЛА СТУДЕНТ»**

*Аннотация:* в статье рассматривается опыт информационного сопровождения и популяризации научно-конструкторских проектов среди молодежи на примере участия студенческой инженерной гоночной команды СКБ «Формула Студент».

*Ключевые слова:* студенческие научно-инженерные сообщества, «Формула Студент», «UGATU Racing Team», информационная поддержка и PR-сопровождение проекта.

Современные образовательные учреждения предлагают возможность участвовать в разнообразных студенческих проектах, что способствует самореализации и развитию определенных навыков. Активное развитие потенциальных компетенций молодежи приводит к значительным позитивным изменениям в различных сферах общественной деятельности. Информационное сопровождение и поддержка студенческих научно-конструкторских проектов играет важную роль в успешной реализации этих проектов, обеспечивая доступ к необходимой информации и ресурсам, а также обеспечение информационной безопасности и PR-сопровождения управления проектом, которая представляет собой технологию информирования и привлечения общественного внимания, обеспечивающую формирование и поддержание понятного позитивного имиджа проекта, направленную на повышение уровня доверия за счет постоянного присутствия в информационном пространстве. Значение информационного и PR-сопровождения проектов раскрывается в ряде работ [1, 2, 3, 4].

В современных условиях промышленные достижения и научные открытия возможны только на стыке разных наук, включая фундаментальные, поэтому очень важно научить студентов уметь творить и работать непосредственно в коллективе, развивать коммуникативные навыки «живого общения». Одна из форм такого командного воспитания в вузах – вовлечение студентов к участию в студенческих учебно-научных сообществах. В совместной работе над реализацией сложных технических, социальных, экономических проектов возникает созидательное чувство общности. Поддержка студенческих сообществ укрепляет академическую и социальную

значимость учащихся. В свою очередь, успехи студентов оказывают огромное влияние на образовательную среду, рейтинг и репутацию университета [5].

Ярким примером инженерно-технического проекта является студенческое конструкторское бюро (СКБ) «Формула Студент», Уфимского университета науки и технологий, созданная в целях разработки, постройки и испытания прототипов различных видов техники для участия в студенческих международных инженерных соревнованиях. Команда была создана в 2015 году на базе кафедры двигателей внутреннего сгорания Уфимского государственного авиационного технического университета (с 2022 года Уфимский университет науки и технологий), выпускниками, преподавателями кафедры ДВС Разяповым М. В. и Разяповым Т. В., заведующим кафедрой Еникеевым Р. Д. в целях разработки, создания и испытания прототипов различных видов техники для участия в студенческих международных инженерных соревнованиях. За годы работы научно-студенческий коллектив уже поучаствовал во многих международных студенческих инженерных соревнованиях, получил известность в профессиональных кругах и достиг высоких результатов [6].

Основная цель СКБ Формулы Студент (ФС) заключается в развитии технического мышления у студентов и подготовке высококвалифицированных специалистов. Участие в СКБ становится для студентов незабываемым опытом и одним из самых ярких моментов во время обучения. Работа над проектом позволяет применить теоретические знания на практике и показывает, как они применимы в реальной жизни. В связи с необходимостью самоорганизации и решения разнообразных задач, команды привлекают лучших и наиболее активных студентов, способных эффективно работать в коллективе. Участники проекта имеют четкое представление о том, как пройти путь от идеи до конкурентоспособного продукта, осознают, что для этого необходимо не только правильно спроектировать и изготовить изделие, но и уделить внимание маркетингу, экономике и информационному освещению [6].

При разработке информационной и PR-стратегии проекта в первую очередь выбираются те внешние медиаресурсы, которые тематически близки направлению проекта. Именно там существует наибольшая вероятность сотрудничества с потенциальными информационными партнерами, что позволит в дальнейшем привлечь внимание целевой аудитории и получить эффективную обратную связь. Выбор источника информационного освещения определяется, исходя из целевой аудитории проекта. Например, если в основном это люди старшего возраста, то следует больше внимания уделять активности в традиционных СМИ (телевидение, пресса, радио, печатная продукция в центрах занятости, ресурсных центрах НКО и т. д.). Но не стоит забывать и о внешних и собственных сетевых ресурсах (сайт, социальные сети, мессенджеры).

Информационное и PR-сопровождение СКБ помогает студентам быть в курсе последних достижений в области технологий и инженерии. Она включает в себя комплекс мер по обновлению контента и размещению новостной ленты

в социальных сетях, таких как ВКонтакте, Telegram, Одноклассники и др., рассылки новостей и пресс-релизов на региональные и федеральные телеканалы, в печатные издания, новостные сайты, сбор и размещение статей и обзоров на сайте лаборатории, с требуемой тематикой. Репортажи на региональных телеканалах-партнерах «UTV», «БСТ», «Россия», статьи на информационных интернет ресурсах Республики Башкортостан, статьи в газетах РБ, на сайте и в печатных изданиях вуза, статьи на сторонних интернет-сайтах, репортажи на студенческом телевидении, освещение в социальных сетях, используется привлечение новых партнеров, создание новых каналов коммуникации с целевой аудиторией, использование метрики для веб-аналитики.

Помимо СМИ используется мероприятия в режиме офлайн: проведение ознакомительной презентации с командой 2 раза в учебный год, в которой создаются платформы для желающих попасть в команду; проведении экскурсий по лаборатории, презентация перспективных проектов (встреча делегаций в рамках открытых дверей); разработка и внедрение ознакомительного вводного курса в виде мини-видео для новых участников, цель которых является знакомство с СКБ, с его участниками, проектами, направлениями работы и возможностями, а также правилами работы в команде.

Как дополнительной мотивацией вступления в команду может служить финансовая поддержка участников команды (повышенные стипендии, выигранные гранты, стартапы, выполнение НИОКР и др.); регулярные командные поездки (выезд на соревнования и форумы, выставки регионального и международного характера, корпоративы), а также возможность знакомства с реальными работодателями и перспектива работать у них в будущем.

Задача внешних коммуникаций сводится к трансформированию желаемой стратегической позиции в поведение организации, ее коммуникационные послания и символы на организационном, производственном и функциональном уровнях. Принцип тут простой – найти информацию о проекте среднестатистический человек за компьютером или смартфоном должен за одну-две минуты, не более. Причем эта информация должна быть актуальна и давать как можно более полное представление о текущей деятельности по проекту, а также о том, как оперативно связаться с руководителем проекта.

Дополнительным инструментам популяризации студенческого научно-конструкторского проекта выступает выпуск ежегодного сувенирного календаря. Он положительно влияет на повышение лояльности, внутреннего имиджа вуза и команды на международной арене. Страницы календаря публикуется ежемесячно в социальных сетях СКБ, а также активно используется в качестве сувенира Главе Республики Башкортостан, ректору УУНиТ, спонсорам и партнерам, организаторам международных соревнований и студенческим инженерно-гоночным командам «Формула Студент».

Если с помощью информационной поддержки и PR-сопровождения в российские инженерные сообщества будет вовлечено большое количество студентов, то будет и много различных команд, представляющих наши университеты на всевозможных соревнованиях, конкурсах. На научно-

технических состязаниях студенты имеют возможность проявить патриотизм, демонстрируя научные, творческие, инженерные достижения страны и региона. Это будет способствовать реализации проектного, практико-ориентированного подхода в образовательном процессе в высшей школе, кейсы по решению конкретных задач в сообществе могут стать основой курсовых и выпускных квалификационных работ. Открываются возможности комплексного применения механизмов управления студенческими инновационно-технологическими проектами в университетах с учетом мотивации участников. Это действенная и эффективная мотивация к учебе, так как проекты СКБ – отнюдь не теоретические разработки, а имеют конкретный научно-практический характер [6]. Необходимо формировать осознание студентами своего участия в инновационных проектах как самостоятельной деятельности, формирующей их как личность-профессионала. В перспективе это даст позитивные результаты, так как молодые специалисты уже станут сильными, интересными, с большим исследовательским потенциалом, личностями, способными привести к существенному скачку в развитии инженерной науки и промышленности страны [6].

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю. Эффективные PR-инструменты на рынке B2B / Е.Ю. Бикметов, И.Я. Рувенный // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика: материалы XI Всероссийской научно-практической конференции, Уфа, 31 октября 2019 г. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2019. – С. 16–21.

2. Бикметов, Е.Ю., Амирханова, Л.Р. Культура управления информационными ресурсами в организациях // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. – Уфа: УГАТУ, 2019. – С. 202–206.

3. Амирханова, Л.Р., Бикметов, Е.Ю., Харисова, А.З. Теоретические и методические аспекты исследования имиджа вуза // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2017. – № 2. – С. 234–249.

4. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов университетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4-1 (79). – С. 24–27.

5. Разяпов, Т.В., Разяпов, М.В., Иванова, А.Д. Гуманитарные технологии, как средство, объединяющее людей // Государство будущего: актуальные проблемы социально-экономического и политико-правового развития. Сб. ст. по мат. IV межд. научно-практ. конф. посв. 70-летию юбилею УГНТУ (11 апреля 2018 г., УГНТУ). – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2018. – С. 397–400.

6. Десяткина, К.В., Иванова, А.Д., Разяпов, Т.В., Разяпов, М.В. Студенческие научно-инженерные сообщества как действенный способ популяризации технического творчества молодежи (на примере студенческой команды «UGATU Racing Team») // Материалы XVI Всероссийской молодежной научной конференции «Мавлютовские чтения». – Уфа: УГАТУ, 2022. – Т. 6. – С. 837–847.

© Десяткина К.В., 2023

А.С. ДУНАЕВА, А.Ф. КАМАЛЕТДИНОВА

*dunaeva.nastyushka@yandex.ru, adelina.kamaletdinova.04@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.А. ШИЛЬДТ

*Уфимский государственный нефтяной технический университет*

## **МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН**

*Аннотация:* в статье рассматривается проблема необходимости содержания маркетингового отдела на предприятиях среднего и малого бизнеса в Республике Башкортостан и наличие маркетологов. Особенности малого и среднего бизнеса предполагают, что работа маркетингового отдела способна решить поставленные задачи с максимальной эффективностью.

*Ключевые слова:* предпринимательство, маркетинг, конкуренция, малый бизнес, средний бизнес, целевая аудитория.

Маркетинг – вид человеческой деятельности, обусловленный целью удовлетворить потребности человека посредством обмена. Именно такое определение маркетинга, разработанное Ф. Котлером в 2007 году, считается классическим [1].

В настоящее время маркетинг рассматривают как один из главных инструментов стратегического планирования бизнеса. Это может быть объяснено стремительным развитием научно-технического прогресса, обновлением товарного ассортимента, а также ужесточением конкуренции между предприятиями.

Очень многие рынки уходят в киберпространство, что делает связь с потенциальными покупателями более быстрой и простой [2]. В условиях современных реалий не имеет смысла разделять потребителей по демографическим, социальным и возрастным признакам, поскольку им не обязательно будут интересны схожие продукты.

Сейчас размываются границы между глобальными и местными рынками. Это означает, что маркетологам нужно искать новые пути установления связей с клиентами.

По данным РБК за 2023 год в Республике Башкортостан зарегистрировано 143,1 тыс. предприятий малого и среднего бизнеса. По сравнению с аналогичным периодом 2022 года их число выросло на 2,8%. По данному показателю республика находится на втором месте в Приволжском Федеральном округе и на десятом – в России. В сфере малого и среднего бизнеса занято 510 тыс. жителей республики [4].

По мере увеличения количества предприятий на рынке уже существующие организации обретают новых конкурентов, а это значит,

что для поддержания собственной клиентской базы необходимо либо расширяться, либо путем рекламной кампании привлечь еще большее количество клиентов. В большинстве случаев бизнесмены выбирают именно второй вариант. Тем не менее не все владельцы малого и среднего бизнеса имеют достаточную квалификацию или хотя бы поверхностные знания для создания по-настоящему качественной рекламы. Именно поэтому возникает проблема содержания маркетингового отдела, которая в последнее время все более и более набирает обороты.

На основании данных официального сайта РБК авторы составили таблицу, в которой представлены показатели соотношения количества предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан. (табл. 1).

*Таблица 1*

Статистическое соотношение количества предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан

Год	2019	2020	2021	2022	2023
Количество предприятий среднего и малого бизнеса в Республике Башкортостан, тыс. ед.	123,886	119,967	123,13	125,954	132,14
Число предприятий малого и среднего бизнеса, содержащих маркетинговый отдел, либо подписавших договор о сотрудничестве с маркетинговыми компаниями, рекламными агентствами, %	37,7	40,8	41,1	43,5	46,4

Анализируя данные, представленные в табл. 1, следует, что динамике маркетинга на предприятиях малого и среднего бизнеса по годам. В 2019 году их число составило 123,886 тыс. ед., в то время как только 37,7% из них заключали договоры для оказания им рекламных услуг и маркетингового обслуживания фирмы. Тем не менее уже в 2020 году, вследствие эпидемии коронавирусной инфекции 3919 предприятий ушли с рынка, а среди оставшихся компаний наблюдалось резкое увеличение доли сотрудничества с маркетологами. Это может быть объяснено антиковидными мерами государства, которые способствовали развитию российского бизнеса в цифровой среде, тем самым выросли запросы на сотрудничество с рекламными агентствами, студиями интернет-маркетинга, отдельными маркетологами, таргетологами, цифровыми дизайнерами и т. д. Уже в 2021 году наблюдался повышенный как научный, так и практический интерес к использованию инструментария промышленного маркетинга. Вместе с ростом предприятий отмечается увеличение доли содержания маркетинговых отделов. В 2022 году, несмотря на незначительное увеличение числа фирм, те продолжают активно набирать обороты и расширяться в сфере маркетинга. К 2023 году увеличилось

количество предприятий, из которых 46,4% заключили договоры с компаниями или отдельными специалистами в сфере рекламы и маркетинга.

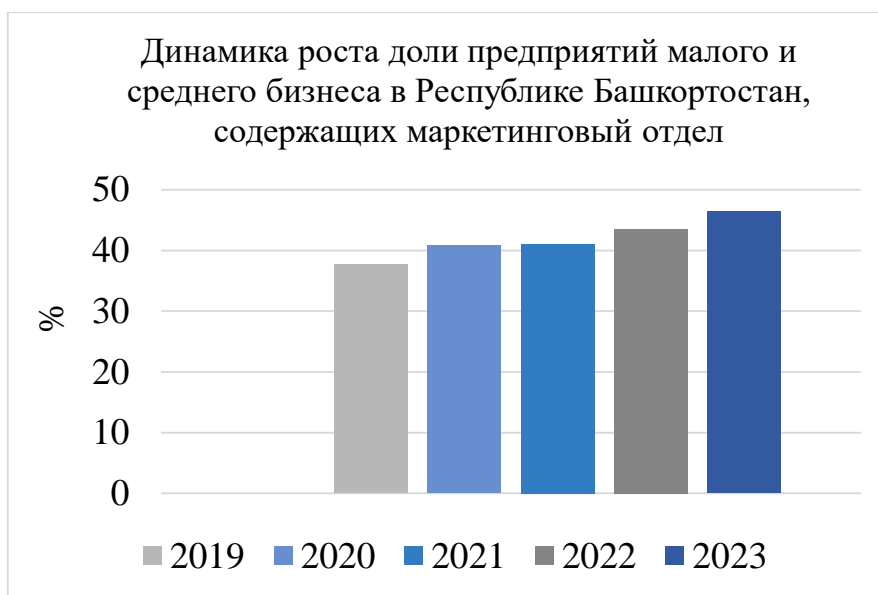


Рис. 1. Динамика роста доли предприятий малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан, содержащих маркетинговый отдел

В настоящее время необходима комплексная работа в области маркетинга малого и среднего бизнеса, в рамках которой необходимо выделять конкурентные преимущества фирм: уникальные и разнообразные ресурсы, задействованные в производстве; оригинальность продукции; знаки качества; экологически-активная позиция бизнеса, если она имеется; оптимальная цена продукции.

Рынки преобладающего спроса устаревают, реальностью являются рынки преобладающего предложения. У потребителя есть все, что ему требуется, а значит, необходимо искусственное создание новых потребностей.

Маркетинговая деятельность, с каждым годом продолжает развиваться в цифровом пространстве, предприятия обретают возможность привлекать новых клиентов не только на территории республики Башкортостан, но и за его пределами.

Опираясь на статистику настоящего времени, можно сделать вывод, что большая часть малого и среднего бизнеса на территории Республики Башкортостан не пользуется услугами маркетинга. Такое поведение может быть обусловлено сразу несколькими причинами: неосведомленность предпринимателей о сильных и перспективных сторонах маркетинга; уверенность в собственных силах и достаточных знаниях о ведении рекламной кампании; финансовые затраты на содержание маркетингового отдела, которые предприятие не может себе позволить на текущей стадии развития и др.

Маркетинг несет большую пользу для предприятий малого и среднего бизнеса, помогая сразу в нескольких направлениях: он упрощает процесс разработки продукта, определяет приемлемые для потребителя цены,



способствует увеличению охватов потенциальных покупателей, от него также зависит оптимальное распределение ресурсов и определение целевой аудитории [5].

Большая часть населения ошибочно предполагает, что ведение бизнеса для маркетингового отдела заключается лишь в умении предлагать на рынок определенный продукт и обслуживать множество довольных клиентов. Люди уверены, что маркетологи покупают любую рекламу задешево и продают с дисконтом свою продукцию в надежде на привлечение как можно большего количества постоянных покупателей.

Итоги сплошного наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего бизнеса позволяют составить мнение об эффективности российского рынка.

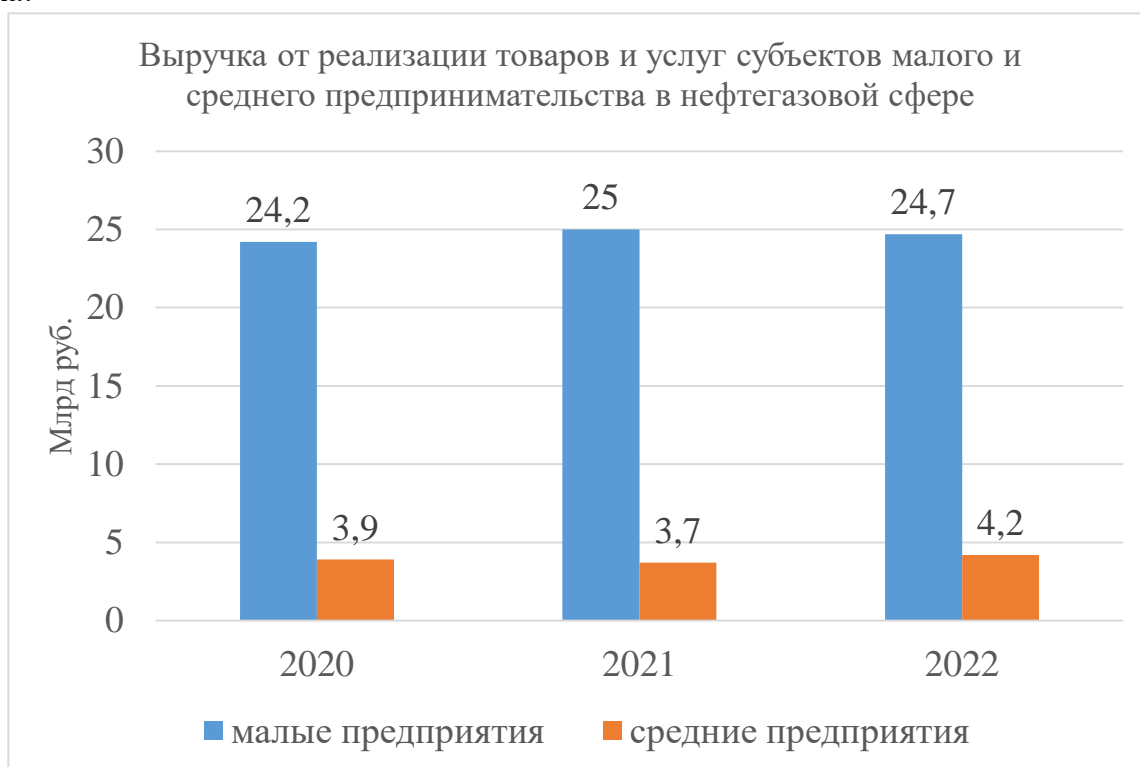


Рис 2. Выручка от реализации товаров и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства в нефтегазовой сфере

На рис. 2 показана динамика выручки предприятий малого и среднего бизнеса в нефтегазовой сфере за последние 3 года. Предприятий среднего бизнеса в этой сфере значительно меньше, чем малых. На гистограмме мы можем наблюдать, что в 2021 году, после завершения пандемии коронавируса выручка предприятий малого бизнеса увеличилась на 0,6 млрд руб., в то время как средний бизнес переживал снижение охватов выручки на 0,2 млрд руб. Мы можем выдвинуть предположение о том, что во время эпидемии предприятия столкнулись с резким снижением спроса на нефтяную и газовую продукцию, а также необходимостью развиваться в цифровом пространстве, чтобы не потерять оставшихся потребителей. В связи с этим они были вынуждены не только снижать цену на свою продукцию, но и разрабатывать рекламную

кампанию, которая по завершению пандемии смогла бы обеспечить прежний уровень спроса. Как можно заметить, предприятия малого бизнеса справились с этим лучше, чем предприятия среднего бизнеса. Уже в 2022 году, в связи с началом СВО, они тоже должны были активно продвигать себя и свой бренд, чтобы, в связи с повышением спроса на топливо и нефтяные продукты, государство и частные фирмы сделали выбор именно в их сторону.

Тем не менее специалисты этой сферы выполняют множество функций, не связанных с перепродажей дешевой рекламы: исследуют потребительский рынок, следят за трендами, участвуют в создании рекламной компании, составляют портрет целевой аудитории, управляют ценообразованием, разрабатывают и запускают технологии продвижения, анализируют данные об эффективности внедрений стратегий и пр.

Маркетологов достаточно часто путают со специалистами отдела продаж. Основное различие кроется в том, что маркетологи не всегда взаимодействуют с покупателями и кем-либо из людей кроме заказчика. Помимо этого, они имеют более широкий перечень рабочих функций и напрямую отвечают за эффективность разработанной ими маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия на практике охватывает все функции бизнеса. Для ее удачного функционирования должна быть организована координация действий всех структурных подразделений компании. Это делается для устранения несовершенства в качестве обслуживания.

Таким образом, малому и среднему бизнесу для более прогрессивного ведения бизнеса необходим отдел маркетинга. Именно это подразделение в дальнейшем займется вовлечением новых клиентов, которые станут постоянными. Если с каждым годом продукция предприятия становится все более популярной и востребованной, это означает, что маркетинговый отдел движется в верном направлении.

### **Библиографический список**

1. Белова, Н.Н., Гончарова, И.В., Кудрявцева, Л.Б. Методология маркетингового управления // Серия: Современная экономика: проблемы и решения. – 2021. – № 6. – С. 13–17.

2. Гончарова, И.В. Проблемы и перспективы совершенствования управления современным маркетингом // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2021. – № 1. – С. 59–67.

3. Молчанов, Н.Н., Никитенко, Ю.В. Об эффективности инструментов digital-маркетинга с учетом влияния COVID-19 // Серия: Экономика и управление. – 2021. – № 6. – С. 58–65.

4. РБК: официальный сайт. – Режим доступа: <https://ufa.rbc.ru/ufa/23/06/2023/649598089a79477133c5533c> (дата обращения: 23.10.2023).

5. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг. – СПб.: Питер, 2008. – 368 с.

6. Федеральный сайт государственной статистики: официальный сайт. – Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal\\_pred\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf) (дата обращения: 28.10.2023).

© Дунаева А.С., Камалетдинова А.Ф., 2023

УДК 339.138

В.В. ЕРЕМЕНКО

*vlada.2910@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА ТОВАРНЫХ СТРАТЕГИЙ КОМПАНИИ**

*Аннотация:* рассматривается разработка товарных стратегий производственной организации на рынке строительных материалов в сегменте B2B. Проводится мониторинг рынка и осуществляется SWOT-анализ, на основе которых предлагаются рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности Rusfoil в отношении двух продуктов: фольги и комбинированных материалов.

*Ключевые слова:* фольга, комбинированный материал, товарные стратегии, SWOT-анализ, уникальное торговое предложение, рынок, инновационная продукция, продажи.

Актуальность темы исследования обусловлена значимостью развития товарного предложения компаний.

Объект исследования: Rusfoil – организация по производству строительных материалов, таких как фольга, лавсан, комбинированные материалы (КМ). Компания работает с юридическими лицами и является производителем полуфубрикатов для других производств.

Рассмотрим товарную группу организации, которая состоит из основных двух продуктов.

Продукт № 1 – фольга. Группа «Отражающая теплоизоляция» с отражающим слоем из фольги и лавсана. Продукт №2 – комбинированные материалы. Группа «Комбинированные материалы» применяется для дальнейшей переработки производителями теплоизоляции с использованием отражающего слоя.

В отделе маркетинга организации был проведен анализ рынка, который показал, что объемы рынка теплоизоляции составляют более 1 600 000 000 долларов / 501 992 969 м<sup>2</sup>; доля рынка всей отражающей теплоизоляции равна 19,63%; объем рынка отражающей теплоизоляции составляет 98 541 220 м<sup>2</sup> / 314 080 000 долларов (данные маркетинговых исследований).

Для того, чтобы выявить сильные и слабые стороны организации, его возможности на рынке, автором проведен SWOT-анализ, результаты которого представлены в табл. 1 и табл. 2.

Таблица 1

## Результаты SWOT-анализа: сильные и слабые стороны компании

Сильные стороны	Слабые стороны
Способность быстро реагировать на требования к продукту и создавать инновационные продукты согласно запросам рынка	Импорт сырья из Китая (3 месяца)
Нанесение флексографии на продукцию	Отсутствие региональных сайтов
Скорость выполнения заявки	Производственные мощности загружены на 60%
Наработанная клиентская база с основными крупными производствами	Сроки доставки от 3 дней (у конкурентов день в день)

Таблица 2

## Результаты SWOT-анализа: возможности и угрозы компании

Возможности	Угрозы
Возможность выпустить инновационную продукцию с индивидуальными характеристиками	Отсутствие намоточного оборудования для больших рулонов комбинированного материала
Возможность стремительного распространения продукции по всей России	Давление со стороны дешевой импортной продукции
Маркетинговая поддержка, нацеленная на развитие продаж покупателей Русфойл	Один постоянный поставщик сырья импортер – постоянный мониторинг производителей
Буферы запасов на складе ГП	Отсутствие оборудования для нанесения качественной флексографии на комбинированный материал

Исходя из представленной информации, основной упор в отделе продаж рекомендуется направить на улучшение слабых сторон. В настоящее время ведется работа по поиску альтернативных поставщиков в РФ. В процессе разработки находится сайт Rusfoil. Также ведется работа в развитии логистической системы, вводится маршрутизация, осуществляется работа по поиску транспортных компаний для уменьшения сроков поставки.

Для предотвращения основной угрозы, а именно – отсутствие намоточного оборудования для больших рулонов комбинированного материала (табл. 2) – собственник компании все инвестиции вкладывает в развитие фирмы и в том числе на приобретение нового оборудования, которое даст возможность увеличить объемы производства для увеличения продаж на рынке благодаря дополнительному намоточному узлу, установленному на оборудовании.

Рассмотрим характеристики товара (категории).

Коммерческое предложение на фольгу и комбинированный материал значительно лучше, чем у конкурентов, так как Русфойл предоставляет

следующие выгоды: доставку, включенную в стоимость, отсрочку платежа, акции, маркетинговую поддержку.

Также Русфойл предоставляет дополнительный сервис, который включает в себя скорость выполнения заявки, 100% обмен брака, возможность производства нестандартной продукции, наличие региональных складов [1], бесплатную доставку по маршрутам. Правильная разработка коммерческого предложения позволяет предлагать клиентам уникальное торговое предложение (УТП).

Также обратим внимание на то, что ценовые сегменты фольги и комбинированного материала в каталоге Русфойл поделены на три группы: низкий, средний и высокий сегмент. Разница между ними заключается в плотности, составе и количество слоев.

Задачи по товарной группе фольга: удержание существующей клиентской базы, выход на новые рынки сбыта, расширение ассортимента бренда, формирование культуры потребления конечному потребителю фольги М50, информационная поддержка продукта.

Задачи по товарной группе комбинированный материал: удержание существующей клиентской базы, выход на новые рынки сбыта – продукты для дублирования, расширение ассортимента бренда, разработка в сфере НГ – НГ добавки, создание сайта Rusfoil.

Рассмотрим товарные стратегии достижения целей [2].

Определение товарной стратегии по продукту комбинированный материал [3].

Новые рынки – новые географические рынки или новые целевые сегменты потребителей: производители утеплителей из минваты, стекловаты, утеплители НГ используемые в судостроительстве; Роскосмос (Российский космос), упаковка продуктов, упаковка медицинских изделий [4]. Стратегия создания новых товаров: реализация новых товаров на существующих рынках, существующим потребителям, новый товар – комбинированный материал НГ, комбинированный материал с флексопечатью.

Определение товарной стратегии по продукту фольга.

Новые рынки – новые географические рынки или новые целевые сегменты потребителей: производители изоляции технологического оборудования, производители климатических камер, утеплители НГ используемые в судостроительстве, производство и ремонт воздуховодов и вентиляции, изоляция систем кондиционирования и холодоснабжения. Стратегия создания новых товаров: реализация новых товаров на существующих рынках, существующим потребителям, новый товар – фольга М50 усиленная, фольга М50 с флексопечатью [5].

Также стоит отметить маркетинговую деятельность компании, основной бизнес-процесс которой – это реклама и продвижение продукции Rusfoil.

- разработка и изготовление рекламной продукции;
- разработка макетов для изготовления печатных форм (флексоформ);

- подготовка презентационных обучающих материалов для клиентов (по компании, брендам, программе продвижения);
- осуществление рекламно-выставочной деятельности (участие в выставках);
- маркетинговые коммуникационные системы [6];
- работа со средствами массовой информации;
- наружная реклама/ оформление транспорта компании;
- ведение социальных сетей.

Элементами стратегии продаж выступают: реализация продукции собственного производства, которая используется при строительстве, компания добивается равномерного присутствия во всех областях России и странах СНГ, выстраивание долгосрочного сотрудничества с партнерами на основе доверия и дружбы.

Таким образом, компания Rusfoil старается добиться лучших результатов во всем, начиная со снижения сроков доставки, заканчивая улучшением сервиса и обучением клиентов.

### **Библиографический список**

1. Ширяева, Э.В., Кузнецова, Е.В. Автоматизация складских комплексов // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: Сборник научных трудов. Под. ред. И.Я. Рувенного. – Уфа, 2021. – С. 155–159.
2. Фадеева, Г.Д., Пашкова, В.В., Паршина К.С. Виды рыночных стратегий строительного предприятия // Молодой ученый. – 2013. – № 11 (58). – С. 485–487.
3. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – №8 (171). – С. 457–459.
4. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Роль технологических стартапов в бизнесе // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: Материалы международной научно-практической конференции. – Донецк, 2022. – С. 101–106.
5. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Развитие инновационных промышленных проектов как стратегия импортозамещения // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – № 2 (63). – С. 50–54.
6. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В. Особенности и направления развития форм интегрированной маркетинговой коммуникации в сфере киноиндустрии // Человек. Культура. Общество. Материалы XII Международной научно-практической конференции в рамках Всемирной конференции по межрелигиозному и межкультурному диалогу. – Пенза, 2022. – С. 140–144.

© Еременко В.В., 2023

Я.Р. КАЗЫЕВА

*Yana.k99@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЛИДЕРСТВО И МОТИВАЦИЯ: КАК СОЗДАТЬ ВДОХНОВЛЯЮЩУЮ РАБОЧУЮ СРЕДУ**

*Аннотация:* рассматривается лидерство и мотивация персонала как залог успеха любой организации. Исследуются ключевые аспекты создания вдохновляющей рабочей среды организации.

*Ключевые слова:* лидерство, мотивация, команда, рабочая среда, карьера, делегирование, лидерский потенциал, сотрудничество, командообразование.

Лидерство и мотивация – это две важнейшие составляющие успешной организации. Способность лидера вдохновлять и мотивировать свою команду может существенно повлиять на результаты работы и общий успех [1]. Замотивированный сотрудник имеет повышенное чувство ответственности, он искренне хочет быть полезным и нужным своей компании. Один человек, который любит свою работу и чувствует свою ценность, может быть более эффективен, чем два или три сотрудника, работающих «для галочки». Обратимся к анализу методических подходов к управлению мотивацией труда персонала [2, 3].

По теории мотивации психолога А. Маслоу для человека важно удовлетворить свои потребности:

- физиологические потребности, например еда и сон;
- потребность в безопасности: физической и психологической;
- социальные потребности: принадлежности к коллективу, сопричастности;
- потребность в уважении: желание статуса, признания, успеха, высокой самооценки;
- потребность в самореализации: раскрытии своих талантов и способностей.

При этом потребности более высокого уровня становятся актуальными, когда базовые нужды уже удовлетворены. В этой статье мы рассмотрим ключевые аспекты создания вдохновляющей рабочей среды.

1. Установите ясные цели и визуализацию будущего компании. Лидер должен иметь ясные цели и четкую визуализацию будущего. Поделитесь ими с командой и объясните, как их работа вкладывается в общую картину. Это помогает сотрудникам видеть смысл своей деятельности и чувствовать свою значимость.

2. Поддерживайте коммуникацию и открытость. Открытая коммуникация является ключевым элементом вдохновляющей среды. Лидер должен быть доступен для обсуждения идей, проблем и предложений своей команды. Это способствует улучшению рабочей атмосферы и стимулирует креативность.

3. Развивайте навыки и карьерные возможности. Предоставьте сотрудникам возможности для обучения и развития. Поддержка в карьерном росте помогает им чувствовать себя ценными и мотивированными. Обсудите их профессиональные цели и помогите им разработать план достижения успеха.

4. Признавайте и поощряйте успехи. Признание и поощрение заслуг сотрудников – мощный мотивационный инструмент. Отмечайте достижения и успехи, особенно молодых сотрудников [4], показывая, что их усилия ценятся. Это создает положительную атмосферу и стимулирует к дальнейшим достижениям.

5. Доверие и делегирование. Доверие к сотрудникам позволяет им чувствовать себя ответственными и важными для команды. Лидер должен быть готов делегировать задачи и давать возможность сотрудникам проявить свои лидерские и профессиональные навыки.

6. Работа в команде и сотрудничество. Поддерживайте дух команды и сотрудничество. Задачи, решаемые совместно, могут быть более интересными и мотивирующими, чем индивидуальные задания.

7. Поддерживайте баланс между работой и личной жизнью. Лидер должен быть чутким к потребностям сотрудников в балансе между работой и личной жизнью. Это помогает уменьшить стресс и увеличивает общее чувство удовлетворенности [5].

8. Проявляйте личный пример. Лидерство начинается с самого себя. Проявите личный пример в том, как работать, как взаимодействовать с коллегами и как реагировать на сложности. Ваше поведение будет служить образцом для других.

9. Анализируйте и совершенствуйтесь. Постоянно анализируйте эффективность вашего лидерского стиля и методов мотивации. Готовность к «самоисправлению» и улучшению поможет создать еще более вдохновляющую рабочую среду.

10. Стимулируйте креативность, эксперименты и геймификацию [6]. Поддерживайте и поощряйте креативность и эксперименты. Дайте сотрудникам свободу для выражения своих идей и предложений. Это может привести к неожиданным и вдохновляющим решениям.

11. Оценивайте и отслеживайте результаты. Постоянно оценивайте результаты вашей работы в создании вдохновляющей рабочей среды. Используйте обратную связь от сотрудников и метрики производительности, чтобы измерить свой успех и внести коррективы.

12. Развивайте лидерский потенциал в команде. Поощряйте развитие лидерских навыков у сотрудников. Это не только помогает им расти профессионально, но и способствует более равномерному распределению ответственности в команде.

13. Оставайтесь вдохновленным самим. Лидер должен поддерживать свой собственный уровень мотивации и вдохновения. Заботьтесь о своем личном развитии и постоянно ищите источники вдохновения для себя. Личное участие и вдохновение со стороны лидера могут стать мощным источником мотивации для команды. Делитесь своими историями успеха, стремлениями и ценностями.



14. Обратная связь и обучение на ошибках. Активно предоставляйте обратную связь вашим сотрудникам. Поддерживайте их в учебных процессах и давайте возможность извлекать уроки из собственных ошибок. Это способствует росту и самосовершенствованию.

15. Участие в общественных и социальных инициативах. Вовлечение команды в общественные и социальные инициативы может укрепить чувство смысла и ценности [7]. Участие в добрых делах может быть мощным мотиватором для сотрудников. Способствуйте инновациям и идеям внутри вашей команды. Давайте сотрудникам свободу экспериментировать и вносить изменения, которые могут улучшить рабочие процессы.

Создание вдохновляющей рабочей среды – это непрерывный процесс, требующий постоянного усилия и внимания к потребностям и желаниям вашей команды. Эффективное лидерство и мотивация – это не просто стратегии, а образ жизни, способствующий успеху и удовлетворенности всей команды. Лидерство и мотивация идут рука об руку при создании вдохновляющей рабочей среды. Соблюдая вышеперечисленные принципы, вы можете стать лидером, который способствует росту и успеху своей команды, а также создать атмосферу, которая вдохновляет сотрудников на большие достижения.

### **Библиографический список**

1. Касимова, Э.Р., Колмацкий, Н.В., Кузнецова, Е.В. Лидерство в менеджменте организаций. – Уфа: УГАТУ, 2021. – 107 с.

2. Абдувелиева, М.О., Богатырева, М.Р. Зарубежный опыт развития персонала // II Международная научная конференция по междисциплинарным исследованиям. Сборник статей. – Екатеринбург: ООО «Институт цифровой экономики и права», 2023. – С. 64–67.

3. Богатырева, М.Р. Оценка степени мотивации персонала / М.Р. Богатырева, А.Ф. Сулейманова // People-management в условиях цифровой трансформации экономики: мат-лы VI Всероссийской научно-практ. конф. Уфа, 22 марта 2022 г. / отв. ред. А.Ш. Галимова. – Уфа: Башкирский гос. университет, 2022. – С. 11–14.

4. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Подход «вовлечь нельзя потерять» к управлению талантами новой формации // Управление экономикой: методы, модели, технологии. Сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 137–141.

5. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Креативная мотивация персонала // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Материалы XXI Международной научной конференции, посвященной 90-летию Уфимского государственного авиационного технического университета. – Уфа, 2021. – С. 120–124.

6. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Управление персоналом и HR-геймификация в энергетической отрасли // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: Сборник научных трудов / под ред. И. Я. Рувенного – Уфа, 2021. – С. 56–62.

7. Бикметов, Е.Ю., Галиханов, Р.Р., Голиков, С.В., Кузнецова, Е.В. Формирование социального иммунитета в организационных отношениях // KANT: Social sciences & Humanities. – 2023. – № 3 (15). – С. 72–77.

© Казыева Я.Р., 2023

УДК 316.6

Е.В. КУЗНЕЦОВ

*12kuznetsov@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский топливно-энергетический колледж*

## **УПРАВЛЕНИЕ СТРЕССОМ СОТРУДНИКОВ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ**

*Аннотация:* исследуются понятия «управление стрессом сотрудников» и «стресс-менеджмент» в нефтегазовой компании. В энергетической отрасли имеется своя специфика стресс-менеджмента. Стресс-менеджмент в нефтегазовых компаниях проявляется на личностном уровне и на уровне организационного управления. Разрабатываются рекомендации по диагностике, уменьшению и преодолению стрессов сотрудников в нефтегазовой сфере.

*Ключевые слова:* стресс, стресс-менеджмент, нефтегазовая компания, энергетическая отрасль, стрессовые факторы, управление персоналом, эмоциональное выгорание, социальный иммунитет.

Управление персоналом в нефтегазовой отрасли имеет свои особенности, т. к. основной контингент сотрудников работает вахтовым методом на удаленных от офисов территориях [1]. Сложные климатические условия работы и производственная специфика вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК) [2] приводят к актуализации такой управленческой проблемы, как текучесть кадров, которая является, в том числе, следствием стрессового состояния работников.

В аналитическом обзоре ВЦИОМ 2022 г. отмечается, что 22% респондентов сталкиваются со стрессорами преимущественно на работе [3]. 79% молодых специалистов из числа опрошенных испытывают в рабочее время стрессы. Старшее поколение сотрудников, поколение Y и X, к стрессам устойчиво в большей степени, чем молодежь.

Несмотря на то, что энергетическая отрасль на рынке труда пользуется повышенным спросом (в последние годы растет престиж и имидж специалистов в области геологоразведки, добычи нефти и газа, геофизики, бурения скважин, проектирования и сооружения газонефтепроводов и газонефтехранилищ, трубопроводного транспорта, переработки продуктов нефти и газа, экономики и управления в энергетической сфере [4]), текучесть кадров здесь по-прежнему высокая. Безусловно, работники нефтегазовой промышленности подвержены повышенным стрессовым случаям, а особенности производственных бизнес-процессов предъявляют высокие требования к физическому и эмоционально-психологическому состоянию здоровья сотрудников и профессиональным компетенциям.

Управление стрессами как наука достаточно молодая. Однако имеется значительный вклад известных исследователей по ее всестороннему изучению. Н. Selye глубоко и обстоятельно рассмотрел психофизиологическую сущность стресса и сформировал теорию его развития [5]. Наибольший интерес вызывают три стадии эволюции стресса: тревога, резистентность, истощение. Фактор, влияющий на ситуацию, не является стрессогенным. Стресс возникает как физиологическая реакция человека на данный фактор. По мнению Н. Selye, человек реагирует по-разному: это могут быть удивительные реакции животных (кролика, льва, вола).

По видам стресс классифицируется на острый стресс (непредсказуемый внешний раздражитель, например, вспомним непредвиденную ситуацию с эпидемией коронавируса) и хронический стресс (систематический накопленный профессиональный стресс, который приводит к профессиональному выгоранию работника).

В энергетической компании HR-служба разрабатывает и реализует программу по антистрессовым ситуациям, в которой имеются скрипты в отношении диагностики, профилактики, снижения и предотвращения стрессов сотрудников в рабочих зонах по добыче, транспортировке, переработке нефти и газа.

Идентифицируем стрессовые факторы в энергетической отрасли: производственный шум и вибрация, радиоактивные и химические вещества, загазованность и пыль, большие физические нагрузки, холодные погодные условия и суровый климат, сложный производственный процесс, высокая аварийность, сложные условия труда. Управляющим и инженерам нефтегазовой отрасли также свойственен такой вид стресса как эмоциональное напряжение, вызванное ответственностью за жизнь и здоровье работников, организацию производственного процесса, принятые решения, контроль и мониторинг результатов, внесение корректив в стратегию развития ВИНК, выполнение дедлайнов. Отдельные аспекты стресс-менеджмента в нефтегазовой отрасли рассмотрены в трудах [6, 7, 8].

Стресс сотрудников в энергетической отрасли сопровождается нежеланием работать, низкой производительностью труда, ухудшением качества выполненных работ и произведенных продуктов, повышенной текучестью кадров и больничных листов, ослабленной корпоративной культурой, высокой аварийностью производственного процесса. Нефтегазовая компания вынуждена нести дополнительные издержки на кадровую работу, а также усиливать имиджевую составляющую HR-бренда.

Выявим стрессовые факторы отдельного сотрудника нефтегазовой сферы: сложные отношения с коллегами и руководством, недостаточная мотивация, физические перегрузки на работе, однообразная работа. Вахтовый метод предполагает временный выезд на рабочую смену, сотрудник подвержен стрессовому состоянию, он «оторван» от семьи и привычных комфортных бытовых условий проживания [9]. Все это приводит к эмоциональному выгоранию работников нефтегазовой отрасли.

Стресс у сотрудников в энергетической отрасли проявляется в частых простудных заболеваниях и головных болях, апатии, замкнутости, нежелании общаться, потере аппетита и сна, тревожности и эмоциональной неустойчивости.

Стратегическим направлением стресс-менеджмента на уровне компании выступает маркетинговый подход к персоналу по выявлению ценностных ориентаций и потребностей сотрудников. Кадровая служба сможет сформировать эффективные способы материального и нематериального стимулирования и благоприятного коммуникативного взаимодействия между подразделениями, а также разработать стратегию по управлению стрессогенными факторами на уровне компании.

Рекомендации по управлению стрессами сотрудников нефтегазовой компании можно свести к следующим моментам: разработка стратегии управления человеческими ресурсами, в том числе «управление молодыми талантами» [10, 11], современные методы развития персонала, диагностическая оценка персонала на рабочих местах, эффективные социальные программы для сотрудников, «партисипаторное управление персоналом» [12], «геймификация» [13], «формирование социального иммунитета в организационных отношениях» [14], отлаженная корпоративная культура и сильный HR-бренд [15].

Рекомендации по управлению стрессом на личностном уровне отдельного сотрудника: эффективный тайм-менеджмент (смена труда и отдыха), поиск «якорей», мотивирующих на работу, перераспределение функционала, изменение рабочего графика, ротация деятельности, карьерный рост, повышение квалификации, как на курсах «Стресс-менеджмент», «Эмоциональное выгорание», так и по освоению новых профессиональных компетенций.

Таким образом, можно сделать вывод, что управление стрессом – важный компонент общего менеджмента, который отражается, с одной стороны, на психологической составляющей личности сотрудника, а, с другой, – влияет на экономический результат деятельности и качество производственного процесса в целом нефтегазовой компании.

### **Библиографический список**

1. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Особенности HR-менеджмента в нефтяной компании // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Материалы XX Междунар. научной конференции. – Уфа, 2020. – С. 164–167.
2. Кузнецов, Е. В., Кузнецова, Е. В. Анализ деятельности вертикально-интегрированных нефтяных компаний России // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: Сборник научных трудов / Под ред. И. Я. Рувенного. – Уфа, 2021. – С. 116–120.
3. Аналитический обзор ВЦИОМ «Стресс – и как с ним бороться?». 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/stress-i-kak-s-nim-borotsja> (дата обращения: 22.09.23).

4. Кузнецов, Е.В., Кузнецова, Е.В. Анализ рынка труда по специальности «инженер по эксплуатации газонефтепроводов» // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: сборник научных трудов / Под ред. И.Я. Рувенного. – Уфа, 2021. – С. 120–124.
5. Selye, H. A Syndrome Produced by Diverse Nocuous Agents // Wayback Machine. – 2008. – Vol. 138. – July 4. – P. 32.
6. Bresic, J., Knezevic, B., Milosevic, M., Tomljanovic, T., Golubic, R., Mustajbegovic, J. Stress and work ability in oil industry workers // Arh Hig Rada Toksikol. – 2007. – Dec. – 58 (4). – P. 399–405. DOI: 10.2478/v10004-007-0032-4.
7. Bento, F. Organizational resilience in the oil and gas industry: A scoping review // Safety Science. – 2020. – 20 October. – DOI: 10.1016/j.ssci.2020.105036.
8. Савчук, И.И. Особенности управления персоналом нефтегазового предприятия в условиях вахтового метода работы // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – №5 (107). – С. 50–54. – DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.107.5.074>.
9. Брыксина, В.Д. Работа вахтовым методом: ожидания и потребности соискателей // Управление развитием персонала. – 2016. – №1. – С. 28–32.
10. Карпова, Д.С., Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. «Система непрерывных улучшений» как метод управления предприятием // Управление экономикой: методы, модели, технологии: сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 115–118.
11. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Подход «вовлечь нельзя потерять» к управлению талантами новой формации // Управление экономикой: методы, модели, технологии: сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 137–141.
12. Амирханова, Л.Р., Бикметов, Е.Ю. Партисипаторное управление как средство снижения внутриорганизационной конкуренции персонала // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 76–79.
13. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Управление персоналом и HR-геймификация в энергетической отрасли // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: сборник научных трудов / под ред. И.Я. Рувенного. – Уфа, 2021. – С. 56–62.
14. Бикметов, Е.Ю., Галиханов, Р.Р., Голиков, С.В., Кузнецова, Е.В. Формирование социального иммунитета в организационных отношениях // KANT: Social science&Humanities. – 2023. – №3 (15). – С. 72–77. EDN: NERNTV. DOI: 10.24923/2305-8757.2023-15.8.
15. Богатырева, М.Р. HR-брендинг как инновационный способ управления персоналом // ФГУ Science. – 2022. – № 4 (28). – С. 19–23.

© Кузнецов Е.В., 2023

Я.В. КУЗНЕЦОВ

*ufayaroslav.mudri@mail.ru*

Науч. руковод. – С.П. ВЕРЕМЕЕВА

*МАОУ «Гимназия № 64» им. В.В. Горбатко*

## **КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ТИПЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РЕСТОРАНА**

*Аннотация:* рассматривается корпоративная культура как социальное явление и важнейший инструмент управления современной организацией. В ресторанном бизнесе имеются свои особенности проявления корпоративной культуры. Предлагается типология корпоративной культуры по разным классификационным признакам.

*Ключевые слова:* корпоративная культура, ресторан, ресторанный бизнес, типология корпоративной культуры, особенности корпоративной культуры ресторана.

«Исследование корпоративной культуры ресторана актуализируется значимостью данного фактора, влияющего на управленческую деятельность посредством формирования ценностей, усиливающих бизнес. К ценностям, прививаемым всем сотрудникам организации общественного питания, можно отнести: маркетинговоориентированный подход к внешним целевым аудиториям и коллегам; сотрудничество с надежными партнерами в бизнес-среде; честность и «прозрачность отношений» со стейкхолдерами; техническое лидерство в секторе HoReCa, гибкость и инновационные решения; качество блюд, высокий сервис и работа на результат; наконец, уважение к потребителям, решение социально-значимых проблем (культуры здорового питания, традиций национальной кухни региона), касающихся общества в целом» [1].

«Корпоративная культура – это воспитание и образование сотрудников организации, «возделывание» комфортного морального климата в коллективе, почитание традиций, символов, героев и ритуалов компании. Корпоративная культура – залог эффективного менеджмента компании» [1]. «Корпоративная культура позволяет дифференцироваться ресторану, что выступает существенным конкурентным преимуществом; интегрирует сотрудников, формирует «коллективную преданность»; придает стабильность организации; определяет смысл действиям сотрудников, управляет «талантами» и мотивирует их» [2].

По мнению автора, «корпоративная культура ресторана – это социальное явление, выражающееся в определенных формах поведения сотрудников

ресторана, межорганизационных отношениях, ценностях, убеждениях, нормах, традициях, ритуалах с учетом воздействия социокультурных факторов» [1].

Корпоративную культуру организации можно идентифицировать с точки зрения различных классификационных типов (табл. 1).

Таблица 1

Классификация типов корпоративной культуры

Название концепции, автор	Типы корпоративной культуры	Сущность типов корпоративной культуры (на примере ресторана)
1	2	3
Трехуровневая модель корпоративной культуры, Э. Шейн [3], 1981	Поверхностный/символический уровень (символы и артефакты)	Дресс-код сотрудников, фирменные бейджи, интерьер/экстерьер ресторана, компоненты бренд-бука, сервировка столов, меню, время работы ресторана, принятые ритуалы, стиль общения руководителя с подчиненными, коллегами, сторителлинг
	Подповерхностный уровень (убеждения и ценности)	Видение и миссия ресторана, стратегии, ценностные ориентиры, нормы поведения, этические принципы
	Глубинный уровень (поведенческие установки)	Поведенческие ориентиры, отношение сотрудников к своей деятельности, клиентоориентированный подход к гостям ресторана, позиция ресторана в пространстве и времени (общественное мнение)
Спиральная динамика К. Грейвза, Д. Бек, К. Коуон, 1996	Корпоративная культура, ориентированная на индивидуальность	Бежевая – культура выживания; красная – культура силы; желтая – культура гибкости; оранжевая – культура успеха
	Корпоративная культура, направленная на коллектив	Синяя – культура правил; зеленая – культура согласия; фиолетовая – культура принадлежности; бирюзовая – культура синтеза управления, автономии, инноваций и креатива
Корпоративная культура Дж. Зонненфельда, 1988	Бейсбольная команда	Сотрудники – активные «игроки» с упором на индивидуальность; преобладает в быстроразвивающихся организациях, в частности, в сфере общественного питания
	Академия	«Выращивание» специалиста по вертикали в рамках одного подразделения
	Клуб	Доминируют духовные ценности, высокая приверженность к организации, стабильность, низкая текучесть кадров
	Крепость	Антикризисная корпоративная культура в период реорганизации бизнеса

1	2	3
Модель корпоративной культуры Р. Барретта, 1998	Физические ценности сотрудников	Культура выживания
	Эмоциональные ценности сотрудников	Культура отношения; культура самоуважения
	Ментальные ценности сотрудников	Культура преобразования
	Духовные ценности сотрудников	Культура внутренней сплоченности; культура изменений; культура служения обществу
Модель корпоративной культуры Д. Денисона [4], 1990	Направленность активности корпоративной культуры	Культура, ориентированная на сотрудников; культура, нацеленная на внешнее окружение ресторана
	Реакция корпоративной культуры на изменения внешней среды	Стабильная корпоративная культура; гибкая корпоративная культура
Модель «конкурирующих ценностей», К. Камерон, Р. Куинн [5], 1981	Клан (сплоченность, приверженность)	Лидер – «отец-воспитатель», сотрудники – дружелюбный коллектив. Клановая культура часто встречается в ресторанном бизнесе
	Бюрократия (прибыль, регламенты)	Лидер – «наставник-контролер», сотрудники работают по строгим стандартам и регламентам
	Адхократия (рост, творчество)	Лидер – «новатор», организации свойственны проектные методы менеджмента
	Рынок (конкурентные преимущества)	Лидер – «соперник-надсмотрщик», сотрудники (официанты ресторана), конкурируя друг с другом, используют клиентоориентированные стратегии, нацеленные на результат
Модель корпоративной культуры Ч. Хэнди, 1985	Культура власти (контроль, признание)	Культура Зевса, построенная на единоначалии и властных полномочиях, силе, заботе о подчиненных
	Культура роли (рациональность, безопасность, полезность)	Культура Аполлона – принятие решений и вся информация сосредоточена в топ-менеджменте
	Культура задачи (эффективность, рост)	Культура Афины – грамотная постановка заданий, эффективный тайм-менеджмент. В ресторанном бизнесе превалирует данный тип корпоративной культуры
	Культура личности (изменение)	Культура Диониса – автономия, свобода мышления, творчество, индивидуализм



1	2	3
<p>Модель корпоративной культуры М. Бурке</p>	«Оранжерея»	Бюрократизм, конформизм, низкая мотивация персонала
	«Собиратели колосков»	Система ценностей базируется на уважении к руководителю, слабая мотивация персонала
	«Огород»	Принципы тейлоризма, ориентация на опыт, бенчмаркинг, низкая мотивация персонала
	«Французский сад»	Бюрократизм, ориентация на опыт
	«Крупные плантации»	Гибкость, характерна для крупных компаний, приспособление к изменениям окружающей среды, высокая мотивация персонала
	«Лиана»	Децентрализация, клиентоориентированность малого количества сотрудников, высокая мотивация персонала, ставка на технологии и цифровизацию
	«Косяк рыбок»	Гибкость, ориентация на рынок, инновации, изменения, высокая мотивация персонала. Данная модель наиболее приемлема для ресторана
	«Кочующая орхидея»	Меняющиеся отрасли и организационные структуры
<p>Модель корпоративной культуры Т. Дила, А. Кеннеди [6], 1982</p>	«Крутые парни»	Яркий индивидуализм, риск, нацеленность на успех, разрозненные ценности, высокая текучесть кадров
	«Ставь на свою команду»	Высокий риск, принятие стратегических решений, долгосрочное партнерство и сотрудничество, надежность и стабильность
	«Кто хорошо работает, тот хорошо отдыхает»	Оптимизм, энергичность, ценности командной работы, работники практически не принимают самостоятельных решений из-за высокого риска. Корпоративная культура характерна для общепита
	«Ориентация на процесс»	Процессный подход доминирует над результативностью, упор на технологичность бизнес-процессов, консерватизм. Корпоративная культура характерна для крупных компаний, функционирующих в зрелых отраслях

1	2	3
Модель корпоративной культуры К. Эрли, Э. Мосаковски [7] (типология культурной компетентности отдельного сотрудника компании)	«Провинциал»	Успешный сотрудник в привычной среде организации, но не готовый к стратегическим изменениям
	«Аналитик»	Бенчмаркинг корпоративной культуры разных организаций или подразделений
	«Интуитивный»	Большая роль интуиции при выборе ценностей
	«Посол»	Почитание корпоративной культуры/субкультуры разных организаций
	«Подражатель»	Сотрудник умеет приспособиться к корпоративным ценностям и традициям. Новички в ресторане зачастую используют данный тип корпоративной культуры
	«Хамелеон»	Талантливый сотрудник, проявляющий максимально культурную компетентность и высокие результаты, даже если его личные ценности расходятся с ценностями компании

Рассматривая корпоративную культуру в ресторанном бизнесе, можно отметить следующие ее особенности, отражающие именно данную отрасль:

1. «Управление клиентским опытом [8] и клиентоориентированностью – умение привлекать дополнительный поток клиентов и увеличивать дополнительную прибыль за счет высокого уровня понимания и удовлетворения возникающих потребностей клиентов» [1].

2. HR-брендинг – позитивный имидж ресторана как работодателя. В ресторанном бизнесе особенно важно «заработать хорошую репутацию не только среди своих клиентов, но и своих сотрудников в рамках HRM» [9].

3. Участие сотрудников в принятии управленческих решений. «Рекомендуется демократический стиль управления с учетом мнения рядовых работников, участия их в принятии тактических решений в отношении меню, обслуживания клиентов и стратегических решений – в отношении развития ресторана [10].

4. Формирование системы адаптации, развития и обучения персонала [11]. В ресторанах многие сотрудники принимаются без опыта работы. У одних отсутствуют навыки в данной отрасли, у других некоторый опыт имеется, но он был получен в других компаниях, с другими ценностями и устоями, а «потому не всегда вписывается в корпоративную культуру ресторана» [9]. Предлагается к внедрению форматы стажировки, менторинга, баддинга, Job Shadowing, «системы непрерывных улучшений» [12], «управления талантами» новой формации.

5. Внутренний бенчмаркинг – преемственность лучшего опыта ресторана.

6. Цифровизация корпоративной культуры – внутренние корпоративные сети, применение геймификации [13]. «Также изменение в корпоративной

культуре происходят под воздействием отдельных блогеров компании и глобального тренда современности – информатизации общества» [1].

Таким образом, сформированная и эффективная корпоративная культура – один из ключевых элементов успеха ресторана.

### **Библиографический список**

1. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Корпоративная культура современной организации // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований: материалы VIII Междунар. научно-практической конференции, г. Уфа, 2019. – С. 233–236.

2. Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. Подход «вовлечь нельзя потерять» к управлению талантами новой формации // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 137–141.

3. Шейн, Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.

4. Denison, D. R. Corporate Culture and Organizational Effectiveness // The Academy of Management Review. – 1991. – Vol. 16 (1). – P. 203.

5. Cameron, K. S., Quinn, R. E. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework. – John Wiley & Sons, 2011. – 256 p.

6. Deal, T. E., Kennedy, A. A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. – Harmondsworth: Penguin Books, 1982. – 232 p.

7. Эрли, К., Мосаковски, Э. Культурная компетентность // Harvard Business Review-Россия. – 2004. – № 2. – С. 15–19.

8. Бикметов, Е.Ю., Галиханова, Л.И., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Использование клиентского опыта для принятия маркетинговых решений в здравоохранении // KANT. – 2023. – № 3 (48). – С. 4–9.

9. Шуткова, В.В., Кузнецова, Е.В., Касимова, Э.Р. Корпоративная культура в ресторанном бизнесе // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности. Сборник научных трудов. – Уфа, 2016. – С. 344.

10. Амирханова, Л.Р., Бикметов, Е.Ю. Партисипаторное управление как средство снижения внутриорганизационной конкуренции персонала // Управление экономикой: методы, модели, технологии: сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 76–79.

11. Богатырева, М.Р., Шарипова, А.А. Адаптационные мероприятия для новых сотрудников // Экономические исследования и разработки. – 2022. – № 12. – С. 107–111.

12. Карпова, Д.С., Муллаянова, Л.И., Кузнецова, Е.В. «Система непрерывных улучшений» как метод управления предприятием // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 115–118.

13. Рувенный, И. Я., Касимова, Э. Р., Кузнецова, Е. В. Геймификация как управленческая технология // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 2 (51). – С. 171–175.

© Кузнецов Я.В., 2023

Д.А. ЛАПШИНА

*tennet1001@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. полит. наук, доц. Е.Н. БАШИРИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ПРОЕКТНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ**

*Аннотация:* в статье представлены ключевые факторы, влияющие на эффективность реализации проектов. Проанализированы основные методы для достижения максимальной продуктивности команды. Приведен практический пример инновационной организации рабочего процесса.

*Ключевые слова:* менеджмент, проектный менеджмент, управление проектами, эффективность, команда, планирование.

Особую актуальность в последнее время приобретает вопрос о внедрении в управление организацией новых принципов проектного менеджмента, так как использование гибких методов управления является инструментом достижения поставленных целей в необходимые сроки и с максимальной эффективностью. В данной статье рассмотрены основные факторы, влияющие на продуктивность команды для успешной реализации проектов.

В рамках управления проектом менеджер поэтапно решает четыре важные задачи: планирование, организация, мотивация сотрудников и контроль результатов. Все они тесно связаны друг с другом и образуют единую систему, от которой зависит успех в управлении проектом и конечный результат. Зачастую проблемы возникают, когда менеджер неверно спланировал или организовал процесс, вовремя не проследил о мотивации команды. В большинстве случаев, причины несоблюдения сроков в проекте зависят от соответствующей работы на первых двух этапах [1].

Так, во время планирования управленец опирается на опыт работы с похожими проектами и информацию, поступающей из внешней и внутренней среды. Однако эти данные не гарантируют разработку плана, который будет учитывать все вводные и приведет к результату, так как на первоначальном этапе возможен риск переоценки известной менеджеру информации. Чтобы минимизировать возможный ущерб, следует вовремя замечать любые события, которые могут повлиять на сроки, и оперативно реагировать на них. В части организации процесса необходимо также своевременно реагировать на изменения и межкоммуникационные явления в команде. Для этого следует ответить на вопросы, касающиеся: динамики проекта, эмоционального климата в команде, уровень коммуникации членов команды, эффективного распределения задач.

Таким образом, для того, чтобы уложиться в сроки реализации проекта, необходимо вовремя реагировать на любые сигналы и внешние обстоятельства, которые влияют на проект. Проблему нужно решать, параллельно сдвигая сроки или перераспределяя задачи.

Далее рассмотрим несколько принципов и методов повышения эффективности работы в управлении проектами.

1. Процесс проверки результатов деятельности команды и адаптации под изменяющиеся условия. Для реализации данного принципа следует как можно чаще прерывать текущую работу, пересматривать созданное, анализировать сделанное и находить способ, как ту же работу можно автоматизировать или ускорить. Для этого важно создать условия, при которых члены команды смогли выяснить причину, мешающую ускорять процессы.

2. Такие составляющие как долгие совещания, бюрократические процедуры и ведение документации могут сместить фокус внимания с разработки полезного продукта на соблюдение формальностей. Короткие циклы в планировании деятельности помогут быстро наладить взаимосвязь с благополучателем и оперативно избавляться от всего, что замедляет рабочий процесс.

3. Мотивация на совершенствование и общее понимание цели своей работы – залог успешной команды. Руководителю следует создать комфортную среду для поиска нестандартных решений для рядовых задач. Также важно, чтобы члены команды осознавали свой потенциал и имели высокую самооценку, чтобы расширять собственные возможности.

4. Автономность и многофункциональность каждого члена команды. В таком случае, группа трансформируется в самоорганизующуюся и самоуправляемую систему, каждый работник которой способен действовать самостоятельно, принимать решения и реализовывать их от первого до последнего этапа. Проверить, выстроена ли работа в команде по этому принципу можно следующим образом: необходимо спросить у одного из сотрудников, над чем он сейчас работает. Если специалист, отвечая, называет проект в целом, над которым трудится вся команда, а не свою специальность – значит данное правило работает. В другом случае, идентификация работника со своей специальностью указывает на несоблюдение этого принципа.

5. «Малочисленные группы показывают лучшую командную динамику, в отличие от многочисленных. Если коллектив слишком большой, то способность каждого его члена вступать в продуктивное общение с другим ее членом резко падает. Часто, многочисленные команды разбиваются на подгруппы, отчего возникает недопонимание и даже противоположные цели. Время совещаний увеличивается, а коллектив утрачивает свою универсальность. Таким образом, дополнительные исполнители затрудняют коммуникацию и размывают ответственность, тем самым заставляют команду работать медленнее» [2].

6. Сверхурочная работа свидетельствует об ошибках планирования. Дополнительная работа во время, которое отведено на отдых, не приносит больше закрытых задач. Такая работа приводит к усталости, снижению

мотивации и эмоциональному выгоранию членов команды, которые в свою очередь ведут к ошибкам и снижению работоспособности.

В заключение приведем пример из организационной практики менеджмента – это метод Scrum в управлении проектами.

«Для применения данного метода на рабочем месте команды устанавливается маркерная доска, которую делят на несколько колонок: «Бэклог»; «В работе»; «Сделано». Перед каждым спринтом (небольшой ограниченный цикл работ в проекте) члены команды наклеивают в колонку «Бэклог» столько стикеров с задачами, сколько, как им кажется, они могут выполнить за неделю. В течение недели специалисты берутся за определенную задачу и переклеивают стикер в колонку «В работе». Когда задача выполняется, стикер перемещается в колонку «Сделано». Таким образом, каждый член команды в любой момент наглядно может видеть, над чем сейчас работают остальные» [2]. Руководитель, в свою очередь, может анализировать, на каком этапе на данный момент реализация проекта и как можно ее скорректировать для достижения лучших показателей.

Также важной составляющей Scrum-метода является проведение коротких совещаний, которые занимают не более 15 минут и строятся на ответах каждого члена команды только на 3 вопроса.

1. «Что ты делал вчера, чтобы помочь команде завершить спринт?
2. Что ты будешь делать сегодня, чтобы помочь команде завершить спринт?
3. Какие препятствия встают на пути команды?» [2].

«Задача таких встреч в том, чтобы команда была осведомлена о занятости каждого из ее членов, а в случае возникновения трудностей – совместно найти решение по их преодолению в сжатые сроки» [2]. Следовательно, данным методом можно выстроить механизм для самоорганизации команды, который дает возможность стремительно повышать скорость и качество разработок [2].

Управление проектами – сложный процесс, в котором руководителю нужно учитывать множество факторов, в большинстве своем постоянно изменяющихся, чтобы в поставленные сроки достичь наилучшего результата. К счастью, в теории и практике менеджмента существует достаточно методов и принципов, включив в работу которые, можно организовать работу команды самым эффективным способом. «Главное для управленца – регулярно проверять ход работ и анализировать полученные результаты, а также постоянно поднимать следующие вопросы: есть ли способы усовершенствовать процессы и выполнять работу наиболее качественно и быстро; существуют ли факторы, препятствующие выполнению задачам» [2].

### **Библиографический список**

1. Вашлаев, А.Д. Факторы эффективности управления человеческими ресурсами в проектном менеджменте // Управление научно-техническими проектами: Четвертая Междунар. научно-техническая конференция: материалы конференции. – М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2020. – С. 26–29.
2. Сазерленд, Д. Scrum. Революционный метод управления проектами / пер. с англ. М. Гескиной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.

© Лапшина Д.А., 2023

Ю.Р. МАНКЕЕВА

*Moriarti2727@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ В УПАКОВКЕ**

*Аннотация:* рассматриваются инновационные решения в упаковке, выявляются важные составляющие инновационных упаковок, такие как материал, функционал, дизайн, технологии. Приводятся примеры компаний, реализующих маркетинговые инструменты для разработки инновационных упаковок.

*Ключевые слова:* упаковка, инновационные решения, инновационные упаковки, биоразлагаемые материалы, вакуумная упаковка, дизайн упаковки, функционал упаковки.

Целью данной научной статьи является исследование инновационных решений в упаковке, выявление перспективных технологий, материалов и дизайнерских решений, которые могут принести значительные преимущества для бизнеса и потребителей в области упаковки.

Актуальность. Тема инновационных решений в упаковке находится в центре внимания современного маркетинга и потребительского поведения. Упаковки являются неотъемлемой частью производственного процесса и товарного предложения в бизнесе [1], они защищают продукты от внешней среды, предотвращают потери и повреждения на складе, улучшают вкус и срок годности продукта [2].

Однако, наряду со своими базовыми функциями, упаковки также могут направлять и влиять на выбор потребителей, создавать уникальный бренд и четко отражать ценности компании [3]. Новые технологические разработки предоставляют возможность создания инновационных решений в упаковках, что позволяет значительно снизить затраты и улучшить надежность продукции.

Важно отметить, что упаковки являются одним из решающих аспектов для покупателей при выборе продукции. Инновационные упаковки, способные снижать затраты, сохранять товары в лучшем состоянии в течение большего времени, удобные в использовании, могут стать конкурентным преимуществом для компаний, предлагающих аналогичную продукцию.

Проблема исследования. Так как существует множество проблем, связанных с упаковкой, которые требуют решения, то инновационные подходы могут стать одним из средств, которые помогут не только улучшить экологию, но еще и упростить жизнь многим людям, но иногда эти инновации

не получают достаточного внимания и поддержки со стороны отрасли и общества в целом.

Результаты. Инновационные упаковки – это новые или усовершенствованные подходы, материалы или технологии, применяемые для упаковки товаров. Они отличаются от традиционных упаковочных решений тем, что предлагают новые возможности и преимущества, связанные с улучшенной функциональностью, эффективностью или устойчивостью.

Инновационные упаковки могут включать в себя различные аспекты.

1. Материалы: использование новых, более экологически чистых и устойчивых материалов, таких как биоразлагаемые пластмассы, переработанные материалы или комбинации различных материалов, которые обеспечивают оптимальные свойства сохранности товара и снижают давление на окружающую среду.

2. Функциональность: инновационные упаковочные решения могут предлагать новые функции и возможности для потребителей и производителей. Например, упаковка с встроенным механизмом открывания, повторное закрывающиеся упаковки, упаковки с контролем температуры или уникальными этикетками для облегчения идентификации товара.

3. Дизайн: инновационные упаковки могут иметь совершенно новый внешний вид и эстетику, эмоционально привлекая внимание потребителей [4] на полках магазина или в онлайн-среде, усиливая привлекательность бренда и содействуя продажам.

4. Технологии: применение новых технологий в упаковке, например, использование смарт-этикеток, QR-кодов или RFID-меток, которые позволяют проследить и контролировать всю цепочку поставок, узнать о происхождении товара и проверить его подлинность [5].

Инновационные упаковки имеют огромное место в современном рынке, поскольку они обеспечивают улучшенную защиту, удобство использования и оригинальность товаров, а также способствуют сокращению отходов и отрицательного воздействия на окружающую среду. Они также могут помочь компаниям выделяться на рынке, привлекая новых потребителей и формируя положительное впечатление о продукте и бренде.

Уже сейчас некоторые компании активно внедряют инновационные упаковки в свой бизнес [6]. Такие компании являются не только лидерами среди конкурентов, но и имеют популярность среди журналистов и СМИ.

Примеры инновационных упаковок, которые уже стали популярными. «Быстрая упаковка для быстрых дискаунтеров», – все больше дискаунтеров выбирают выдвигать товары в шоу-боксах, ибо из-за подобной упаковки потребителю комфортно ориентироваться в брендах, а сам дискаунтер минимизирует расходы на выкладку – можно взять коробку, оторвать по перфорированному контуру крышку и поставить готовый шоу-бокс с товаром на полку. Данный тренд уже популярен в Европе и набирает известность в России. Отдельные европейские и американские сети выставляют обязательное требование к производителям доставлять продукцию в шоу-



боксах. Так, Stora Enso множество раз доводилось разрешать задачи западных изготовителей и изменять обычную коробку в шоу-бокс при этом самим изготовителям важно, чтобы производственный ход сохранился прежним, а цена новой упаковки поднялась не критично. Это сложная задача, потому что, если на картонную коробку наносить отрывные элементы, ее надежность падает. Компенсировать падение прочности, наращивая вес гофрокартона – невыгодно, это приведет к резкому удорожанию шоу-бокса.

Следует учесть все нюансы и просчитать, где наметить отверстия, какого масштаба они должны быть, какими ножиками их вернее сделать, какой шаг перфорации заложить. Только так возможно образовать решение, которое будет обладать наибольшей конструктивной прочностью. Может показаться, что чем дешевле вторичная упаковка, тем лучше, но это не так. Сбережение на упаковке оборачивается утратами на возврате и логистике. Например, производитель желает установить в автотранспортном средстве коробки друг на друга, а вынужден перевозить их в один ряд, так как нижние коробки не выдерживают вес верхних. Метод увеличить результативность автотранспорта и склада – оптимизировать габариты упаковки с учетом вида продукции, для которой она предназначена. В любом четырехклапанном или оберточном коробе имеются миллиметры, а порой и сантиметры, свободного пространства, которые воздействуют на край короба, а также на полноту загрузки поддона.

Экологичные упаковочные решения для напитков в бутылках и банках. Smurfit Kappa презентовала инновационные решения для напитков, сменяющие одноразовую пластмассовую упаковку. Намерение GreenClip от Smurfit Kappa – это альтернатива пластиковым кольцам, которые часто применяются для упаковки шести банок. В СМИ популярнее публикуют ошарашивающие изображения морских животных и птиц, запутавшихся в пластмассовых кольцах. Следовательно, многочисленные поставщики напитков устремляются пользоваться упаковкой, которая не будет наносить вред окружающей среде. GreenClip стал гофрокартонной альтернативой для связки банок, впрочем, его можно благополучно использовать для продажи отдельных товаров. Для замены термоусадочной пленки, используемой для формирования и торговли многих банок в одной упаковке, Smurfit Kappa рекомендовала решение TopClip. Подобная упаковка абсолютно покрывает верхнюю часть банок, предохраняя их от вероятных загрязнений. Кроме того, она отлично годится для размещения рекламы и продвижения бренда.

По сравнению с пластиковой упаковкой, при изготовлении TopClip образуется на 30% меньше выбросов углекислого газа. Новый материал не содержит пластмасс и на 100% подходит для переработки, является восстанавливаемым и для изготовления подобной упаковки необходимо меньше сырья и не применяется клей, оттого она более экологична, чем другие показавшиеся в последнее время на рынке решения. А два прорезанных отверстия в упаковке разрешают свободно брать продукт в магазине. Nor-Grip – это инновационное решение из гофрокартона, позволяющее отказаться от термоусадочной пленки для упаковки бутылок.

Стратегические маркетинговые решения в упаковках, которые помогут инновационным упаковкам получить известность [7]:

1. Вакуумная упаковка позволяет продуктам быть защищенными от воздействия света, кислорода и бактерий.

2. «Умные» упаковки могут предупреждать о том, что продукт просрочился или скоро просрочится, и давать советы по хранению продуктов.

3. Некоторые упаковки обладают способностью самоохладиться, поэтому продукты остаются свежими долгий период времени.

4. Упаковки, изготовленные из биоразлагаемых материалов, создаются исключительно из растительных продуктов без использования нефти.

5. Упаковки с уникальными формами и дизайном повышают восприятие продукта и предотвращают путаницу при покупке.

Таким образом, инновационные упаковочные решения являются важным инструментом маркетинга.

### **Библиографический список**

1. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Роль технологических стартапов в бизнесе // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы междунар. научно-практической конференции. – Донецк, 2022. – С. 101–106.

2. Кузнецова, Е.В. Эффективность и безопасность логистического процесса на складе // Экономика. Экология. Безопасность: материалы Международной научно-практической конференции / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: РИК УГАТУ, 2020. – С. 142–146.

3. Мельников, О.Н., Ларионов, Г.В., Борисов, С.Ю. Триединство «товар – упаковка – бренд» как основа повышения конкурентоспособности предпринимательских структур // Российское предпринимательство. – 2008. – Т. 9. – № 9. – С. 9–13.

4. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Сущность и технологии маркетинга эмоций // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 1 (58). – С. 59–63.

5. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Развитие инновационных промышленных проектов как стратегия импортозамещения // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – № 2 (63). – С. 50–54.

6. Акулич, М. Инновационные решения по товарам и упаковке. – М.: Литагент Ридеро, 2020 – 154 с.

7. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

© Манкеева Ю.Р., 2023

К.С. МИХАЙЛОВА, Р.Б. ЛУКАШОВ

*shmk2015@mail.ru, rodion.lukashov.2002@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. И.Я. РУВЕННЫЙ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ**

*Аннотация:* статья представляет собой аналитическое исследование эффективности мобильного маркетинга в контексте современного бизнеса. Исследование подчеркивает значимость мобильного маркетинга в современной бизнес-среде и дает полезные рекомендации по анализу и оптимизации процессов, способствующих достижению высоких результатов в этой области.

*Ключевые слова:* мобильный маркетинг, эффективность, современный бизнес, потребители, конверсия, платформы и приложения, управление рекламными кампаниями, аудитория, измерение результатов, персонализация.

В современном бизнесе мобильный маркетинг приобретает все большую релевантность и значимость. С развитием технологий и распространением мобильных устройств многие компании и предприниматели сталкиваются с необходимостью адаптировать свои маркетинговые стратегии к новым условиям. «Стратегии ... выступают ключевыми, базовыми элементами ... управления, связанного с принятием научно обоснованных решений, направленных на долгосрочную прибыльность, устойчивое конкурентное преимущество на рынке на основе знания его конъюнктуры, закономерностей, существующих и перспективных потребностей ...» [1, с. 459]. Мобильный маркетинг представляет собой использование мобильных устройств и мобильных приложений для достижения маркетинговых целей, таких как привлечение новых клиентов, удержание существующих, повышение узнаваемости бренда и увеличение продаж.

Целью данной статьи является анализ эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе. Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- провести обзор научной литературы по теме,
- описать методологию исследования,
- проанализировать полученные результаты и сформулировать выводы и рекомендации.

Исследования показывают, что мобильный маркетинг может быть эффективным инструментом для достижения стратегических маркетинговых целей в условиях цифровой экономики [2]. Однако, эффективность мобильного маркетинга может зависеть от различных факторов, таких как целевая

аудитория, использование персонализации и контекстной рекламы, качество предоставляемого контента и удобство использования мобильных приложений. В данной работе будет использована методология исследования, включающая опрос среди потребителей и анализ полученных данных. Ожидается, что анализ данных позволит выявить основные факторы, влияющие на эффективность мобильного маркетинга, и сравнить результаты с предыдущими исследованиями. Анализ эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе имеет важное значение для практиков и исследователей в области маркетинга. Результаты исследования позволят разработать рекомендации по улучшению мобильных маркетинговых стратегий, а также определить возможные направления для будущих исследований в данной области.

Мобильный маркетинг представляет собой комплекс маркетинговых стратегий и тактик, направленных на привлечение и удержание клиентов с помощью мобильных устройств и приложений. Он является эффективным инструментом для достижения маркетинговых целей, таких как увеличение продаж, улучшение взаимодействия с клиентами и повышение узнаваемости бренда [3]. Виды мобильного маркетинга включают в себя SMS-маркетинг, мобильную рекламу, мобильные приложения, мобильное SEO и многое другое. Каждый из них имеет свои особенности и преимущества в контексте мобильной среды. Например, мобильная реклама может быть настроена для таргетированной рекламы на основе геолокации или интересов пользователя, а мобильные приложения позволяют создавать персонализированный и удобный интерфейс для взаимодействия с клиентами.

Ряд исследований уже проводился в области эффективности мобильного маркетинга. Например, исследования показали, что использование персонализации, адаптивного дизайна и мгновенных push-уведомлений может значительно повысить эффективность мобильных маркетинговых кампаний. Кроме того, некоторые исследования указывают на важность создания качественного и релевантного контента для удержания и привлечения клиентов через мобильные устройства. Важно отметить, что обзор литературы служит основой для выполнения исследования по анализу эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе. Более детальный анализ предыдущих исследований позволит определить основные факторы, влияющие на эффективность мобильного маркетинга, и сравнить полученные результаты с результатами ранее проведенных исследований в данной области.

Для анализа эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе будет использована следующая методология исследования. В данном исследовании будет использовано комбинированное подход, включающее опрос среди потребителей и анализ полученных данных. Опрос позволит получить мнение и предпочтения потребителей относительно мобильного маркетинга, а также оценить их восприятие и опыт использования мобильных приложений и рекламы. Полученные данные будут проанализированы

с использованием статистических методов и интерпретированы для выявления факторов, влияющих на эффективность мобильного маркетинга.

Выбор комбинированного подхода объясняется необходимостью получить комплексные и достоверные данные о восприятии потребителей относительно мобильного маркетинга. Опрос позволит получить качественные данные от самых непосредственных участников процесса – потребителей. Анализ данных с использованием статистических методов обеспечит объективное и количественное представление о том, как различные факторы влияют на эффективность мобильного маркетинга.

Выборка для опроса будет представлена случайно выбранными потребителями из различных географических и социально-демографических групп. Опрос будет проводиться с использованием онлайн-анкеты, что позволит удобно и быстро собрать данные. В анкете будут содержаться вопросы о восприятии мобильного маркетинга, опыте использования мобильных приложений и рекламы, а также предпочтениях и ожиданиях относительно мобильного маркетинга. Применение такой методологии позволит систематизировать и анализировать данные, полученные от реальных пользователей мобильных устройств и приложений. Это поможет более точно определить факторы, влияющие на эффективность мобильного маркетинга и сделать основанные на них выводы и рекомендации. Такой подход даст возможность лучше понять потребности и предпочтения потребителей и сформулировать стратегии мобильного маркетинга, соответствующие их ожиданиям.

После сбора данных с помощью опроса и их обработки можно приступить к анализу эффективности мобильного маркетинга. Сначала будет проведен дескриптивный анализ полученных данных, который включит расчет основных статистических показателей, таких как среднее значение, стандартное отклонение и медиана. Затем будет проведен анализ зависимостей и корреляций между различными переменными, чтобы выявить возможные взаимосвязи между факторами и эффективностью мобильного маркетинга. На основе проведенного анализа данных будут выделены основные факторы, которые оказывают значимое влияние на эффективность мобильного маркетинга. Это может включать такие переменные, как тип мобильной рекламы, уровень персонализации, качество контента, удобство использования мобильных приложений и другие. При этом будет учтено как само мнение потребителей, так и статистически значимые зависимости между переменными.

Полученные результаты будут сопоставлены с результатами предыдущих исследований в области эффективности мобильного маркетинга. Сравнительный анализ позволит определить, согласуются ли полученные результаты с предыдущими выводами и насколько они согласуются с общей тенденцией развития мобильного маркетинга. В случае расхождений или новых открытий будут предложены возможные объяснения и интерпретация результатов исследования. Анализ результатов исследования позволит более точно определить, какие факторы считаются ключевыми для эффективного

мобильного маркетинга в современном бизнесе и в какой степени они влияют на его успех. Более того, такой анализ поможет выявить новые тенденции и потребности потребителей, что даст возможность разработать рекомендации и стратегии для улучшения эффективности мобильного маркетинга.

На основе проведенного исследования и анализа эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе, можно сделать следующие выводы.

Основные факторы, влияющие на эффективность мобильного маркетинга.

1. Тип мобильной рекламы: из анализа данных становится ясно, что определенные виды мобильной рекламы, такие как контекстная реклама или реклама на основе интересов пользователя, демонстрируют более высокие показатели эффективности по сравнению с другими видами рекламы.

2. Индивидуальная персонализация: персонализированный контент и реклама, учитывающие предпочтения и потребности конкретного пользователя, показывают лучшие результаты в привлечении и удержании клиентов.

3. Качество контента: высококачественный и релевантный контент, предоставляемый с помощью мобильных приложений и рекламных материалов, имеет сильное влияние на восприятие и вовлеченность клиентов [4].

Рекомендации по улучшению эффективности мобильного маркетинга.

1. Использование таргетированной рекламы, основанной на геолокации и интересах пользователя, поможет увеличить релевантность и привлекательность мобильной рекламы.

2. Разработка персонализированных мобильных приложений и контента, учитывающих индивидуальные предпочтения и потребности клиентов, позволит повысить уровень вовлеченности и лояльности.

3. Постоянное улучшение и обновление контента, чтобы он всегда был актуальным и интересным для пользователей, поможет удерживать и привлекать новых клиентов.

4. Внимание удобству использования мобильных приложений, обеспечивать простоту навигации и минимальные временные задержки, чтобы повысить удовлетворенность и удобство использования для пользователей.

Для дальнейшего развития мобильного маркетинга и улучшения его эффективности возможны следующие направления исследований.

1. Изучение влияния новых технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность на мобильный маркетинг.

2. Исследование эффективности инфлюенсер-маркетинга и рекламы через мессенджеры.

3. Анализ долгосрочных эффектов мобильного маркетинга на лояльность клиентов и рост рыночной доли.

В целом, проведенное исследование дает ценные результаты о факторах, влияющих на эффективность мобильного маркетинга, и предлагает рекомендации для его улучшения. Эти выводы и рекомендации могут быть использованы практиками и исследователями в области маркетинга

для разработки и оптимизации стратегий мобильного маркетинга в современном бизнесе.

Мобильный маркетинг является важным инструментом современного бизнеса, позволяющим привлекать и удерживать клиентов, увеличивать продажи и улучшать имидж бренда. В данной научной статье был проведен анализ эффективности мобильного маркетинга в современном бизнесе с целью выявления основных факторов, влияющих на его успех, и разработки рекомендаций для его улучшения. Исследование показало, что тип мобильной рекламы, уровень персонализации и качество контента являются ключевыми факторами, определяющими эффективность мобильного маркетинга.

Основываясь на полученных результатах, были сформулированы рекомендации для практиков маркетинга.

1. Использование таргетированной рекламы, основанной на геолокации и интересах пользователя для улучшения релевантности и привлекательности мобильной рекламы.

2. Разработка персонализированных мобильных приложений и контента для создания уникального и удовлетворяющего потребностям клиента опыта.

3. Постоянное улучшение и обновление контента для обеспечения его актуальности и интересности для пользователей.

4. Уделять особое внимание удобству использования мобильных приложений, чтобы обеспечить удобство и легкость пользования.

Дальнейшее исследование мобильного маркетинга должно сосредоточиться на анализе влияния новых технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность, на мобильный маркетинг, и изучении долгосрочных эффектов мобильного маркетинга на лояльность клиентов и рост рыночной доли. Мобильный маркетинг продолжает развиваться и изменяться. Поэтому регулярное исследование и следование новым трендам и инновациям является необходимым для успешной реализации маркетинговых стратегий в современном бизнесе. Только через постоянное анализирование и адаптацию можно обеспечить эффективность мобильного маркетинга и достижение поставленных целей.

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

2. Рувенный, И.Я. Стратегический менеджмент в условиях цифровой экономики // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике социально-экономических преобразований: сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 139–142.

3. Шабловский, А. Мобильный маркетинг – верный выход из рекламного загона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bybanner.com/article/3867.html> (дата обращения: 04.10.2023).

4. Васильева, Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 160 с.

© Михайлова К.С., Лукашов Р.Б., 2023

Е.А. НАСЫРОВА

*liza230303@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИСТОРИИ БРЕНДОВ И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ**

*Аннотация:* рассматриваются истории брендов Disney, Oreo, Lamborghini. Раскрываются элементы маркетинговых стратегий компаний и их брендинга. Разработка маркетинговых стратегий базируется на миссии и ценностях компаний, целевых аудиториях, продвижении и сбыте, эмоциях и лояльности потребителей, позиционировании и цифровых маркетинговых инструментах.

*Ключевые слова:* бренд, истории брендов, маркетинговые стратегии компаний, лояльность клиентов, позиционирование, мерчандайзинг, эмоциональный маркетинг, продвижение и коммуникация.

Целью данной научной статьи является рассмотрение брендов компаний и их маркетинговых стратегий. Рассмотрение истории основания таких известных брендов, как Oreo, Disney и Lamborghini, а также их маркетинговых стратегий, имеет огромное значение для понимания успеха в бизнесе этих компаний.

Актуальность рассмотрения историй брендов и их маркетинговых стратегий заключается в том, что они демонстрируют, как бренды могут создавать долгосрочную ценность, адаптироваться к переменам и продолжать вдохновлять и привлекать аудиторию на протяжении десятилетий. Примеры также подчеркивают важность инноваций, креативности и понимания потребностей клиентов в успешных маркетинговых стратегиях.

Проблема исследования. У бренда Oreo проблема связана с высокой конкуренцией на рынке печенья, а также с ростом интереса к здоровому питанию, что может снизить спрос на их продукцию. Их маркетинговая стратегия включает повышение узнаваемости через яркое и запоминающееся логотип, активное участие в социальных сетях и выпуск различных вариаций продукта. В случае с брендом Disney, проблема заключается в необходимости постоянного обновления контента и привлечения новых аудиторий. Их маркетинговая стратегия включает создание привлекательных историй, партнерство с другими брендами и развитие цифровых платформ для расширения доступа к контенту. У бренда Lamborghini основная проблема связана с ограниченным рынком для сверхбыстрых и эксклюзивных автомобилей. Их маркетинговая стратегия включает создание элитного и престижного образа, участие в автомобильных событиях и спонсорство спортивных мероприятий, чтобы привлечь богатых и статусных клиентов.



Бренд – комплексное понятие, которое описывает уникальную идентичность и имидж продукта, услуги, компании или организации. Бренд обозначает не только название и логотип, но и всю ассоциированную с продуктом или компанией ценность, идеологию, обещания и восприятие потребителями.

Важными аспектами бренда являются:

1) логотип и дизайн: это визуальные элементы, которые ассоциируются с брендом и могут быть легко узнаваемыми. Логотип обычно содержит уникальные символы, цвета и шрифты;

2) название бренда: это слова или фразы, которые идентифицируют продукт или компанию. Название бренда может быть тщательно выбрано для создания желаемых ассоциаций и впечатлений;

3) ценности и миссия: эти элементы описывают, что представляет собой философия бренда. Ценности могут быть связаны с качеством, экологической ответственностью, инновациями и другими аспектами;

4) история бренда: рассказ о происхождении бренда, его развитии и достижениях, может создавать доверие и привлекать клиентов;

5) качество продукции и обслуживание: бренд может быть ассоциирован с высоким качеством продукции или услуг, что может привлекать лояльных клиентов;

6) эмоциональные аспекты: часто бренды стремятся вызвать эмоциональную реакцию у потребителей. Например, бренд может быть связан с чувствами удовлетворения, комфорта, статуса или авантюризма;

7) позиционирование на рынке: это определение места бренда на рынке с учетом конкурентной среды и потребительских предпочтений;

8) лояльность клиентов: сильные бренды обычно имеют большую базу лояльных клиентов, которые предпочитают продукты или услуги этого бренда другим альтернативам.

Поговорим про маркетинговую стратегию. Что же это такое? Маркетинговая стратегия – это план действий, разработанный компанией для достижения своих маркетинговых целей и повышения эффективности своей деловой деятельности. Она определяет, как компания будет продвигать свои товары или услуги, достигать конкурентного преимущества на рынке и взаимодействовать с потребителями.

Маркетинговая стратегия включает в себя ряд ключевых элементов.

1. Определение целей и потребителей. Компания определяет свои маркетинговые цели, такие как увеличение объема продаж, расширение рынка или повышение узнаваемости бренда. Затем она изучает свою целевую аудиторию – кто они, чего они хотят и какие потребности у них существуют.

2. Исследование рынка и конкурентов. Компания проводит анализ рынка, чтобы понять основные тенденции, потребности клиентов и конкурентную ситуацию. Она изучает своих конкурентов – их продукты, цены, стратегии продвижения и позиционирование, чтобы выявить сильные и слабые стороны и определить куда она может улучшиться.

3. Выбор ценовой политики. Компания определяет стоимость своих продуктов или услуг, учитывая затраты на производство, конкурентные цены и ожидания потребителей. Ценовая политика может быть ориентирована на привлечение широкой аудитории или на позиционирование как премиум-бренд.

4. Разработка продукта или услуги. Компания создает продукт или услугу, соответствующую потребностям и ожиданиям своей целевой аудитории. Она может разрабатывать новые товары или услуги, улучшать существующие, или адаптировать их под конкретные рынки.

5. Продвижение и коммуникация. Компания создает стратегию продвижения, чтобы привлечь внимание и интерес потребителей к своим продуктам или услугам. Это включает разработку рекламных кампаний, участие в событиях, привлечение журналистов и использование различных каналов коммуникации.

6. Распределение и продажи. Компания разрабатывает стратегию распределения своих товаров или услуг для их доступности для потребителей. Это может включать развертывание розничных точек продаж, оптовых партнерств или онлайн-продажи.

Все эти элементы объединяются в единую маркетинговую стратегию, которая помогает компании достичь своих целей, установить прочные отношения с потребителями и выделиться на рынке.

Истории брендов.

Disney. Walt Disney Company основана в 1923 году Уолтом и Роем Диснеями в гараже. Она стала символом развлекательной индустрии и детства для миллионов людей по всему миру. Disney строит свою маркетинговую стратегию на создании уникальных историй и персонажей, которые вызывают эмоциональную привязанность у зрителей и поклонников. Помимо анимационных фильмов, Disney успешно расширяется в тематические парки развлечений, мультимедийные платформы и мерчендайзинг, что делает бренд еще более актуальным в современной цифровой эпохе.

Oreo. История создания бренда Oreo восходит к 1912 году, когда компания Nabisco выпустила первую партию этого уникального печенья. С тех пор Oreo стал не только одним из самых продаваемых брендов печенья в мире, но и ярким символом американской культуры. Основой успеха Oreo была способность адаптироваться к изменяющимся вкусам и потребительским предпочтениям, предлагая новые вкусы и форматы продукции. Маркетинговая стратегия бренда включает в себя создание узнаваемого логотипа и слогана, а также активное использование социальных медиа и креативных рекламных кампаний.

Lamborghini, основанный Ферруччо Ламборгини в 1963 году, известен своими роскошными и высокопроизводительными спортивными автомобилями. Бренд строит свою актуальность на инновациях и эксклюзивности. Маркетинговая стратегия Lamborghini направлена на создание уникального статуса и престижа вокруг своих автомобилей. Это

достигается через ограниченное производство, высокотехнологичные решения и активное участие в мировых автомобильных событиях.

Маркетинговые стратегии компаний [1].

Маркетинговая стратегия компании Disney основана на нескольких ключевых аспектах, которые помогают ей удерживать свою популярность и добиваться успеха на рынке развлечений:

1. Уникальный контент. Disney известна своим уникальным контентом, включая анимационные фильмы, тематические парки, телевизионные шоу и многое другое. Компания постоянно создает новые и захватывающие истории, которые привлекают внимание и вызывают эмоции у широкой аудитории. Они стремятся поддерживать свою репутацию создателя магии и фантазии [2].

2. Фокус на семейную аудиторию. Disney считает семейную аудиторию одним из своих ключевых сегментов. Они создают контент, который может быть развлекательным и интересным для всех членов семьи, от детей до взрослых. Компания также активно работает над укреплением своего бренда как надежного и безопасного выбора для семейного досуга.

3. Интеграция множества платформ. Disney активно использует различные платформы для распространения своего контента. Они владеют кинокомпаниями, телевизионными сетями, потоковыми сервисами (например, Disney+) и тематическими парками. Это позволяет диверсифицированной компании достигать максимальной охват аудитории и предлагать контент в разных форматах и на разных устройствах [3].

4. Брендový мерчандайзинг. Disney активно развивает свой мерчандайзинговый бизнес, создавая продукты с изображениями своих персонажей, игрушек и сувениров. Это позволяет им зарабатывать дополнительный доход и укреплять свою идентичность и привлекательность бренда.

5. Международное присутствие. Disney является глобальной компанией и активно работает над расширением своего бизнеса за пределы США. Они адаптируют свой контент и продукты, чтобы соответствовать разным культурам и рынкам, и ведут успешные дистрибьюторские операции по всему миру.

В целом, маркетинговая стратегия Disney основывается на предложении уникального и качественного контента, фокусировке на семейной аудитории, разнообразии платформ распространения, развитии мерчандайзингового бизнеса и интернационализации. Все эти стратегии помогают компании удерживать первенство и продолжать быть востребованной и любимой в сфере развлечений.

Маркетинговая стратегия компании Oreo, производителя популярного печенья, основана на нескольких ключевых аспектах:

1. Фокус на целевую аудиторию. Oreo стремится привлечь внимание широкого спектра потребителей, включая детей, подростков и взрослых.

Компания создает разнообразную продукцию с разными вкусами, формами и упаковками, чтобы удовлетворить запросы каждого сегмента рынка.

2. Игра на эмоциях [4]. Oreo активно использует эмоциональное воздействие в своих кампаниях маркетинга. Компания создает рекламу, которая вызывает радость, ностальгию или другие положительные эмоции у потребителей. Например, они создали кампанию «Serendipity», которая показывает людей, наслаждающихся моментами с участием Oreo, чтобы достичь счастья и радости.

3. Инновация и уникальность. Oreo постоянно вносит новшества в свою продукцию. Компания выпускает сезонные и ограниченные серии печенья, предлагая потребителям разнообразные вкусовые комбинации. Они также экспериментируют с новыми формами, текстурами и упаковками, чтобы создать уникальный опыт для потребителей.

4. Сотрудничество и партнерство. Oreo активно сотрудничает с другими известными брендами и знаменитостями, чтобы продвигать свои продукты. Такие партнерства помогают компании получать больше внимания и привлекать новую аудиторию. Например, Oreo сотрудничала с мультяшными героями, фильмами, различными артистами и спортивными командами.

5. Присутствие в социальных сетях. Oreo активно использует социальные медиа платформы для продвижения своих продуктов. Они создают увлекательные и взаимодействующие контенты, включая конкурсы, призы и вызовы, чтобы привлечь и удержать внимание своей аудитории.

Все эти элементы в целом помогают компании Oreo создать прочную позицию на рынке и поддерживать лояльность потребителей. Их маркетинговая стратегия основана на том, чтобы удовлетворять и радовать своих клиентов, предлагая инновационные продукты и создавая эмоциональную связь с брендом.

Маркетинговая стратегия компании Lamborghini основывается на позиционировании бренда как производителя эксклюзивных и высококлассных спортивных автомобилей. Вот несколько ключевых аспектов маркетинговой стратегии Lamborghini:

1. Привлекательный дизайн и уникальность. Компания Lamborghini известна своими привлекательными и уникальными дизайнерскими решениями автомобилей. Их автомобили имеют неповторимый и эффектный внешний вид, который привлекает внимание и вызывает эмоции. Марка стремится создавать автомобили, которые выглядят как произведения искусства и отличаются от других марок на рынке.

2. Пропаганда концепции уникального образа жизни. Lamborghini связывает свои автомобили с определенным стилем жизни. Они стремятся создать образ марки, который ассоциируется с роскошью, высоким статусом и авантюризмом. Компания продвигает идею того, что владение автомобилем Lamborghini означает быть частью самой изысканной и стильной элиты.

3. Сотрудничество с известными личностями и событиями [5]. Lamborghini активно сотрудничает с известными личностями из разных сфер,

такими как спорт, музыка и развлечения. Эти партнерства помогают усилить образ марки и привлечь внимание целевой аудитории. Кроме того, они участвуют в спонсорстве и проведении роскошных событий и мероприятий, чтобы создать уникальные впечатления и укрепить свою репутацию.

4. Интенсивное использование медиа и цифровых платформ. Lamborghini понимает важность присутствия в цифровых медиа и стремится активно использовать различные платформы для продвижения своей марки и своих автомобилей, ведет активные кампании в социальных сетях, создает привлекательные видеоролики и контент, чтобы привлечь внимание и создать эмоциональную привязанность к бренду.

5. Ослепительные события и лимитированные издания. Lamborghini регулярно организует специальные события, на которых представляются новые модели или ограниченные издания автомобилей. Это создает ощущение эксклюзивности для потенциальных покупателей и вызывает повышенный интерес к марке.

В целом, маркетинговая стратегия Lamborghini заключается в создании автомобилей с уникальными дизайнерскими решениями, пропаганде образа роскоши и стильного образа жизни, сотрудничестве с известными личностями, активном использовании цифровых платформ и проведении особых событий, чтобы подчеркнуть эксклюзивность марки и привлечь внимание к их продукции.

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

2. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Актуализация применения креативных технологий в маркетинге // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 2 (55). – С. 79–83.

3. Кузнецова, Е.В., Стретинская, Е.А. Роль научно-образовательной сферы в реализации корпоративной стратегии диверсифицированной компании // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: Сборник научных трудов. – Уфа, 2019. – С. 147–151.

4. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Сущность и технологии маркетинга эмоций // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 1 (58). – С. 59–63.

5. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И. Я. Региональный аспект территориального маркетинга (на примере Республики Башкортостан) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2023. – № 1. – С. 209–224.

© Насырова Е.А., 2023

А.А. НАФИКОВА

*a-24-04@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГЕ**

*Аннотация:* актуальность темы обусловлена тем, что в текущей стадии развития искусственный интеллект представляет значительный интерес, как с научной, так и с практической точки зрения. Поэтому важно осознать его роль в маркетинге, главном направлении его применения, оценить уже существующие модели внедрения и активные решения, использующие технологии искусственного интеллекта для оптимизации маркетинговой деятельности.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект, маркетинг, клиент, компания, реклама.

Искусственный интеллект (ИИ) – это область компьютерных наук, которая изучает и разрабатывает методы и технологии, позволяющие компьютерным системам имитировать интеллектуальные функции человека [1].

Основная цель искусственного интеллекта – создание компьютерных программ и систем, способных выполнять задачи, требующие интеллектуального мышления, такие как распознавание образов, обработка естественного языка, принятие решений и т. д.

Одним из основных преимуществ использования искусственного интеллекта в маркетинге является возможность автоматизации процессов. Он может выполнять рутинные задачи, такие как сегментация клиентов, анализ данных и определение наиболее эффективных стратегий интегрированных маркетинговых коммуникаций [2]. Это позволяет сэкономить время и ресурсы компании, а также сосредоточиться на более важных задачах.

Искусственный интеллект решает две проблемы в маркетинге:

– сокращение затрат. Например, сокращение рабочих мест при внедрении чат-ботов с искусственным интеллектом вместо людей-операторов;

– повышенная эффективность. Например, он изучает большие объемы информации и генерирует гипотезы для персонализации контента быстрее и точнее, чем человек [3].

Искусственный интеллект применяется в различных отраслях маркетинга, включая [4]:

1. Реклама и медиа: искусственный интеллект используется для оптимизации рекламных кампаний, выбора целевой аудитории, определения оптимальных каналов продвижения и оптимизации бюджета.

2. Управление взаимоотношениями с клиентами: искусственный интеллект помогает улучшить взаимодействие с клиентами, предоставляя персонализированные рекомендации и предложения, а также помогает сегментировать аудиторию и предсказывать поведение клиентов.

3. Подбор релевантных предложений: искусственный интеллект используется для оптимизации процесса покупки, предоставления персонализированных рекомендаций, анализа поведения покупателей и прогнозирования спроса [5].

4. Контент-маркетинг: искусственный интеллект помогает анализировать данные о поисковых запросах и поведении пользователей, оптимизировать контент и предлагать рекомендации для улучшения видимости сайта в поисковых системах.

Это лишь некоторые примеры отраслей маркетинга, в которых применяется искусственный интеллект. С развитием технологий и появлением новых возможностей, использование искусственного интеллекта в маркетинге будет продолжать расти [6].

Несмотря на все преимущества, использование ИИ в маркетинге также имеет свои ограничения и вызывает определенные вопросы. Например, некоторые клиенты могут быть озабочены приватностью данных и опасаться, что их персональная информация будет использована без их согласия. Компании должны быть готовы к этим возражениям и обеспечить надлежащую защиту данных.

Инструменты искусственного интеллекта в перспективе, которые могут стать востребованными и полезными для бизнеса в 2024 г.:

1. Голосовые помощники: искусственный интеллект будет использоваться для разработки более умных и эффективных голосовых помощников, которые смогут обрабатывать и понимать естественный язык, предоставлять персонализированные рекомендации и помогать пользователям в различных задачах.

2. Аналитика социальных медиа: искусственный интеллект будет применяться для анализа больших объемов данных из социальных медиа, выявления трендов и настроений пользователей, а также для определения эффективности маркетинговых кампаний в социальных сетях.

3. Виртуальная и дополненная реальность: искусственный интеллект будет использоваться для создания более реалистичных и интерактивных виртуальных и дополненных реальностей, что позволит компаниям предлагать уникальные маркетинговые возможности и улучшать взаимодействие с клиентами [7].

4. Роботизация процессов: искусственный интеллект будет применяться для автоматизации рутинных задач и процессов, что поможет снизить затраты на персонал и повысить эффективность работы.

5. Предиктивный анализ и машинное обучение: искусственный интеллект будет использоваться для предсказания поведения клиентов с учетом их клиентского опыта [8], определения наиболее эффективных маркетинговых стратегий и создания персонализированных предложений и рекомендаций.

Это лишь некоторые примеры инструментов ИИ, которые могут стать востребованными и полезными для бизнеса в 2024 г. С развитием технологий и появлением новых возможностей, ожидается, что использование ИИ в маркетинге будет продолжать расти и развиваться.

Предполагается, что к 2025 г. ИИ будет определять 95% взаимодействий с клиентами.

Ожидается, что возможности искусственного интеллекта в различных областях будут и дальше совершенствоваться, и расширяться. К возможным развивающимся областям внедрения можно отнести:

- расширенные возможности генерации контента;
- улучшение алгоритмов, отвечающих за генерацию текста, изображений и видео, автоматически создаст более качественный и персонализированный контент для пользователей;
- улучшение голосовых технологий и личных помощников.

Потенциал заключается в создании более умных и полезных личных помощников, которые смогут лучше понимать и обрабатывать естественный язык, давать более точные и полезные ответы и выполнять сложные задачи.

Одной из главных проблем, с которыми может столкнуться искусственный интеллект в маркетинге, является недостаток данных. Для обучения искусственного интеллекта требуется большое количество разнообразных и качественных данных. Если компания не имеет достаточного объема данных, то искусственный интеллект может давать неточные или неполные результаты.

Еще одной проблемой является недостаток экспертизы и понимания в области искусственного интеллекта у маркетологов. Многие маркетологи не имеют достаточных знаний и опыта в работе с искусственным интеллектом, что может затруднять его успешную реализацию и использование в маркетинговых стратегиях.

Также важным аспектом является этический аспект использования искусственного интеллекта в маркетинге. Некорректное использование искусственного интеллекта может нарушать приватность и безопасность клиентов, а также приводить к нежелательным результатам или манипуляциям. Поэтому необходимо установление четких правил и норм его использования в маркетинге, чтобы избежать подобных проблем.

Наконец, одной из главных проблем является высокая стоимость внедрения и использования искусственного интеллекта в маркетинге. Разработка и внедрение инновационных технологий требует значительных финансовых затрат, что может ограничивать доступ к ИИ для небольших компаний или компаний с ограниченным бюджетом.



В целом, несмотря на эти проблемы, развитие искусственного интеллекта в маркетинге будет продолжаться, и компании будут находить новые прикладные. Использование искусственного интеллекта в маркетинге предоставляет компаниям множество возможностей для роста и развития. Использование искусственный интеллект позволяет компаниям повысить эффективность и результативность маркетинговых кампаний, улучшить клиентский опыт и принимать более обоснованные решения. Однако, компании должны быть готовы к вызовам и ограничениям, связанным с использованием искусственного интеллекта, и обеспечить надлежащую защиту данных клиентов.

### Библиографический список

1. Искусственный интеллект в рекламе: реальность и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://sbermarketing.ru/news/artificial\\_intelligence/](https://sbermarketing.ru/news/artificial_intelligence/) (дата обращения: 07.10.2023).
2. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В. Особенности и направления развития форм интегрированной маркетинговой коммуникации в сфере киноиндустрии // Человек. Культура. Общество: материалы XII Международной научно-практической конференции в рамках Всемирной конференции по межрелигиозному и межкультурному диалогу. – Пенза, 2022. – С. 140–144.
3. Безкровная, А.К. Искусственный интеллект в маркетинге: эффективные инструменты и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1674402542> (дата обращения: 08.10.2023).
4. Искусственный интеллект в маркетинге: что было в уходящем году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/ii-v-marketinge-46740.html> (дата обращения: 05.10.2023).
5. Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Развитие инновационных промышленных проектов как стратегия импортозамещения // Бизнес. Образование. Право. – 2023. – № 2 (63). – С. 50–54.
6. Нейросети: новый этап эволюции или конец человеческой креативности. Перспективы и вызовы в эпоху трансформации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://partnerkin.com/blog/stati/revolyuciya\\_v\\_mire\\_digital\\_kak](https://partnerkin.com/blog/stati/revolyuciya_v_mire_digital_kak) (дата обращения: 08.10.2023).
7. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов университетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4-1 (79). – С. 24–27.
8. Бикметов, Е.Ю., Галиханова, Л.И., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Использование клиентского опыта для принятия маркетинговых решений в здравоохранении // Kant. – 2023. – № 3 (48). – С. 4–9.

© Нафикова А.А., 2023

Е.Д. НОСКОВА, Д.А. ПАВЛОВА

*Elena.noskova.01@mail.ru, darya.pavlova.student@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ»**

*Аннотация:* в статье анализируются направления и средства бренд-менеджмента в телекоммуникационном бизнесе, его роль в создании конкурентоспособности компании на примере ПАО «Мобильные телесистемы». Рассмотрена история управления брендом компании на рынке.

*Ключевые слова:* бренд, бренд-менеджмент, маркетинг, продвижение, потребитель, удовлетворенность.

Исследование организации бренд-менеджмента в компаниях телекоммуникационной и IT-индустрии сегодня представляет научный и практический интерес, так как бизнес-среда насыщена различными предприятиями, предлагающими схожие услуги. Бренд-менеджмент позволяет компаниям выделяться на рынке, создавать уникальное предложение, тем самым привлекать клиентов и устанавливать долгосрочные отношения с ними. Современные потребители все более осознанно относятся к выбору продукта. Брендированные продукты обычно ассоциируются с высоким качеством и надежностью, поэтому бренд-менеджмент позволяет удовлетворить потребности и ожидания клиентов. Также огромное количество людей проводят большую часть своего времени в интернете, что в свою очередь создает огромные возможности для брендов установить контакт с потенциальными клиентами и укрепить свое присутствие. Бренд-менеджмент помогает создать стратегию цифрового маркетинга и эффективно использовать социальные медиа для продвижения. Управление брендом важно для создания долгосрочной стратегии развития компании, подразумевает его продвижение на разных этапах жизненного цикла при помощи различных средств маркетинговой коммуникации [1, с. 189].

Цель исследовательской работы – изучение взаимосвязи между брендом и потребителями, его влияния на основные показатели компании, анализ и оценка стратегий бренд-менеджмента в ПАО «Мобильные телесистемы» (МТС). Бренд-менеджмент – процесс управления брендом, который включает в себя разработку, позиционирование и поддержание бренда с целью достижения конкурентных преимуществ и повышения его стоимости. Он включает в себя стратегический анализ рынка, установление целевой аудитории, разработку уникального обещания бренда, создание и управление

брендовой идентичностью, коммуникационную стратегию и контроль восприятия бренда со стороны потребителей. Ключевая задача бренд-менеджмента – построение и укрепление долгосрочных связей с клиентами на основе его узнаваемости, лояльности и доверия к нему. При истинном партнерстве отсутствует доминирование интересов одной из сторон и предполагается обоюдная открытость и взаимная выгода [2, с. 458]. Бренд-менеджмент влияет на показатели маркетинговой деятельности компании: дифференциация от конкурентов; лояльность клиентов; ценообразование; положительный имидж и репутация у потребителей и общественности; привлечение компетентных работников на рынке труда (HR-брендинг [3, 4]); рост объемов продаж; увеличение доли рынка.

Бренд-менеджмент «МТС» – одна из важных составляющих общей стратегии развития бизнеса. Компания «МТС» является одним из крупнейших телекоммуникационных брендов в России и странах СНГ с большим портфелем услуг. Одной из ключевых возможностей «МТС» в области бренд-менеджмента является солидный опыт и экспертиза в телекоммуникационной отрасли. У менеджмента компании присутствует глубокое понимание рынка, потребностей и предпочтений потребителей, что позволяет создавать эффективные стратегии брендинга, чтобы удерживать имеющихся и привлекать потенциальных клиентов.

Маркетинговые исследования являются важной составляющей бренд-менеджмента «МТС», в ходе которых изучается рынок и анализируются данные, чтобы определить востребованность новых продуктов, понимать, как улучшить существующие, что позволяет компании быть предлагать инновационные решения. Наблюдается рост инвестирования в маркетинговую коммуникацию и продвижение бренда, а также в социальные программы в рамках социальной ответственности бренда. Обещания бренда подкрепляются предложением качественных услуг связи, соблюдением этических, правовых норм ведения бизнеса, клиентоориентированностью корпоративной политики с хорошо отлаженными каналами обратной связи.

Нейминг представляет собой весомую часть брендинга и связан с разработкой названия, логотипа, других элементов фирменной символики. Первый логотип компании был ничем непримечательный по сравнению с современной версией, несмотря на выбранную палитру цветов, и особого значения в него не вкладывалось (рис. 1) [5].



*Рис. 1. Первый логотип бренда «МТС»*

Знаменитое белое яйцо появилось на логотипе только в 2006 году. Почему же яйцо? Таким вопросом задавались многие пользователи услуг компании. Смысл данного решения заключался в отображении простоты, насыщенности прошлого, успеха настоящего и благополучия будущего бренда, так как яйцо в природе означает зарождение новой жизни (рис. 2).



*Рис. 2. Знаменитый логотип бренда «МТС»*

Основной целью проведения ребрендинга в 2006 году стало расширение доли рынка и освоение нового сегмента. Если раньше бренд «МТС» в большой степени ориентировался на старшее поколение, то сегодня стремится привлечь активную и независимую молодежь. Новый логотип должен был быть ярким и запоминающимся и вызывать эмоции. Именно с таким запросом обращались представители «МТС» в брендинговые компании. Помимо логотипа сменились и ценности, которые бренд приносил в потребительскую среду. Для прежних потребителей компания ориентировалась на функциональность и престижность, а сейчас на современность и простоту. Однако, чтобы не лишиться постоянных клиентов, бренд «МТС» включил в стратегию дополнительные ценности, такие как искренность, привлекательность и человечность. Таким образом, бренд охватывал сразу несколько целевых групп.

Сегодня потребительское сообщество воспринимает белое яйцо как само собой разумеющуюся часть бренда, которая вошла в историю маркетинга компании, но в начале запуска данный элемент логотипа вызвал неоднозначную реакцию как у общества, так и у сотрудников компании. Одни потребители полагали, что новый вариант оригинальный и удачный, вызовет заинтересованность у людей, другие ассоциировали его с птицефабрикой. Впоследствии эта ассоциация закрепилась на практике благодаря небольшой птицефабрике в Кемеровской области, которая выпустила упаковки с яйцами под логотипом «МТС». Потребители ожидали, что яйцо, появившееся на рекламных носителях, не более чем дразнилка, за которой последует масштабная кампания, наполняющая белую дырку в красном фоне глубоким смыслом. Однако, как объясняют руководители, зачем вкладывать какой-то смысл в свой логотип, когда каждый потребитель вложит в него что-то свое, что ему близко и понятно. Несмотря на возникшее недопонимание по поводу нового логотипа, бренд «МТС» достиг следующих результатов по итогам проведенного ребрендинга: компания вышла на первое место среди подключений через 5 месяцев после смены логотипа; на 24% вырос среднемесячный доход на абонента; выручка увеличилась на 35,5%; средняя длительность разговора увеличилась почти на полминуты из-за обсуждений нового логотипа; узнаваемость торговой марки увеличилась с 84% до 91%; число респондентов, считающих «МТС» надежным оператором выросло на 19%. В 2008 году бренд «МТС» стал единственным российским брендом, который вошел в число ста лидирующих мировых брендов по рейтингу Brandz.

Исчезновение яйца с логотипа произошло в 2019 году, когда изменился корпоративный стиль компании, и теперь вместо яйца появилась линия, отходящая от буквы М (рис. 3).



*Рис. 3. Логотип бренда «МТС» в 2019 году*

Смена логотипа обуславливала новый этап деятельности «МТС» – создание цифровой экосистемы, которая включает в себя обширную линейку услуг. Теперь основной идеей логотипа выступала лаконичность.

В 2023 году компания объявила о глобальном ребрендинге [6]. У бренда «МТС» появилась новая архитектура, позиционирование, новый логотип и визуальный язык в целом, а также уникальная айдентика для отдельных продуктов (рис. 4).



*Рис. 4. Ребрендинг «МТС» в 2023 году*

Переход на новый уровень работы – обеспечение общества сервисами с помощью цифровых технологий повлиял на позиционирование бренда. Изменения не являются революционными для компании, но приносят новизну в функционирование организации. В основе бренда все также лежат основополагающие ценности и черты характера, благодаря которым он узнаваем и любим потребителями. Обновленный бренд сохранил свою энергию, эмоциональность, харизматичность, стремление к изменениям, но стал легче, эмпатичнее и современнее. Основным посылом новой философии бренда, подкрепляемой предложением новых услуг, выступает помощь людям в изменении привычного и трансформации повседневности, открытии нового, поиске творческих решений и обретении неожиданного опыта. Компания постоянно следит за инновационными технологиями и активно внедряет их в цифровую экосистему, чтобы улучшить качество жизни своих клиентов.

Таким образом, за 30 лет работы на рынке услуг связи «МТС» неоднократно проводила ребрендинг. Результаты показывают успех проведенных мероприятий и правильность принятых маркетинговых решений, которые повышают уровень доверия и привлекательности среди потребителей. В целом, бренд-менеджмент успешно работает, обеспечивая сильное присутствие на рынке телекоммуникаций и поддерживая позиции в производстве качественных услуг.

#### **Библиографический список**

1. Лейни, Т.А., Семенова, Е.А., Шилина, С.А. Бренд-менеджмент. – М.: Дашков и К, 2008. – 228 с.
2. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.
3. Богатырева, М.Р. HR-брендинг как инновационный способ управления персоналом // ФГУ Science. – 2022. – № 4 (28). – С. 19–23.
4. Рябухин, П.П., Богатырева, М.Р. HR-брендинг как инновационный способ привлечения и удержания квалифицированного персонала // Инновационные технологии управления. Сб. статей по материалам IX Всерос. научно-практ. конференции. В 2 т. – Нижний Новгород, 2023. – С. 290–293.
5. История бренда МТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://quokka.media/istorii-brendov/mts/> (дата обращения: 11.10.2023).
6. МТС объявила о глобальном ребрендинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/mts-obyavila-o-globalnom-rebrendinge-59726.html> (дата обращения: 11.10.2023).

© Носкова Е.Д., Павлова Д.А., 2023

Г.А. РАХМАТУЛЛИН

*gaisar.work@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ ЗАДАЧ ПРОДВИЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются различные методы и приложения нейронных сетей в контексте маркетинговых стратегий, включая автоматизацию планирования рекламных кампаний, персонализацию контента, прогнозирование потребительского поведения и мониторинг результатов продвижения. Анализируются преимущества и ограничения использования нейронных сетей в маркетинге, а также предлагаются практические рекомендации для эффективной реализации автоматизации задач продвижения с использованием этой технологии.

*Ключевые слова:* автоматизация маркетинга, нейронные сети в маркетинге, машинное обучение, персонализация рекламы, маркетинговая аналитика, оптимизация рекламных кампаний.

В современной цифровой эпохе, где информационное пространство насыщено контентом и конкуренция острая, маркетологи и специалисты по рекламе сталкиваются с необходимостью разработки более эффективных и инновационных стратегий продвижения продуктов и услуг. В этом контексте автоматизация маркетинговых задач становится неотъемлемой частью современной стратегии успешного продвижения [1, 2, 3, 4].

Автоматизация – это применение современных технологий, включая нейронные сети и глубокое обучение, для оптимизации, упрощения и ускорения процессов маркетинга. Позволяя компаниям сфокусироваться на стратегических аспектах бизнеса, таких как разработка креативных идей и стратегическое планирование, автоматизация задач продвижения способствует повышению конкурентоспособности и эффективности. В данной статье исследуется роль нейронных сетей в автоматизации маркетинга. Мы обосновываем актуальность автоматизации в сфере маркетинга и ставим перед собой цель изучить, как нейронные сети могут улучшить процессы планирования рекламных кампаний, персонализации рекламы, прогнозирования потребительского поведения и анализа данных о потребителях. Кроме того, мы рассматриваем преимущества и ограничения использования нейронных сетей в маркетинге и предлагаем практические рекомендации для маркетологов.

Нейронные сети – это комплексные алгоритмы, вдохновленные работой человеческого мозга, которые используются для анализа и обработки данных. Они состоят из множества взаимосвязанных «нейронов», каждый из которых выполняет определенные вычисления. Нейронные сети обучаются на данных, их основные принципы включают в себя передачу информации через сеть, вычисление весов и активаций, и коррекцию весов в процессе обучения.

Существует несколько видов нейронных сетей, каждый из которых предназначен для решения определенных задач. Например, сверточные нейронные сети (CNN) используются для обработки изображений, а рекуррентные нейронные сети (RNN) эффективны для анализа последовательных данных, таких как текст. Глубокие нейронные сети, такие как многослойные перцептроны (MLP), могут использоваться для сложных задач, включая обучение с подкреплением и генерацию контента.

Глубокое обучение – это раздел машинного обучения, основанный на использовании глубоких нейронных сетей с несколькими скрытыми слоями. Основной идеей является то, что эти сети способны автоматически извлекать иерархические признаки из данных, что делает их мощными инструментами для обработки сложных информационных потоков.

В маркетинге нейронные сети используются для автоматизации множества задач. Они способны анализировать данные о клиентах и рынке, оптимизировать бюджеты рекламных кампаний, создавать персонализированный контент и прогнозировать поведение потребителей. Нейронные сети позволяют маркетологам более точно настраивать свои стратегии и получать более высокий уровень эффективности в продвижении продуктов и услуг.

Планирование рекламных кампаний играет ключевую роль в маркетинге, и автоматизация этого процесса может значительно улучшить эффективность. В этом разделе мы рассмотрим, как нейронные сети применяются для оптимизации бюджета, автоматизации выбора каналов продвижения и представим успешные примеры автоматизации планирования.

Нейронные сети могут анализировать данные о рекламных кампаниях, прогнозировать эффективность различных стратегий и оптимизировать распределение бюджета. Это позволяет маркетологам добиться максимальной отдачи от своих инвестиций, минимизируя затраты.

С разнообразием доступных каналов продвижения, определение наилучшего способа достижения целевой аудитории может быть сложной задачей. Нейронные сети могут анализировать данные о целевой аудитории и эффективности различных каналов, чтобы автоматически выбрать оптимальные пути продвижения.

В России успешные примеры автоматизации планирования рекламных кампаний не остаются в стороне от глобальных тенденций. Яндекс.Директ, одна из крупнейших рекламных платформ в России, с успехом внедряет нейронные сети для оптимизации рекламных стратегий. Платформа предоставляет рекламодателям возможность автоматически управлять ставками



и бюджетами на основе данных о конверсиях и других ключевых метриках. Это приводит к более эффективным рекламным кампаниям и позволяет экономить время маркетологов, которые могут сосредотачиваться на разработке стратегических решений и креативных идеях. Такие решения содействуют развитию рекламной индустрии в России, делая ее более конкурентоспособной и адаптированной к быстро меняющимся потребительским требованиям.

В России нейронные сети играют ключевую роль в улучшении персонализации рекламных сообщений. Они позволяют анализировать обширные объемы данных о клиентах и, исходя из этого анализа, создавать рекламу, которая более точно соответствует предпочтениям и потребностям каждого клиента. Примеры успешной персонализации рекламных сообщений в России включают такие компании, как Сбербанк, который использует нейронные сети для предоставления персонализированных финансовых услуг в онлайн-банкинге, и Яндекс, который адаптирует контент на своих платформах, таких как поисковая система и новостные ленты, чтобы предоставить более релевантную информацию пользователям на основе их интересов и предпочтений. Такие успешные кейсы демонстрируют, как нейронные сети в России активно применяются для улучшения персонализации рекламы и укрепления связей с клиентами.

Нейронные сети позволяют в реальном времени анализировать данные о рекламных кампаниях, выявлять изменения в эффективности и предупреждать от проблем. Это позволяет быстро реагировать и корректировать стратегии для достижения лучших результатов. Нейронные сети поддерживают визуализацию данных и отображение ключевых метрик успеха в наглядной форме. Это помогает маркетологам и рекламодателям быстро оценивать эффективность кампаний и принимать информированные решения на основе важных данных.

Преимущества нейронных сетей в маркетинге включают повышенную персонализацию рекламы, эффективное прогнозирование потребительского поведения, а также автоматизацию задач для экономии времени и ресурсов, обеспечивая более точный анализ данных и выявление важных закономерностей. Однако ограничения включают высокие затраты на разработку и обслуживание нейронных сетей, а также необходимость обширных объемов данных для успешного обучения моделей.

При внедрении автоматизации с использованием нейронных сетей, маркетологам рекомендуется начать с ясно определенной стратегии, оценки процессов, которые могут быть эффективно автоматизированы, и инвестирования в необходимые навыки или консультации с экспертами. Первоначальные пилотные проекты могут помочь оценить эффективность и минимизировать риски. При выборе инструментов и платформ для автоматизации, маркетологам следует уделить внимание совместимости с бизнес-целями, наличию функций анализа данных и гибкости настройки, чтобы достичь наилучших результатов [5].

В заключение отметим, автоматизация задач продвижения с помощью нейронных сетей представляет собой мощный инструмент, который

маркетологи могут успешно использовать для улучшения эффективности своих стратегий маркетинга. Она обеспечивает глубокую персонализацию, прогнозирование потребительского поведения и снижение временных затрат. Основные преимущества включают повышение реакции на рекламу со стороны клиентов, оптимизацию бюджетов и увеличение конверсий. Внедрение нейронных сетей в маркетинг позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными и адаптироваться к быстро меняющимся рыночным требованиям, предоставляя более точные и релевантные рекламные сообщения для своей аудитории.

### **Библиографический список**

1. Нейросети в маркетинге: как применять и какие есть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.click.ru/growthhacking/nejroseti-v-marketinge/> (дата обращения: 09.10.2023).

2. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

3. Нейросети и маркетинг: на пороге глобальных перемен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://business-online.su/blog/nejroseti-i-marketing/> (дата обращения: 09.10.2023).

4. Нейросети в маркетинге: меньше рук – больше продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/nejroseti-v-marketinge/> (дата обращения: 11.10.2023).

5. Нейросети в маркетинге: как применять и какие есть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.click.ru/growthhacking/nejroseti-v-marketinge/> (дата обращения: 12.10.2023).

© Рахматуллин Г.А., 2023

А.А. СЕРЕБРЕННИКОВА, К.Е. ФИЛИППОВА  
*serebrennikova20\_02@mail.ru, filippova.kseniya02@yandex.ru*  
Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. И.Я. РУВЕННЫЙ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

*Аннотация:* в статье рассмотрена сущность цифровой трансформации и актуализировано ее влияние на стратегический менеджмент. Цифровая трансформация играет важную роль в современном бизнесе: позволяет организациям адаптироваться к быстро меняющемуся цифровому миру и использовать новые возможности для увеличения эффективности, конкурентоспособности и удовлетворения потребностей клиентов. В статье выделены основные преимущества цифровой трансформации. Обозначены изменения, которые цифровая экономика вносит в стратегический менеджмент. Предложены стратегические шаги по нейтрализации вызовов цифровой экономики.

*Ключевые слова:* цифровая трансформация; стратегический менеджмент; организация; новые технологии; бизнес-процесс; конкурентоспособность.

Рассматриваемая тема отличается повышенной актуальностью в настоящее время. С появлением и развитием новых цифровых технологий организации сталкиваются с необходимостью адаптироваться к изменяющимся реалиям бизнеса. Цифровую трансформацию можно определить как процесс использования цифровых технологий для изменения и улучшения всех аспектов деятельности организации, включая бизнес-модели, процессы работы, взаимодействие с клиентами и создание ценности. Роль цифровой трансформации в современном бизнесе заключается в том, что она позволяет организациям адаптироваться к быстро меняющемуся цифровому миру и использовать новые возможности для увеличения эффективности, конкурентоспособности и удовлетворения потребностей клиентов.

Можно выделить ряд основных преимуществ цифровой трансформации.

1. Улучшение клиентского опыта. Цифровые технологии позволяют организациям улучшить взаимодействие с клиентами, предоставлять персонализированные услуги и создавать более удобные и эффективные каналы коммуникации.

2. Оптимизация бизнес-процессов. Цифровые инструменты позволяют автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы, улучшая их эффективность, скорость и точность. Это может включать автоматизацию

операций, использование аналитики для принятия решений и улучшение совместной работы и коммуникации внутри организации.

3. Создание новых возможностей и бизнес-моделей. Цифровая трансформация может открывать новые возможности для организаций, позволяя им создавать новые продукты и услуги, находить новые рынки и взаимодействовать с клиентами в новых способах.

Стратегический менеджмент предполагает осуществление процесса разработки и реализации стратегии организации, который включает в себя определение целей и задач организации, анализ внутренней и внешней среды, формирование стратегии, планирование действий, контроль и корректировку. «Стратегии ... выступают ключевыми, базовыми элементами ... управления, связанного с принятием научно обоснованных решений, направленных на долгосрочную прибыльность, устойчивое конкурентное преимущество на рынке на основе знания его конъюнктуры, закономерностей, существующих и перспективных потребностей ...» [1, с. 459]. В целом, стратегический менеджмент является важным инструментом для устойчивого развития организации, позволяющим определить цели и задачи, анализировать среду, формировать стратегию, планировать и контролировать деятельность, а также обеспечивать устойчивое развитие на долгосрочной основе. В сфере стратегического менеджмента цифровая экономика вносит переломные изменения, основные из которых представлены ниже.

1. Информация приобретает ключевое значение в процессах производства и управления. Все больше компаний ориентируются на использование информации как на ценный фактор, способствующий достижению успеха и обеспечению конкурентных преимуществ.

2. Затраты на информацию становятся все более существенными. Сегодня компании вкладывают значительные средства в приобретение и обработку информации для развития своего бизнеса и принятия обоснованных стратегических решений.

3. Снижаются затраты на бизнес-процессы, поскольку все больше процессов переходят в цифровой формат. Благодаря этому компании получают возможность сократить расходы на ручную обработку документов и оптимизировать свою работу в целом.

4. В контексте цифровой экономики возрастает значимость человеческого капитала. В условиях, когда машины и компьютеры берут на себя все более механизированные функции, решающим фактором становится качество человеческих ресурсов, их креативность и способность адаптироваться к новым условиям.

5. Применение объемных информационных ресурсов позволяет снизить неопределенность в процессе принятия управленческих решений. Чем более полно и точно осведомлены менеджеры о состоянии рынка, конкурентной среды и внутренней деятельности компании, тем более обоснованными и успешными становятся их управленческие решения [2].

Цифровая трансформация охватывает широкий спектр трендов и технологий, которые меняют бизнес-среду и влияют на стратегический менеджмент. Ниже представлены основные тренды и технологии цифровой трансформации.

1. Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение. Они позволяют автоматизировать задачи, анализировать большие объемы данных и принимать решения на основе алгоритмов, что повышает эффективность и точность работы.

2. Интернет вещей (IoT). Это сеть физических объектов, подключенных к интернету, которые могут собирать и обмениваться данными, что позволяет мониторить и управлять устройствами удаленно и создавать новые возможности для бизнеса, такие как улучшение производственных процессов и предоставление улучшенных услуг клиентам.

3. Облачные вычисления. Облачные вычисления позволяют хранить и обрабатывать данные на удаленных серверах, что облегчает доступ и обмен информацией. Они также предоставляют вычислительные ресурсы, которые могут масштабироваться по требованию и снижают затраты на инфраструктуру.

4. Блокчейн. Эта технология может быть использована для улучшения безопасности данных, повышения эффективности совместных процессов и создания новых децентрализованных моделей бизнеса.

5. Большие данные и аналитика: Большие данные представляют собой огромные объемы информации, которые требуют специальных методов и инструментов для анализа и извлечения ценных знаний. Аналитические инструменты и алгоритмы позволяют компаниям находить паттерны и тенденции в данных, что помогает принимать более обоснованные стратегические решения.

6. Роботизация процессов (RPA). Она включает в себя автоматизацию ручных и повторяющихся задач с использованием программных роботов. Это позволяет улучшить операционную эффективность, сократить ошибки и освободить сотрудников для выполнения более творческих и стратегических задач.

В целом, цифровая трансформация требует пересмотра и адаптации стратегического менеджмента. Организации, которые успешно интегрируют цифровые технологии в свою стратегию, могут получить преимущество на рынке и обеспечить долгосрочную конкурентоспособность [3]. Рассмотрим ключевые вызовы цифровой трансформации и предложим эффективные стратегии их решения.

1. Общее видение. 88% организаций стремятся провести цифровую трансформацию, но только 25% из них понимают, зачем они это делают. Было выявлено четыре внешних фактора, которые стимулируют инвестировать в цифровые изменения:

– необходимость большей гибкости в операционной деятельности бизнеса (60%);

- значимость работы с отзывами клиентов (54%);
- упрощение процесса работы сотрудников (47%);
- превосходство над конкурентами (32%).

Стратегия внедрения цифровых решений должна быть построена в зависимости от того, какой фактор является ключевым для каждой компании.

Возможен следующий алгоритм действий:

- определить причины, которые влияют на необходимость изменений;
- устранить любые неопределенности, такие как конкурентное давление или ожидания клиентов;
- определить путь к желаемой цели (оценить, насколько развиты текущие цифровые компетенции и какие возможности желательно получить в будущем, определить ключевые этапы этого пути, чтобы можно было отслеживать прогресс);
- создать общую идею (цифровая трансформация требует значительных усилий по управлению изменениями, поэтому будет проще, если все заинтересованные стороны объединятся вокруг общей идеи).

Рассмотрим, например, работу с клиентами. Развитие «always-on» социальных сетей сильно изменило способы взаимодействия между клиентами и компаниями. Сотрудники должны иметь доступ к корпоративным данным, чтобы обслуживать клиентов в любой момент. Стратегия цифровой трансформации в этом случае не должна сводиться только к разработке приложения или веб-сайта для клиентов. Важно также создать процесс, который поможет сотрудникам отвечать на ожидания клиентов.

2. Обеспечение внутреннего сотрудничества. Цифровая трансформация успешна только с участием людей. Тем не менее 51% организаций сталкиваются с сопротивлением и имеют разные взгляды на эту тему. На данный момент только 39% компаний, которые приступили к процессу цифровой трансформации, полностью поддерживают его на уровне организационной культуры. Проблемы сотрудничества возникают как на макро-, так и на микроуровне организации. Недостаток коммуникации между руководителями одного уровня затрудняет формирование общей идеи. Разрозненные команды и процессы препятствуют созданию эффективной кросс-функциональной команды. Конкуренция между бизнес-отделами и ИТ ограничивает реализацию проектов. Культурная инерция становится преградой для прогресса. 43% опрошенных считают отсутствие сотрудничества одним из основных рисков факторов при проведении изменений среди внутренних пользователей.

Возможен следующий алгоритм действий:

- устанавливать организационную согласованность;
- развивать цифровое лидерство (требуется лидер, способный эффективно управлять процессом изменений внутри организации и преодолевать сопротивление переменам);

- вовлекать коллег (создавать команду по внедрению, которая объединит бизнес и технологические аспекты с доступом к актуальной информации);

- говорить на одном языке (согласовать общие термины, создать единое представление, визуализировать обновления, что поможет лучше понять происходящее и облегчит коммуникацию).

Благодаря четкому видению, стратегии и ответственному руководству организация сможет достичь продуктивного сотрудничества. Создание импульса потребует времени, но позволит руководителям отделов внедрять правильные решения в сжатые сроки.

3. Быстрые перемены. 32% организаций считают, что использование цифровых технологий поможет выиграть в борьбе с конкурентами. Чтобы сохранить свои позиции, необходимо внедрять технологические новшества для изменения бизнес-моделей и поиска дополнительных источников дохода. Например, вместо самой продажи автомобилей можно предложить их аренду поминутно, как это сделала компания Mercedes-Benz. Цель цифровой трансформации заключается в обеспечении гибкости для быстрых перемен, необходимых бизнесу. 54% опрошенных считают отсутствие гибкости в IT-сфере основным риском, препятствующим достижению общей гибкости бизнеса. Гибкость бизнеса достигается путем приобретения знаний о новых возможностях. Невозможно решить проблему, не зная о ней, а также невозможно реагировать без внешних воздействий. Невозможно представить, как можно справиться с этой задачей сегодня без гибкой IT-функции.

Возможен следующий алгоритм действий:

- думать о больших вещах, начинать с малого и быстро масштабировать (начать с проведения небольшого тестового примера, а затем спланировать его быстрое масштабирование);

- планировать поддержку перемен (использовать имеющиеся ресурсы и повторно использовать активы, где это возможно, не пытаясь справиться с задачей быстро и дешево);

- не следует ожидать мгновенных идеальных результатов, так как инновации требуют итеративного подхода, который включает создание прототипов и их испытания;

- создать инновационную культуру, поддерживаемую гибкой архитектурой, что будет стимулировать умение видеть, реагировать и внедрять инновации.

Существуют немало организаций, которые благодаря информационной трансформации достигли больших успехов. Рассмотрим некоторые из них.

1. Компания Disney World несколько лет назад столкнулась с проблемой снижения уровня удовлетворенности клиентов. Однако, она разработала программу MyMagic+, которая смогла изменить положение дел. Программа MyMagic+ объединила в себе сайт, мобильное приложение и браслет, создав единую систему, позволяющую анализировать впечатления клиентов.

Внедрение программы MyMagic+ потребовало обучения более 70000 сотрудников новым технологиям, установки радиочастотных считывателей в 28000 гостиничных номеров и добавления сканеров в отели, магазины и другие учреждения парка. В результате успешности инвестиций программа стала популярной и получила положительные отзывы от более 90% посетителей [4].

2. В начале 2019 года американская сеть супермаркетов Kroger и Microsoft объявили о запуске новой облачной платформы, которая будет отличным инструментом для создания магазинов будущего. Эта интеллектуальная система предоставляет широкий спектр возможностей для покупателей и сотрудников. Она поможет улучшить ключевые показатели эффективности (KPI) и планы продаж, повысить производительность персонала и качество обслуживания клиентов, оптимизировать запасы на складе и создать персонализированный покупательский опыт. Эта разработка основана на продуктах Kroger Technology, основанных на облачной платформе Microsoft Azure [5].

Таким образом, цифровая трансформация имеет значительное влияние на стратегический менеджмент. Она предоставляет новые возможности для бизнеса, позволяет создавать инновационные модели и строить конкурентные преимущества. Вместе с тем она требует от компаний изменений не только в технологической сфере, но и в организационной культуре и управленческих практиках.

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459. – DOI: 10.46320/2073-4506-2022-8-171-457-459.

2. Рувенный, И.Я. Стратегический менеджмент в условиях цифровой экономики // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике социально-экономических преобразований: сборник научных трудов. – Уфа, 2022. – С. 139–142.

3. Цифровая трансформация: что диктует 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fw-t.ru/articles/cifrova-transformacia-cto-diktuet-2023?ysclid=Int1xwvk4w721572441> (дата обращения: 04.10.2023).

4. 5 вызовов цифровой трансформации и как с ними справиться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/W09mgEAbPQCo2Ngr> (дата обращения: 04.10.2023).

5. Цифровая трансформация. Успешные кейсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/64325-cifrovaya-transformaciya-uspeshnye-keysy> (дата обращения: 04.10.2023).

© Серебренникова А.А., Филиппова К.Е., 2023



М.В. СТЕПАНОВА

*stepanovamaria2003@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ «МТС»**

*Аннотация:* в статье рассматриваются результаты анализа внутренних организационных и внешних маркетинговых коммуникаций на примере российской компании «МТС», выявляются недостатки и барьеры, которые препятствуют компании организовывать эффективную коммуникационную систему, приводится ряд рекомендаций по улучшению коммуникаций бизнес-организации.

*Ключевые слова:* маркетинг, маркетинговые коммуникации, бизнес коммуникации, внутренние коммуникации, внешние маркетинговые коммуникации, барьеры в коммуникации компании.

На российском рынке наблюдается множество компаний, связанных с коммуникационной сферой. Одной из самых крупных считается ПАО «МТС». МТС (Мобильные Телесистемы) – это российская компания, предоставляющая телекоммуникационные услуги, цифровые и медийные сервисы [1, 2].

В ходе изучения деятельности компании были проведены анализ и оценка существующей системы коммуникации. В первую очередь были изучены основные внутренние коммуникации в компании, которыми являются:

- внутренний сайт для сотрудников;
- поддержка HR-отдела;
- обучающие ресурсы, оплата сторонних курсов;
- внутренний электронный документооборот.

Исследователи отмечают необходимость оценки и согласования коммуникационных возможностей, ценностных ориентаций сотрудников при разработке управленческих решений [3, с. 150]. В «МТС» существует портал для сотрудников, который называется «Пульс». На портале размещают важные и интересные новости (статьи о том, как защитить себя от мошенников, о выходе новых образовательных курсов и другие), анонсы корпоративных мероприятий (проведение мотивационных программ, встреч и конференций, связанных с партнерами и направлениями развития компании), рекомендации, связанные с рабочими процессами. Помимо этого, на портале «Пульс» можно найти полезные ссылки на различные ресурсы. Например, на сайте есть раздел «ServiceDesk», с помощью которого компания выстраивает процесс работы сервисной поддержки. Это позволяет вести учет пользовательских заявок

в привязке к обслуживаемой инфраструктуре, ПО, оборудованию и так далее. На портале «ServiceDesk» можно создать обращения в разделе «Для сотрудника», если нужна какая-либо помощь от сотрудников HR-отдела, юристов и прочих. Существуют 68 сервисов по сфере IT технологий, 27 сервисов для продуктовой команды, 28 различных сервисов для сотрудников. Все это помогает сотруднику распределять задачи, получать ответы на интересующие вопросы и подавать заявки по интересующим направлениям для разрешения своих вопросов.

Следующий важный аспект взаимодействия менеджеров с сотрудниками организации – это внутренний корпоративный университет «МТС», у которого существует мобильная версия, созданная для упрощения хода образовательного процесса с использованием мобильных устройств. На сайте корпоративного университета работники компании могут найти для себя множество полезных образовательных программ и контента с помощью поиска по ключевым словам. Такими программами, к примеру, могут быть: «Жизнестойкость. Как проходить через жизненные неурядицы, не теряя физического и психологического здоровья», «Академия бизнес-продаж» для сотрудников, занятых в продажах продуктов и услуг. Для проведения образовательных курсов на лекции в очном и заочном формате привлекаются внутренние и внешние спикеры, эксперты из различных сфер. Они транслируют информацию в доступном для сотрудников виде. В компании «МТС» сотрудник имеет возможность подать заявку на компенсацию оплаты образовательного курса от сторонней компании («SkillBox» или «GeekBrains»). Для этого сотруднику необходимо подать заявку и пройти необходимые проверки для получения одобрения со стороны ответственных по данному вопросу лиц. После прохождения и сдачи нужной документации работник проходит сторонний курс бесплатно, так как его оплачивает «МТС». Важно отметить наличие в компании карьерного консультирования, коучинга (чтобы раскрыть свой потенциал и достичь большего в жизни), менторинга (для развития управленческих навыков с помощью опытного наставника) и психологических консультаций (с целью найти баланс между личной жизнью и работой, справиться со стрессом и улучшить качество жизни).

Анализируя внутренние коммуникации в компании, необходимо отметить систему BPM (Business Process Management – управление бизнес-процессами), через которую происходит ознакомление сотрудников с внутренними нормативными документами. Интересным фактом является то, что сейчас в «МТС» в разработке находится система, которая позволит подписывать различные документы, касающиеся трудовых отношений онлайн, то есть без личного посещения сотрудников кадров. Это значительно продвинет внедрение в организацию систему электронного документооборота. В своем личном кабинете сотрудник имеет возможность отслеживать дни отпуска и получать соответствующие уведомления о его приближении или окончании, рассматривать, проверять заявки на согласование.

Далее в нашем исследовании проведем анализ внешних маркетинговых коммуникаций компании, основными каналами которых являются:

- официальный сайт «МТС»;
- сервисы «МТС»;
- реклама с известными личностями, лидерами мнений;
- клиентская поддержка;
- службы по работе с акционерами и инвесторами.

Заметим, что внутренние и внешние коммуникации тесно связаны. В маркетинговой коммуникации «реализуется знаниевый, ценностный, эмоциональный потенциал, способствующий координации, контролю взаимодействий» [4, с. 91–92]. Официальный сайт компании «МТС» имеет лаконичный и удобный дизайн, подходит для нахождения информации как частным, так и корпоративным клиентам сети. Сайт включает в себя множество разделов, такие как комбо, связь, для дома, сервисы, финансы и даже интернет-магазин. Сайт также предлагает клиентам обратиться в поддержку за помощью специалиста при наличии возникающих трудностей с выбором тарифа, проблемами с оплатой и прочими вопросами. Клиентская поддержка присутствует и в каждом из сервисов «МТС», а именно в «Мой МТС», кинотеатре «КИОН», «МТС Музыка» и других. Таким образом, клиент в любой момент имеет возможность связаться с чат-ботом, специалистом или напрямую позвонить на горячую линию в контактный центр. Существуют и готовые ответы на часто задаваемые вопросы, их можно найти на сайте и в сервисах «МТС». Это сделано для упрощения работы операторов и разгрузки чат-ботов в связи с множественными повторяющимися запросами клиентов. Исследователи отмечают необходимость учета в принятии решений клиентского опыта, включающего в себя пользовательский опыт и клиентский сервис [5], принципы которого могут быть применимы для предприятий, оказывающих услуги на рынке телекоммуникаций.

В процессе изучения внешних коммуникаций «МТС» мы обращаем внимание на рекламу как способ связи с клиентами через средства массовой информации. «МТС» использует в своих рекламных роликах развлекательные сценки, отсылки к фильмам, сериалам и мультфильмам с участием известных актеров, певцов или персонажей развлекательных телепрограмм.

Отметим, что «МТС» уделяет большое значение взаимодействию с инвесторами и акционерами. Эта задача является одной из наиболее приоритетных в системе внешних коммуникаций компании. С целью оперативного реагирования на обращения стейкхолдеров компании (основными из них как раз являются: акционеры, инвесторы, сотрудники, клиенты, СМИ, государство, местные сообщества и бизнес) создан информационный ресурс «Единая горячая линия». Тематика сообщений охватывает широкий круг вопросов по различным направлениям деятельности «МТС» и ее дочерних компаний.

В процессе изучения коммуникаций компании были выявлены недостатки. Нами были выявлены внутренние барьеры коммуникации в «МТС»:

– избыток ИТ-платформ, систем и сервисов (некоторые документы нужно подписывать не в своем «личном кабинете» на портале «Пульс», а искать среди изобилия различных платформ, поэтому сотрудник путается в поиске необходимого документа и может просрочить выполнение задачи);

– несовершенство ручных процессов обработки обращений и некомпетентность сотрудников (например, заявка поступает некомпетентному сотруднику, который не понимает, как ее обработать, срывает выполнение переданных ему задач и испытывает повышенный стресс);

– текучесть сотрудников кадрового департамента (в компании часто появляются новые сотрудники, которые не успевают погрузиться в отлаженные процессы, из-за этого задерживаются сроки выполнения обработки заявок).

Далее раскроем содержание выявленных барьеров во внешней коммуникации компании.

1. Влияние текущей геополитической ситуации на работу кадрового и юридического департаментов (сотрудники не успевают обрабатывать обращения, откладывают решение различных вопросов в связи с кризисной ситуацией, происходит перегруз системы приема заявок).

2. Низкий уровень подготовки консультантов в поддержке. Обращаясь в службу поддержки, клиент рассчитывает на решение своего вопроса в оперативном формате. Однако некоторые сотрудники call-центров в «МТС» теряются, не могут ответить на задаваемые вопросы. Таким образом, клиент составляет отрицательное мнение, что может повлечь за собой потерю репутации компании.

Предлагаем рекомендации по совершенствованию организационных коммуникаций компании. Рассмотрим проблему с избытком ИТ-платформ и сервисов. Данный барьер коммуникации мешает сотрудникам оперативно обрабатывать поступающие документы. Для избавления от этой проблемы компании необходимо:

– в личном кабинете создать интеграционные модули, так называемые связи между системами для обеспечения удобного перемещения между сервисами и платформами и упрощения выполнения задач;

– определить пути отправки заявлений, чтобы снизить количество времени, затрачиваемого на обработку документа и поиска его последующего пути отправления;

– обеспечить синхронизацию кадровых систем для качественного взаимодействия сотрудников кадров, быстрой передачи информации, обращений, заявок и документов;

– разработать и внедрить единое рабочее место сотрудника, где он получит возможность оперативного поиска путей отправки документов, доступ к отправленным заявкам, запросам, обращениям и своим текущим задачам.

Для устранения барьера несовершенства ручных процессов обработки обращений и некомпетентности сотрудников компании следует:

– внедрить шаблоны документов для упрощения их заполнения, что позволит сотрудникам, обрабатывающим их, без ошибок обрабатывать большое количество документов, находясь в поточном режиме;

– создать пошаговую пользовательскую инструкцию для сотрудника, которая значительно упростит работу сотрудника, обрабатывающего обращения, научит его работать с документами.

Чтобы разрешить проблему с текучестью кадров предлагаем след. меры:

– обеспечить сотрудников социальными пакетами и льготами (ДМС, санаторий, лагерь для детей), ссудами (например, на квартиру);

– предложить сотрудникам оформление рассрочек без процентов, корпоративные скидки на услуги и подписки «МТС»;

– выдавать сотрудникам кредиты под выгодный процент (с условием обязательной оплаты до момента увольнения);

– при условии обучения сотрудника установить обязательство по выплате расходов на его обучение в случае увольнения.

Предлагаем рекомендации по совершенствованию внешних коммуникаций. Для того, чтобы преодолеть барьеры, связанные с текущей геополитической ситуацией и предотвратить сбои систем, компании следует:

– разделить пути обращения по «текущим» вопросам и задачам в условиях нестабильной рыночной ситуации;

– сформировать оперативную группу, в которую выделяются сотрудники в период «массовых волнений» (они будут заниматься срочными задачами).

Чтобы решить проблему низкого уровня подготовки консультантов в службе поддержки можно рекомендовать:

– провести качественное обучение сотрудников call-центра, научить их работать с возражениями, организовать образовательные онлайн курсы на эту тему;

– сформировать более узкие группы операторов, распределив их по вопросам мобильного интернета, сотовой связи, домашнего интернета и прочего, а также разделить сотрудников на тех, кто будет общаться с физическими лицами, и тех, кто будет взаимодействовать с юридическими лицами.

### **Библиографический список**

1. Официальный сайт «МТС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bashkortostan.mts.ru/personal> (дата обращения: 14.10.2023).

2. Официальный сайт «Газпром-банк Инвестиции»: МТС – экосистема для государства, бизнеса и частных клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gazprombank.investments/blog/reviews/mts/> (дата обращения: 14.10.2023).

3. Бикметов, Е.Ю., Шайхисламов, Р.Б., Миннихметова, Е.А. Принципы и условия построения внутриорганизационной коммуникации в современном менеджменте // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 10. – С. 148–155.

4. Бикметов, Е.Ю., Амирханова, Л.Р. Опыт междисциплинарного исследования внутриорганизационной коммуникационной политики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2020. – № 2. – С. 85–98.

5. Бикметов, Е.Ю., Галиханова, Л.И., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Использование клиентского опыта для принятия маркетинговых решений в здравоохранении // Kant. – 2023. – № 3 (48). – С. 4–9.

© Степанова М.В., 2023

М.В. СТЕПАНОВА, В.В. ЕРЕМЕНКО

*stepanovamaria2003@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. В.С. ИСМАГИЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ «MEGAFLEX»**

*Аннотация:* в статье рассматриваются результаты анализа внутренних и внешних маркетинговых коммуникаций на примере российской компании «MegaFlex», выявляются барьеры, которые мешают компании организовывать эффективную коммуникационную систему, приводится ряд рекомендаций по улучшению коммуникаций организации.

*Ключевые слова:* маркетинг, маркетинговые коммуникации, бизнес коммуникации, внутренние маркетинговые коммуникации, внешние маркетинговые коммуникации, барьеры в коммуникации компании.

Значимость коммуникации в менеджменте настолько велика, что считается даже, что сама управленческая деятельность представляет собой в широком смысле обмен информацией. В теории и практике менеджмента достаточно конкретно определены значение коммуникации, ее цели и типы, элементы коммуникационного процесса. Значение коммуникации в организации определяется тем, что она осуществляет взаимодействие с внешней средой, характеризует состояние внутренней среды и создает ее неформальную структуру.

Компания «MegaFlex» является одним из крупнейших российских разработчиков и производителей паро-гидроизоляционных и геосинтетических материалов, защитных пленок и профилированных мембран, систем обнаружения протечек и многих других комбинированных материалов отрасли строительства. На сегодняшний день компания занимает более 25% доли российского рынка и имеет собственные лаборатории.

Рассмотрим каналы коммуникации во внутренней среде организации, которыми являются:

- личные сообщения и чаты в «Telegram», «WhatsApp»,
- программа «Битрикс»,
- файлообменник и видеочат «Skype»,
- ежедневные планерки для сотрудников производства и ИТР (инженерно-технические работники).

С помощью чатов в перечисленных мессенджерах сотрудники компании выстраивают взаимодействие между друг другом и функциональными отделами компании в целом.

Программа «Битрикс» используется в компании для постановки задач руководителю сотрудникам на определенный срок, для общего представления о всех сотрудниках компании, их должности, контакты, опыт работы в компании и др. Сплоченности всего коллектива способствует HR-отдел, который уделяет внимание каждому сотруднику в день его рождения -выкладывает пост в новостную ленту, где каждый может поздравить своего коллегу. Также в программе можно найти информацию о вакансиях, о том, что происходит на предприятии, о переквалификации отделов, о достижениях фирмы. В основном разделе можно увидеть уже построенную схему организационной структуры и понять, кто чем занимается, у кого какие обязанности, в какой СБЕ (собственная бизнес единица) или отделе состоит каждый сотрудник. Оценивается эффективность работы и длительность рабочего дня. Используя функцию «Календарь», сотрудник будет осведомлен о предстоящих ближайших совещаниях и о времени их проведения.

При помощи «Skype» проводятся различные совещания между партнерами и отделами в формате видеозвонка, для экономии средств и времени.

Перейдем к каналам внешнеорганизационной маркетинговой коммуникации в «MegaFlex», которыми являются:

- официальный сайт компании,
- реклама,
- продвижение в социальных сетях.

На официальном сайте компании представлен каталог компании с общей информацией об использовании строительных материалов в разных направлениях с приложением статей и видеоинструкциями. Также на сайте есть возможность по индивидуальному запросу подобрать необходимый именно для вас строительный материал. Для получения персональной информации и консультации можно оставить заявку на сайте с предоставлением номера телефона. Помимо этого, на сайте можно найти ответы на часто задаваемые вопросы и дополнительные контакты для связи с менеджерами. К тому же предоставляются услуги по подбору вакансий специалистов в строительной сфере.

Анализируя рекламную деятельность компании, было выявлено, что используется наружная реклама в виде баннеров, которые вывешены на улицах города. Также используется радиореклама и сообщения на спонсорских площадках, что позволяет расширить влияние продвижения на сознание целевой аудитории. Компания, как и многие промышленные организации, занимается продвижением своей продукции на выставках, конкурсах и собраниях инвесторов.

В «MegaFlex» существует отдел диджитал меркетинга (маркетинга в сфере интернет пространства). Сотрудники данного отдела занимаются продвижением компании на различных площадках и в социальных сетях, таких как: YouTube, Instagram (запрещенная в РФ социальная сеть) и других. В виде познавательных видео и фото показывается полный цикл производства

продукции, правильное использование строительных материалов, а также процесс работы персонала на заводе.

В ходе проведения анализа коммуникационной системы предприятия были выявлены основные недостатки. Самой главной проблемой в компании «MegaFlex» является отсутствие понимания общей цели каждым отделом и сотрудником: что они состоят в большой, общей производственной цепочке, в которой каждый сотрудник принимает участие и вносит свой личный вклад, то есть важна качественная работа каждого. Общая цель – удовлетворенность клиента и увеличение прибыли. Проявляется эта проблема в следующих аспектах.

– Отдел сбыта получает фиксированную оплату труда, тем самым работает медлительно, не замотивирован и не заинтересован в выполнении поставленного плана и увеличении продаж. Им необходимо закупать качественное, но при этом недорогое сырье. Нет подробного анализа поставщиков, чтобы у них были хорошие цены, а не только условия (отсрочка платежей); цена для них не так важна, так как они не привязаны к выполнению плана продаж. «MegaFlex» работает, опираясь на теорию ограничений, тем самым они стремятся сделать так, что склады были пустыми и закупают сырье только при условии поступления нового заказа. С этим не согласны менеджеры по продажам, так как они зависимы от объема продаваемой продукции и им важно продать товар в минимальные сроки; но при отсутствии материала сроки в разы увеличиваются и есть возможность упустить клиента, который найдет другую производственную компанию и закупит у них с лучшими условиями и таким же образом компания может потерять новых потенциальных клиентов.

– Производственный отдел включает в себя станочников и бригадиров, которые не обращают особого внимания на качество выпускаемого товара. Здесь все зависит от квалификации станочника, может ли он сделать дневной план за рабочую смену и с минимальным или отсутствием брака. На должность станочника нанимают в основном людей без опыта, их мало обучают, эффективность их работы не максимальна.

– Отсутствует обратная связь от клиентов об улучшении качества сервиса, доставки, условий оплаты.

– Отсутствие сайтов у каждой СБЕ (собственная бизнес единица) для удобства клиентов и сегментации товаров.

– Отсутствие маркетолога в каждой из СБЕ.

В «MegaFlex» существует лишь один руководитель отдела диджитал-маркетинг, который разрывается на части и должен эффективно выполнять работу для каждой из СБЕ, а это работа над рекламой, созданием контента, продвижением и т. д. Объем работы с разделением увеличился и один человек не сможет эффективно справляться с каждым СБЕ по отдельности.

Перейдем к созданию рекомендаций по совершенствованию системы коммуникаций на предприятии. Для того, чтобы заинтересованность в окончательном результате совпадала у всех сотрудников компании – увеличение прибыли и довольные клиенты, необходимо ввести по максимуму сдельную систему оплаты труда и мотивацию к достижению KPI (key performance indicator – показатель достижения успеха в определенной деятельности). Каждый сотрудник должен улучшать свои показатели и работать для общей цели.



Для улучшения качества выпускаемой продукции необходимо ввести систему наказания за выпуск бракованной продукции. Компании нужен опытный HR-менеджер, который сможет подобрать опытных, квалифицированных и ответственных работников на такие должности или же организовать эффективное обучение новичков, чтобы на начальных этапах регулярно следили за их работой. Ввести максимальный объем брака за смену на одного станочника; а при выпуске сверх нормы принимать меры по депремированию/вычета стоимости брака из заработной платы сотрудника. Так же необходимо проводить у сотрудников производственного отдела обучения для ознакомления с выпускаемой продукцией, ее эксплуатацией и т. д. Они должны понимать: что производит компания и для чего это нужно.

Для получения обратной связи необходимо создать раздел на любой из площадок для того, чтобы клиенты могли оставлять там свои отзывы. Предположим, на сайте создать отдельное окно, раздел для отзывов или оценки качества товара и обслуживания для получения большего доверия новых клиентов. Также необходимо создание отдельных сайтов для каждой СБЕ. Возможна навигация на существующем сайте Мегафлекса с помощью переноса их на сайты других обществ компании.

Завершающей рекомендацией является необходимость нанять больше маркетологов. Провести у них обучение для полного понимания миссии, целей и стратегии компании. Все это позволит компании сформировать правильный подход сотрудников к выполнению задач и выстроить эффективную работу по продвижению выпускаемой продукции.

«MegaFlex» является предприятием крупного масштаба и в таком предприятии необходимо наладить коммуникации между отделами для понимания и достижения общей цели. Когда все отделы и сотрудники будут работать ответственно, качественно и знать, что каждый сотрудник – их единомышленник, компания будет развиваться и процветать не только за счет выпускаемых товаров, но и за счет своих сотрудников, ведь они – важное звено, без которого фирма не может функционировать.

В качестве вывода, стоит отметить, что каждая компания должна работать над построением эффективной системы коммуникации как внутриорганизационной, так и внешней. Это важно не только для сотрудников компании и их продуктивности, но и для партнеров и клиентов предприятия, так как хорошо выстроенная коммуникация позволяет компании добиться больших успехов в развитии своего бизнеса.

### **Библиографический список**

1. Официальный сайт «MegaFlex» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mega-flex.ru> (дата обращения: 15.10.2023).
2. Аблязов, Р.С. Мотивационная модель трудового поведения работника // Вестн. Самарского гос. экон. ун-та. – 2014. – № 4. – С. 149–152.
3. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебн. – М.: Проспект, 2016. – 320 с.
4. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.
5. Алешин, В.В. Экономический анализ финансово-хозяйств. деятельности предприятия: уч. пос. / В.В. Алешин, А.А. Зотова. – М.: Озон, 2016. – 114 с.

© Степанова М.В., Еременко В.В., 2023

П.К. ТУГАРЕВА

*hah.polina@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГА ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПОЗИЦИЙ «М.ВИДЕО» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ**

*Аннотация:* рассматривается содержание понятия «инфлюенс-маркетинг», роль инфлюенсеров в продвижении компании и укрепления ее позиции на рынке, проводится анализ маркетинга «М.Видео», разрабатываются стратегии инфлюенс-маркетинга.

*Ключевые слова:* инфлюенс-маркетинг, инфлюенсер, «М.Видео», узнаваемость бренда, блоггер, стратегии инфлюенс-маркетинга.

Целью данного исследования является изучение применения инфлюенс-маркетинга в контексте укрепления позиций компании «М.Видео» на российском рынке, а также разработка стратегий инфлюенс-маркетинга, которые можно использовать для привлечения и удержания клиентов компании. Актуальность обусловлена несколькими факторами. Во-первых, инфлюенс-маркетинг является одним из развивающихся направлений в современной рекламной индустрии. Он представляет собой стратегию, при которой бренды сотрудничают с влиятельными людьми (инфлюенсерами), чтобы продвигать свои товары или услуги. В России, как и во всем мире, все больше компаний признают эффективность этого инструмента для достижения своих маркетинговых целей. Во-вторых, «М.Видео» – одна из крупнейших розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники в России. Она уже имеет сильные позиции на рынке, однако в условиях растущей конкуренции важно постоянно развиваться и укреплять свои позиции. Применение инфлюенс-маркетинга может стать одним из мощных инструментов для достижения этой цели. В-третьих, российский рынок электроники и бытовой техники непрерывно меняется и развивается. В современном мире потребители все больше ориентируются на рекомендации и мнения других людей. Использование инфлюенс-маркетинга позволит «М.Видео» создать прямую связь с целевой аудиторией, вовлечь ее и повысить уровень доверия к бренду.

Рассмотрим содержание инфлюенс-маркетинга. Инфлюенс-маркетинг – это стратегия маркетинга, основанная на использовании влиятельных личностей (инфлюенсеров) для продвижения товаров и услуг. Он представляет собой способ использования авторитета и популярности инфлюенсеров среди их аудитории для достижения бизнес-целей компании. В его основе лежит

референция «как процесс, осуществляемый на основе сложившихся общественных отношений с помощью средств коммуникации в целях трансформации ценностных установок потребителей информации» [1, с. 26].

Основными принципами инфлюенс-маркетинга являются: идентификация подходящих инфлюенсеров, сотрудничество и партнерство, аутентичность и доверие, измерение эффективности, создание уникального контента, анализ аудитории инфлюенсеров, взаимодействие с аудиторией инфлюенсеров, постоянный мониторинг результатов. Инфлюенсеры играют важную роль в создании и укреплении бренда российском рынке, так как они обладают значительным влиянием на свою аудиторию и могут эффективно коммуницировать с ней [2, 3, 4, 5].

Основные роли инфлюенсеров в создании и укреплении бренда на российском рынке включают следующие аспекты.

1. Доверие и авторитет: инфлюенсеры обладают доверием и авторитетом у своей аудитории. Их подписчики считают их экспертами в тех областях, с которыми они связаны.

2. Расширение охвата аудитории: благодаря инфлюенсерам, бренд может достичь широкой аудитории, которую сам не смог бы привлечь. Реклама продукта или услуги через инфлюенсера позволяет бренду попасть к новым людям и расширить свое присутствие на рынке.

3. Создание контента и эмоциональная привлекательность: Инфлюенсеры создают содержание, которое привлекает и увлекает аудиторию. Они выпускают интересные видео, фотографии, статьи и рассказывают свои истории, которые помогают создать эмоциональное соединение с аудиторией.

4. Продвижение новых продуктов и услуг: рекомендация инфлюенсера может стимулировать продажи нового продукта и помочь бренду добиться успеха на рынке.

«М.Видео» – это одна из крупнейших розничных сетей в России, специализирующаяся на продаже электроники и бытовой техники. Компания была основана в 1993 году и на сегодняшний день у нее более 500 филиалов по всей стране.

Сильные стороны «М.Видео».

1. Широкий ассортимент. «М.Видео» предлагает широкий выбор товаров электроники и бытовой техники, включая продукцию ведущих мировых брендов.

2. Качественное обслуживание. Компания ориентируется на предоставление высокого уровня сервиса.

3. Онлайн-присутствие. «М.Видео» активно развивает онлайн-продажи и предлагает клиентам удобные возможности для покупки через интернет.

4. Инновации и новейшие технологии. Компания активно следит за новинками в сфере электроники и бытовой техники и предлагает клиентам современные, инновационные продукты.

В свою очередь, слабыми сторонами «М.Видео» являются конкурентность рынка, цена и доступность, конкуренция с онлайн-платформами.

При выборе подходящих инфлюенсеров для сотрудничества с «М.Видео» следует учитывать несколько факторов, включая тематику канала или аккаунта инфлюенсера, его аудиторию и ценности.

Вот несколько вариантов инфлюенсеров, которые могут быть подходящими для сотрудничества.

1. Инфлюенсеры в сфере техники и электроники: при сотрудничестве с инфлюенсерами, которые регулярно проводят обзоры и рекомендации по электронике, «М.Видео» сможет привлечь свою целевую аудиторию. Например, можно рассмотреть сотрудничество с популярными YouTube-каналами, такими как «iAppleBytes».

2. Блогеры с интерьерным акцентом: если «М.Видео» хочет увеличить продажи бытовой техники и аксессуаров для дома, стоит рассмотреть сотрудничество с инфлюенсерами, которые специализируются на дизайне интерьеров, ремонте и жизни в стиле «хоум-декор». Например, Александр Рогов.

Нами предлагаются маркетинговые кампании для «М.Видео», такие как «Технологии будущего», «Технологии для активного образа жизни», «Умный дом».

В маркетинговой кампании «Технологии будущего», «М.Видео» может сотрудничать с технологическими компаниями или стартапами, чтобы продвигать новейшие технологии и инновационные продукты. Например, можно создать совместную рекламную кампанию с разработчиками дронов и виртуальной реальности, где «М.Видео» будет предлагать соответствующие продукты и аксессуары.

«Технологии для активного образа жизни». «М.Видео» может представить кампанию, которая показывает использование техники и электроники для спорта, активных развлечений и здорового образа жизни. Сотрудничество с известными спортсменами, фитнес-блогерами или тренерами может быть отличным способом продвижения товаров и создания связи с целевой аудиторией.

«Умный дом». «М.Видео» может сотрудничать с компаниями, специализирующимися на умном доме и автоматизации, чтобы создать интегрированные решения для умного дома. В рамках этой кампании можно предлагать пакеты смарт-устройств для дома со специальными скидками и акциями.

В каждой кампании важно обеспечить присутствие в социальных сетях, создать яркий и запоминающийся контент, а также предоставить актуальные и полезные сведения о продуктах и услугах «М.Видео».

Таким образом, сотрудничество с влиятельными личностями позволяет привлечь внимание широкой аудитории и увеличить осведомленность о бренде. Это может способствовать росту продаж и увеличению доли рынка. Выбор

подходящих инфлюенсеров является ключевым аспектом успешной реализации инфлюенс-маркетинговой кампании. Сотрудничество с различными инфлюенсерами может помочь «М.Видео» установить более личные и доверительные отношения с потребителями, увеличить свою уникальность на рынке, а также создать разнообразные подходы, которые отличаются от традиционных рекламных кампаний и привлекают больше внимания потребителей.

### Библиографический список

1. Бикметов, Е.Ю., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.

2. Вицелярова, К.Н. К вопросу об инфлюенсерах как основного аспекта повышения продаж продвигаемого продукта в social media / К.Н. Вицелярова, А.А. Опря, А.А. Балякно // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 29 (3). – С. 114–115.

3. Будожанова, В.З. Специфика продвижения продуктов с помощью Influencer-маркетинга / В.З. Будожанова, С.Р. Данилова // Стратегии бизнеса. – 2019. – № 5 (61). – С. 14–16.

4. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

5. Питерова, А.Ю. Продвижение личного бренда в социальных сетях / А.Ю. Питерова, А.А. Медведева // Наука. Общество. Государство. – 2018. – Т. 6. – № 4 (24). – С. 186–192.

© Тугарева П.К., 2023

Б.А. УРМАНЦЕВА

*Urmantseva.bella@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОМ УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПРОЕКТАМИ**

*Аннотация:* в статье рассматривается крупная сеть виртуальной реальности, на ее примере проводится анализ возможностей применения технологии виртуальной реальности (VR) в маркетинговом управлении бизнес-проектом.

*Ключевые слова:* виртуальная реальность, VR, бизнес-проект, маркетинговое управление.

Только каждый пятый бизнес в период прошедшей пандемии выживал через пару месяцев после основания. В большинстве своем примерно 42% стартапов терпят неудачу из-за предложения услуг или продуктов, в которых рынок не нуждается. Поэтому на первых порах важно изучить потребности рынка и возможно, повторить бизнес-модель уже существующего успешного предприятия. В качестве объекта нашего исследования выступает организация WARPOINT (Арена виртуальной реальности). Необходимо изучить возможности применения технологии виртуальной реальности в маркетинговом управлении бизнес-проектами на примере указанной организации.

Приведем характерные отличия технологии виртуальной реальности.

1. Использование условной действительности в процессах управления проявляет существенное формирующее воздействие на креативные возможности участников, стимулирует развитие мотивации к познанию, повышает заинтересованность к разным типам работы. 2. Использование условной действительности дает возможность применять в восприятии познаваемые объекты в максимальном приближении к их действительному типу, реализации операций вместе с ними (анимацию), многосценарность, а также интерактивность взаимодействия. 3. Условная реальность привносит значительную специфику в связь соучастников. Данная отличительная черта создает информативный метод подачи, а также способствует освоению использованного материала в ходе взаимодействия. 4. Условная действительность предполагает имитирование настоящих операций, а также предметов, в первую очередь их зрительных данных (однако не только их), что дает возможность осуществлять тренинги навыков в разных сферах деятельности [1, 2, 3].

WARPOINT представляет собой международную сеть арен виртуальной реальности. В основе лежит авторская игра – современная альтернатива лазертагу и пейнтболу, в ней участники делятся на 2 команды и вместе сражаются в виртуальном пространстве. В игре могут принимать участие до 10 человек одновременно. В виртуальном мире все участники видят персонажей друг друга и могут взаимодействовать между собой. Большая игровая площадь, свободное перемещение и полное погружение в игру, что дает возможность оказаться в центре событий. Чтобы победить в сражении придется активно двигаться, прятаться за укрытиями и быстро перемещаться. Участник не управляет героем, он и есть герой. В этом состоит преимущество VR нового поколения. На первый взгляд информация кажется не слишком интересовающей и притягательной. Но с точки зрения предпринимателя, ориентированного на создание стартапа и успешного бизнеса, возникает вопрос: «Как это предприятие смогло открыться в экономически трудное время, а главное, устойчиво развиваться?». Анализ данной проблемы вступает задачей нашего исследования.

Виртуальная реальность используется во многих отраслях для достижения новых уровней взаимодействия с пользователями, и поэтому ее популярность растет с каждым годом [4, 5]. В отчете International Data Corporation прогнозируется, что глобальные расходы на VR будут расти со среднегодовым темпом роста в 77% с 2019 по 2023 год. В абсолютном выражении к 2026 году рынок виртуальной реальности достигнет 120 миллиардов долларов.

Технологии виртуальной реальности, связанные с геймификацией, все больше проникают в сферу развлечений [6, 7]. Например, торговые комплексы давно перестали быть только местом для шопинга, они трансформировались в места досуга жителей города. Если ранее делалась ставка в основном на детскую инфраструктуру, то сейчас поколение зумеров и альфа, а также активные взрослые ищут новые эмоции в сфере развлечений. Поэтому торгово-развлекательные комплексы следуют этим трендам, привлекая арендаторов с уникальными форматами, которые будут актуальны долгое время. Ведь сценарии легко меняются и настолько разнообразны, что потребители любого возраста и с разными интересами легко подберут игру под себя

Наш практический опыт применения данной технологии в бизнесе и участие в бизнес-процессах, в том числе продвижения сети арен виртуальной реальности, позволяют утверждать, что многие вопросы: «Какая у них система мотивации?», «Какие бюджеты и какова выручка?», «Кто выполняет функции маркетолога?» автоматически отпадают. На данный момент арен по всей России и в некоторых странах насчитывается около 61, не считая 34, которые находятся в процессе открытия. Все города-миллионники России охвачены указанной ареной, что дает нам возможность сделать вывод о том, что организация добилась немалых коммерческих успехов [8, 9].

В чем заключены причины успешности данной организации, выступающей как стартап? Каким образом менеджмент арены смог постепенно добиться таких результатов.

Миссия и слоган ВАРПОИНТ: «С нами ты герой Counter-Strike», что определяет его коммуникативную стратегию. Кажется, что аудиторию сложно отвлечь от компьютерных игр и побудить бегать по площадке в шлемах, но на деле оказалось, что многие стремятся стать частью игры, а не просто сторонними наблюдателями. Тем более, что в отличие от игры за компьютером, игра в виртуальной реальности – это полное погружение в процесс, когда игрок буквально оказывается в центре событий вместе со своей командой против оппонентов. Игрок перемещается в пространстве, но при этом видит перед собой виртуальный, динамичный и меняющийся мир. За основу была взята знаменитая игра Counter-Strike, суть которой реализована в виртуальной реальности.

У организации широкая целевая аудитория, потому что на арену виртуальной реальности приходят разновозрастные геймеры и любители компьютерных игр (16–30 лет), дети и подростки (10–14 лет), учащиеся, мамы для организации дней рождения для детей, семьи для организации совместного досуга, менеджеры для организации корпоративных и тимбилдинговых мероприятий, а также event-агентства.

Рекламный бюджет ВАРПОИНТ достаточно небольшой по объему. Главный упор делается на рекламу в socialmedia, через блогеров. Это самый понятный и наглядный способ рассказать о продукте. Приглашаются на арену локальные блогеры и инфлюенсеры [10]. Они сами принимают участие в игре и потом транслируют информацию своим подписчикам, делятся эмоциями и впечатлениями. Средний размер подписчиков варьируется от 40 тыс. до 100 тыс. человек. Реклама у таких блогеров как правило недорогая (до 20 тыс. рублей).

Второй по эффективности рекламный инструмент – это таргетированная реклама в Instagram (сделаем оговорку, что следует учитывать ситуацию в мире, произошедшую в феврале 2022 года, повлекшую официальный запрет на его использование в России).

Рекламная кампания ВАРПОИНТ разделена на несколько категорий по направленности и объектам:

- геймеры,
- реклама дней рождения (детские),
- реклама дней рождения (взрослые),
- любители играть в пейнтбол / лазертаг / страйкбол,
- современные технологии, виртуальная реальность и т. д.,
- корпоративные и тимбилдинговые мероприятия.

Наиболее эффективные категории – это дни рождения, корпоративные праздники и обучающие мероприятия. Именно на них делается основной акцент. Средняя стоимость лида выходит на 400–600 рублей при среднем чеке мероприятия 16 тыс. рублей.

На основе таких статистических данных можно сделать вывод о том, что продвижение не слишком сложно и затратно, и организация использует лишь современные идеи и цифровые технологии – реклама в популярнейших



социальных сетях, качественное оборудование, которое может прослужить достаточно долго, персонал от 16 до примерно 40 лет (учитывается отдел продаж) и т. п. Кроме того, у организации достаточно неплохие условия для покупки ее франшизы. На данный момент с учетом ремонта, первых взносов, консультации и т. п. стоимость составляет 4 млн руб. Окупить эту сумму можно уже за год-полтора.

Таким образом, ВАРПОИНТ устойчиво развивается, удерживая свою рыночную позицию и расширяя горизонты, вопреки всем мировым экономическим трудностям. Основными конкурентными преимуществами данной компании по нашему мнению являются:

- большая команда сотрудников,
- реклама на уровне современных информационных технологий,
- торговое предложение актуального развлечения и обучения для всех возрастов.

Вероятнее всего, ВАРПОИНТ и дальше будет развиваться в разных городах и странах, привлекая все большую аудиторию. Ведь главное в бизнес-стартапе – это целеустремленность, уверенность.

#### **Библиографический список**

1. Лаборатория виртуальной и дополненной реальности как модель открытого образовательного пространства / Т.Д. Лавриненко, Е.В. Машкова, Э.В. Комарова и др. [Электронный документ]. – Владивосток: Изд-во ДФУ, 2019.

2. Селиванов, В.В., Селиванова, Л.Н. Виртуальная реальность как метод и средство обучения // Образовательные технологии и общество. – 2014. – № 3. – Т. 17. – С. 378–391.

3. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов ун-тов // Междунар. журнал гуманитар. и естеств. наук. – 2023. – № 4-1 (79). – С. 24–27.

4. Богатырева, М.Р., Байбулатова, И.С. Цифровые технологии в управлении персоналом: проблемы и пути их решения // Отечественная социология на современном этапе: достижения, проблемы, перспективы. Сб. научных трудов / отв. ред. А.Ю. Рожков, сост. В.Н. Петров, В.Н. Ракачев, Я.В. Ракачева, Т.А. Рунаев, Е.С. Студеникина. – Краснодар, 2023. – С. 43–49.

5. Богатырева, М. Р., Ахмерова, Л. А. К вопросу о перспективах развития электронной торговли в условиях цифровизации // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 1 (169). – С. 20–25.

6. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Геймификация как управленческая технология // Бизнес. Образование. Право. Вестн. Волгогр. ин-та бизнеса. – 2020. – № 2 (51). – С. 171–175.

7. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Сущность и технологии маркетинга эмоций // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 1 (58). – С. 59–63.

8. <https://www.youtube.com/channel/UCMamuf6L2hvP8dcG62zYaLg> (дата обращения: 01.10.2023).

9. <https://warpoint.ru/> (дата обращения: 01.10.2023).

10. Бикметов, Е.Ю., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.

© Урманцева Б.А., 2023

А.Д. УСМАНОВА  
anfisa517@gmail.com

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **НАПРАВЛЕНИЕ И СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «МД КОНСАЛТИНГ»**

*Аннотация:* в статье проведен анализ стратегии продвижения консалтинговых услуг компании «МД Консалтинг». Рассмотрены ключевые шаги в продвижении, такие как цифровой маркетинг, личные встречи, система рекомендаций, а также адаптация под конкретную аудиторию. Даны рекомендации по улучшению коммуникационной стратегии, включая углубление онлайн-взаимодействия с клиентами и активное использование цифровых инструментов.

*Ключевые слова:* консалтинговые услуги, стратегия продвижения, цифровой маркетинг, репутация компании, сетевые связи, отношения с клиентами.

В современной экономике направление продвижения консалтинговых услуг ориентировано на установление доверительных отношений с клиентами, создание ценности через специализированные знания и оказание индивидуально настроенных решений. Это включает в себя акцент на цифровой присутствие, персонализированный подход к клиентам, и создание высококачественных образовательных и информационных материалов.

Важность данного процесса для компаний обусловлена возрастающей конкуренцией и постоянно меняющимися рыночными условиями. Консалтинговые услуги помогают компаниям адаптироваться к изменениям, улучшать операционную эффективность, разрабатывать стратегии роста и повышать конкурентоспособность. Продвижение консалтинговых услуг обеспечивает видимость бренда, демонстрирует экспертность компании и устанавливает ее в качестве авторитетного и надежного партнера для решения сложных бизнес-задач. Вопросы маркетинга и продвижения консалтинговых услуг раскрываются в ряде публикаций [1, 2, 3, 4, 5].

Управление продвижением во многом определяется стратегическим характером мышления руководителей [6]. В стратегических решениях о продвижении «реализуется знаниевый, ценностный потенциал, способствующий координации, контролю взаимодействий» [7, с. 91–92]. Стратегии продвижения консалтинговых услуг включают разнообразные подходы, а их эффективное сочетание способствует увеличению охвата аудитории и привлечению потенциальных клиентов. Выделим ряд ключевых стратегий.

*Цифровой маркетинг* включает в себя создание качественного контента, оптимизацию сайта для поисковых систем (SEO), использование контекстной рекламы, электронной почты и социальных сетей для увеличения осведомленности о компании и ее услугах.

*Прямые продажи.* Этот метод включает личные встречи, телефонные звонки, электронную переписку и демонстрации продуктов, направленные на убеждение клиентов в необходимости консалтинговых услуг и показывающие преимущества сотрудничества с конкретной компанией.

*Партнерские отношения.* Установление партнерских отношений с другими компаниями или организациями позволяет расширить аудиторию и повысить доверие к бренду. Они включают в себя совместные мероприятия, рекомендации и обмен экспертизой.

*Контент-маркетинг.* Создание информативного контента, такого как блоги, статьи, видео и инфографика, позволяет установить компанию как эксперта в своей области и привлечь заинтересованных клиентов через полезные и актуальные ресурсы.

*Участие в отраслевых мероприятиях и конференциях* обеспечивает возможность установить личные контакты, поделиться знаниями и опытом, а также продемонстрировать экспертизу компании перед широкой аудиторией.

Для более полного понимания механики продвижения консалтинговых услуг рассмотрим маркетинг компании «МД Консалтинг». Компания «МД Консалтинг» является активно развивающейся финансовой консалтинговой компанией в г. Уфа, специализирующейся на оказании высококачественных услуг по стратегическому финансовому планированию для бизнеса. Цель компании заключается в помощи предпринимателям и собственникам бизнесов в управлении финансовыми ресурсами, оптимизации операций и достижении финансовой стабильности и роста.

Имея опыт и глубокие знания в области финансового управления, «МД Консалтинг» регулярно проводит стратегические собрания с клиентами, анализируя текущие результаты и определяя ключевые показатели для эффективного планирования будущих действий. Система учета и контроля денежных потоков в онлайн-режиме позволяет компании предоставлять полную прозрачность и точность в анализе финансовой ситуации клиентов.

Используя инновационные методы и тщательный анализ, «МД Консалтинг» разрабатывает индивидуальные стратегии, которые помогают компаниям понимать свое место на рынке, определять точные пути развития и обеспечивать стабильный рост в перспективе трех до пяти лет. Благодаря своему профессионализму, высокому уровню обслуживания и успешным кейсам, «МД Консалтинг» занимает ведущие позиции на рынке консалтинговых услуг, позволяя своим клиентам достичь новых высот в их бизнесе.

Рассмотрим методы, которые использует «МД Консалтинг» для продвижения своих услуг.

Грамотная упаковка продукта и создание технико-коммерческого предложения на основе запросов и болей клиентов. Каждому заинтересованному учредителю направляется оформленная в уникальном стиле презентация,

включающая в себя описание основных этапов работы, преимуществ компании, успешных кейсов и выгодных условий сотрудничества. Детальная проработка упаковки своего продукта является фундаментом для дальнейшего продвижения.

Эффективная стратегия продаж через личные встречи и бесплатную консультацию: услуга финансового планирования является достаточно дорогостоящей, прежде чем расстаться с крупной суммой денег, учредитель задается большим количеством вопросов и возражений, рассчитывает на гарантии и комфортную связь с исполнителем. Все эти запросы закрывает личная встреча, где руководитель компании вносит большую ясность в процесс взаимодействия. А бесплатная консультация, на которой партнеры начинают постепенно вникать в существующие бизнес-процессы консультируемой компании, успешно дополняется системой рекомендаций, что создает благоприятную репутацию компании и помогает установить долгосрочные отношения с клиентами.

Онлайн-присутствие и репутация. Продвижение через сайт и социальные сети в сочетании с высокой репутацией укрепляют видимость компании и способствуют привлечению новых клиентов.

В наиболее полной мере ценность компании раскрывается через ее результаты, а точнее результаты сотрудничества. Так, на всех доступных площадках – от сайта до социальных сетей размещены кейсы с детальным описанием факта выполненных работ. В качестве примера приведем студию дизайна интерьера И. Хамитовой, которая зашла на финансовое планирование с запросом оцифровки бизнеса, роста команды и выручки. В результате за 2 года сотрудничества были подобраны подходящие сотрудники и руководитель перестал включаться в рутинные вопросы и операционную деятельность, увеличилось количество заявок, средний чек за услуги проектирования дизайна интерьера. Большим достижением стал выход компании на международный уровень (открытие филиала в г. Дубай).

Отметим, что компания «МД Консалтинг» ориентируется на предпринимателей и собственников бизнесов с оборотом от 3 млн руб. в год. Это помогает четко держать позиции в определенной нише и охватить как можно больше потенциальных клиентов.

Основываясь на результатах проведенного анализа, логично составить несколько рекомендаций для улучшения текущей стратегии продвижения консалтинговых услуг «МД Консалтинг».

1. Расширение цифрового присутствия и контента. Развивать более активное присутствие в цифровой среде через регулярное обновление контента на сайте и социальных медиа-платформах. Рассмотреть создание полезных видеоматериалов, аудио-подкастов и вебинаров, чтобы предоставить более широкий спектр информации и улучшить взаимодействие с аудиторией.

2. Углубление взаимодействия с клиентами в онлайн-режиме. Создать онлайн-платформу или портал, где клиенты могут легко получать доступ к своим финансовым данным и общаться с финансовым директором. Это улучшит уровень доверия и удобство сотрудничества для клиентов.

3. Расширение сетевых связей и профессиональных контактов. Активное участие в отраслевых мероприятиях, форумах и конференциях, а также инициация

собственных мероприятий для привлечения новых клиентов и установления партнерских отношений.

4. Использование технологий для повышения эффективности предполагает рассмотрение возможности внедрения новых информационных технологий и программного обеспечения для улучшения анализа данных, автоматизации процессов и оптимизации работы компании.

Надо учитывать, что система продвижения должна быть интегрирована с маркетинговой стратегией компании, выбором целевого сегмента, проведением грамотного позиционирования продукции и удержанием постоянных потребителей [8].

Таким образом, продвижение и внедрение описанных инструментов для консалтинговых компаний являются критическими факторами для обеспечения роста и долгосрочного успеха. Эти компании стремятся установить свою экспертность и привлечь новых клиентов в условиях нарастающей конкуренции. Эффективное продвижение помогает повысить видимость компании, установить доверительные отношения с клиентами и укрепить свою репутацию на рынке. Внедрение современных инструментов позволяет оптимизировать бизнес-процессы, улучшить обслуживание клиентов и повысить удовлетворенность клиентов, что в конечном итоге способствует увеличению доходов и удержанию лидирующих позиций на рынке.

#### **Библиографический список**

1. Григорьева, М.В. Определение и выбор стратегии маркетинга консалтинговых услуг // Экономическая стратегия и принятие решений. – 2016. – № 3. – С. 83–87.

2. Завьялова, Е.М. Инновационные методы продвижения услуг консалтинга // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 1. – С. 123–128.

3. Карташов, А.М. Развитие каналов продвижения консалтинговых услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – Т. 16. – № 1. – С. 45–50.

4. Лебедева, Ю.В. Использование интернет-маркетинга для продвижения консалтинговых услуг / Ю.В. Лебедева, С.А. Прохоренко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – Т. 14. – № 3. – С. 52–57.

5. Никитин, Ю.В. Продвижение консалтинговых услуг на целевых рынках: стратегии и инструменты // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – Т. 17. – № 4. – С. 60–67.

6. Бикметов, Е.Ю. Стратегическое мышление как основа управления маркетинговыми коммуникациями // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика. Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции. – Уфа: УУНиТ, 2022. – С. 18–22.

7. Бикметов, Е.Ю., Амирханова, Л.Р. Опыт междисциплинарного исследования внутриорганизационной коммуникационной политики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2020. – № 2. – С. 85–98.

8. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

© Усманова А.Д., 2023

А.С. УСТИНОВА, К.Р. АЮПОВА  
*ana\_ust@mail.ru, Kalyasikkk@bk.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА КОМПАНИИ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТА**

*Аннотация:* в статье исследуется содержание стратегии маркетингового продвижения бренда. Рассмотрены инструменты брендинга, способы продвижения бренда в сети Интернет, в том числе в социальных сетях. Приведена методика оценки эффективности продвижения в интернет-маркетинге.

*Ключевые слова:* бренд, социальные сети, показатели эффективности, стратегия маркетингового продвижения в Интернете.

С развитием Интернета управление бизнесом и маркетингом претерпели значительные изменения. Сегодня компании используют онлайн-платформы и социальные сети для привлечения и взаимодействия с клиентами, проведения маркетинговых исследований, а также для продвижения своих товаров и услуг. Компании теперь могут продавать свои товары и услуги онлайн и привлекать клиентов в глобальном масштабе без необходимости физического нахождения в точках продаж в конкретной стране. Это открывает новые возможности для расширения границ бизнеса и увеличения его доходов.

Интернет предоставляет компаниям доступ к большому количеству данных о покупателях и их предпочтениях, что позволяет проводить более точное таргетирование рекламы и персонализировать предложения для каждого клиента. В итоге повышается эффективность коммуникационных кампаний и снижаются затраты на привлечение клиентов. Постоянное появление новых технологий, количественная и качественная динамика аудитории означает, что изменения теперь являются статус-кво для онлайн-маркетологов, которым приходится конкурировать во все более переполненной и фрагментированной среде.

Существует много стратегий, которые могут помочь повысить эффективность маркетинга в Интернете, чтобы достичь максимального эффекта от потенциальной аудитории веб-сайта [1]. Методы интернет-маркетинга оказались эффективными благодаря возможностям точно отслеживать статистику, возможности обеспечить относительно постоянный контакт с потребителями [2]. Сегодня Интернет выступает как глобальное информационное пространство развития брендов.

Рассмотрим основные способы продвижения бренда посредством сети Интернет. Под брендом авторы понимают функциональные, эмоциональные и самовыразительные обещания целевым группам потребителей, обладающие характеристиками уникальности и значимости, отвечающие их потребностям [3, с. 21].

1. Создание и оптимизация сайта – это один из основных способов продвижения бренда в Интернете. Сайт должен быть удобным для пользователей, содержать информацию о компании, ее товарах или услугах, контактную информацию и прочее.

2. Ведение аккаунтов в социальных сетях (ВКонтакте, Youtube, WhatsApp, Telegram и др.) позволяет привлекать внимание целевой аудитории, создавать коммуникацию с клиентами, делиться новостями и акциями, а также получать обратную связь от пользователей.

3. Реклама в Интернете позволяет привлекать новых клиентов и увеличивать узнаваемость бренда. Рекламу можно размещать на популярных платформах, таких как Google Ads, Яндекс.Директ, Facebook Ads, Instagram и других.

4. Создание и продвижение контента позволяет привлекать пользователей и формировать положительное впечатление о бренде. Это может быть написание и публикация статей, блогов, видео или создание интересных и полезных постов в социальных сетях.

5. SEO (оптимизация сайта под поисковые системы) позволяет улучшить позиции сайта в поисковых системах и привлечь больше органического трафика.

6. Партнерский маркетинг – сотрудничество со стейкхолдерами, другими компаниями, блогерами, лидерами мнений, которые дают оценку бизнесу, рекомендуют, продвигают бренд, влияют на его репутацию. Отношения должны поддерживаться и с НКО, государством [4]. При истинном партнерстве отсутствует доминирование интересов одной из сторон и предполагается обоюдная открытость и взаимная выгода [5, с. 458].

7. Email-маркетинг – это отправка персонализированных писем или рассылок клиентам или потенциальным клиентам, которые могут содержать информацию об акциях, новых товарах или услугах, скидках и других предложениях.

8. Онлайн-семинары или вебинары позволяет демонстрировать экспертизу компании, делиться знаниями с клиентами и привлекать новую аудиторию.

9. Отзывы и рейтинги – это способ создать доверие среди потенциальных клиентов. Положительные отзывы и высокий рейтинг компании могут стимулировать других пользователей к покупке. Исследователи отмечают, что для корпоративных клиентов важны отзывы от незаинтересованных компаний. Покупают тех, у кого покупают другие [6].

10. Анализ результатов и постоянное улучшение. Важно анализировать результаты всех проводимых маркетинговых мероприятий и вносить

коррективы для дальнейшего развития и успешного продвижения бренда в Интернете.

Одним из способов интернет-продвижения является событийный маркетинг, который представляется стратегией, основанной на использовании актуальных событий, трендов или ситуаций для привлечения внимания аудитории и продвижения продукта или услуги, направляемой идеей, что привлекательные и запоминающиеся события могут привести к повышенному вовлечению и участию пользователей, а также стимулировать их взаимодействие с брендом или продуктом. Событийный маркетинг в Интернете может включать в себя различные действия, такие как вебинары, конкурсы и розыгрыши, прямые трансляции, виртуальные экскурсии, флешмобы и пр. Событийный маркетинг в Интернете эффективен, так как он позволяет брендам взаимодействовать с широкой аудиторией и создавать эмоциональную связь с потенциальными клиентами, помогает в формировании позитивного образа компании и улучшении восприятия ее продуктов или услуг.

«Одной из самых важных задач, перед которыми стоят рекламодатели и рекламные агентства, является оценка эффективности интернет-маркетинга. Она позволяет определить, насколько успешным было рекламное воздействие, были ли окуплены затраты и какие рекламные каналы оказали наибольшее влияние на привлечение клиентов» [7]. «Важная особенность интернет-маркетинга заключается в том, что речь идет о процессе, гибко сочетающем в своей основе две самостоятельные области деятельности: маркетинга и IT-технологии. В связи с этим маркетологу посредством программ веб-аналитики (к наиболее популярным относятся Яндекс Метрика, Google Analytics, Бегун) предоставляется огромное количество готовой статистической информации» [8].

Сегодня для целей мониторинга эффективности Интернет-маркетинга предлагаются различные инструменты, группировку которых можно сформировать по определенным модулям, характеристика которых приведена в табл. 1 [9].

Таблица 1

Показатели эффективности digital-маркетинга

Способ продвижения	Показатель эффективности	Формула расчета
1	2	3
Сайт компании	Конверсия. Важно не сколько количество трафика, сколько его качество. Чем выше конверсия трафика в покупателей или клиентов, тем выше эффективность сайта	Конверсия = количество заказов/количество посетителей * 100%
Контекстная реклама	CTR (click-through rate) – это показатель кликабельности рекламы. Позволяет определить насколько успешным является конкретное рекламное объявление	CTR = количество кликов/количество показов * 100%



Продолжение табл. 1

1	2	3
	СРС (cost per click) – это средняя стоимость клика. Позволяет определить во сколько обходится каждый клик по рекламному объявлению	$\text{СРС} = \frac{\text{расходы на рекламу}}{\text{количество кликов}}$
	СРА (cost per action) – цена целевого действия. Нужно рассчитывать тогда, когда рекламная кампания направлена на то, чтобы пользователи выполнили определенное действие	$\text{СРА} = \frac{\text{расходы на рекламу}}{\text{действие}}$
	СРС (cost per sale) – стоимость продажи. Важная метрика, так как показывает сколько потрачено денег для того, чтобы получить одного клиента, который что-то купит	$\text{СРС} = \frac{\text{расходы на рекламу}}{\text{объем продаж}}$
Инструменты и рекламные каналы	ROI (return of investments) – показатель возврата инвестиций. Позволяет понять, окупаются ли вложения или прибыль меньше, чем вложенные средства	$\text{ROI} = \frac{\text{прибыль с рекламы} - \text{затраты на рекламу}}{\text{затраты на рекламу}} * 100\%$
Социальные сети	Скорость роста аудитории. Оценивает интерес публики к материалам группы. Косвенно указывает на качество работы рекламы	$\text{Скорость роста аудитории} = \frac{\text{количество новых подписчиков}}{\text{количество новых подписчиков} - \text{количество отписавшихся}} * 100\%$
	Средний уровень вовлеченности. Даная оценка полезна для формирования контент-плана с учетом анализа активности подписчиков	$\text{Средний уровень вовлеченности} = \frac{\text{количество выбранной активности}}{\text{число подписчиков}} * 100\%$
	Скорость распространения показывает какой процент аудитории лоялен к бренду и отдает ему предпочтение	$\text{Скорость распространения} = \frac{\text{все репосты за период}}{\text{количество подписчиков}} * 100\%$

С первого взгляда комплексное применение инструментария интернет-маркетинга может показаться просто совокупностью различных методов и техник, предназначенных для продвижения товаров или услуг в Интернете. Однако, все эти инструменты должны быть взаимосвязаны с миссией и стратегией компании.

При определении стратегии продвижения бренда в Интернете, необходимо учитывать цели и задачи компании, ее целевую аудиторию, уникальные особенности продукта или услуги, ее конкурентное преимущество на рынке, а также отношение сотрудников к бренду [10]. Маркетинговая стратегия компании должна быть согласована с ее общекорпоративной стратегией, учитывая бизнес-цели и ценности организации.

Изучение используемых конкурентами стратегий интернет-маркетинга также является важной частью стратегического планирования. Это может включать анализ веб-сайтов конкурентов, их каналов коммуникации и рекламных кампаний, а также их присутствие в социальных сетях и других онлайн-площадках. Исследование рыночной онлайн-среды важно для определения стратегии продвижения бренда. Рыночная онлайн-среда может быть сложной и динамичной, поэтому необходимо быть в курсе последних тенденций и новых возможностей, которые могут быть использованы для продвижения бренда. Это может включать изучение новых платформ и приложений, развитие мобильного маркетинга и маркетинга в социальных сетях, а также использование повышения конверсии и оптимизации сайта.

В стратегическом планировании продвижения бренда необходимо пройти несколько этапов.

1. Анализ текущей ситуации в компании.

2. Подготовительный этап, включающий определение бизнес-целей, маркетинговых целей и целей продвижения в интернете, а также проведение маркетинговых исследований. Ключевые задачи – формирование спроса у потребителей, повышение осведомленности о бренде, формирование отношения к бренду, стимулирование сбыта и формирование лояльности клиентов.

3. Определение целевой аудитории. Этот этап включает в себя внутреннее маркетинговое исследование компании, анализ аудитории конкурентов и анализ тематических ресурсов.

4. Выбор инструментов интернет-маркетинга. Существуют две основные модели: модель непрерывной активности, которая предполагает длительные маркетинговые мероприятия, и пульсирующая модель, которая предусматривает проведение рекламных кампаний с перерывами. Некоторые инструменты требуют непрерывной активности и не могут быть использованы на основе пульсирующей модели.

5. Определение показателей эффективности продвижения в интернете (KPI) и их оценка.

6. Детальная проработка стратегии продвижения бренда через Интернет, которая включает составление программы продвижения с определенными задачами, ресурсами для их реализации и сроками. На этапе контроля и оценки эффективности осуществляется проверка выполнения операций.

Интернет позволяет проводить маркетинговые исследования быстрее и эффективнее. Компании могут собирать данные о своих конкурентах, анализировать тренды в отрасли и изучать мнение клиентов, используя онлайн-опросы и форумы. Это помогает компаниям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и предлагать продукты и услуги, отвечающие потребностям своих клиентов.

Таким образом, Интернет стал важным инструментом управления бизнесом и маркетингом. Он предоставляет компаниям неограниченные возможности для привлечения и взаимодействия с клиентами, проведения

исследований и увеличения доходов. Вместе с тем развитие Интернета также приводит к появлению новых вызовов и конкурентных преимуществ, и компании должны постоянно развиваться и адаптироваться к изменениям в цифровой среде.

### Библиографический список

1. Кузьмина, О.Г. Формирование имиджа бренда в интернет-пространстве: социолингвистические и социально-психологические технологии // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – Т. 4. – № 4. – С. 431–440.

2. Малыгина, О.П., Николаева, К.В., Носырина, В.В., Сучкова, Н.Э. Коммуникационная стратегия бренда в цифровом обществе // Коммуникология. – 2017. – Т. 5. – № 3. – С. 34–46.

3. Пономарева, Е.А. Бренд-менеджмент. – М.: Юрайт, 2017. – 341 с.

4. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В. Рекламная деятельность как средство управления реализацией общественно ориентированных партнерских проектов государства и бизнеса // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика. Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. – Уфа: БашГУ, 2019. – С. 12–15.

5. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

6. Бикметов, Е.Ю., Рувенный, И.Я. Эффективные PR-инструменты на рынке B2B // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика: материалы XI Всерос. науч.-практ. конф. / Башкир. гос. ун-т. – Уфа, 2019. – С. 16–21.

7. Давыдов, В.В. Измерение рентабельности инвестиций в интернет-маркетинге: все аспекты правильной аналитики // Маркетинг и финансы. – 2013. – № 2. – С. 98–115.

8. Данченко, Л.А., Дейнекин, Т.В. Понятие и значение комплексного интернет-маркетинга в деятельности предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 1. – С. 109–118.

9. Брендинг и методы продвижения бренда компании в Интернете. – Режим доступа: <https://yeella.com/seo/post/brending-i-metody-prodvizheniya-brenda-kompanii-v-internete> (дата обращения: 05.10.2023).

10. Богатырева, М.Р. HR-брендинг как инновационный способ управления персоналом // ФГУ Science. – 2022. – № 4 (28). – С. 19–23.

© Устинова А.С., Аюпова К.Р., 2023

Е.С. ФИЛИППОВА

*sayreundzi@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И БАЗОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЕГО РАСЧЕТА**

*Аннотация:* в статье проведен анализ категории «человеческий капитал», рассмотрены содержание человеческого капитала и его структурные компоненты, приведен пример классификации человеческого капитала по масштабу его воздействия. Приводятся некоторые базовые показатели расчета человеческого капитала как микроуровне, так и на макроуровне, предпринята попытка обоснования необходимости учета развития человеческого капитала сотрудников для повышения производительности труда.

*Ключевые слова:* человеческий капитал, производительность труда, индекс реального человеческого капитала, индекс индивидуального человеческого капитала, нематериальные факторы.

Социально-культурные тенденции XXI века диктуют необходимость уделить особое внимание растущему значению нематериальных факторов производительности труда. Работодатели пытаются повысить производительность как каждого сотрудника, так и рабочего коллектива в целом. Прогресс информационных технологий способствует реализации различных мероприятий с целью обучения работников взаимодействию с новыми способами хранения, передачи и отслеживания информации. Одним из нематериальных факторов производительности труда сотрудников является человеческий капитал (далее – ЧК). ЧК представляет собой совокупность взаимосвязанных между собой индивидуальных характеристик человека, которые способствуют его трудоспособности и комфортной жизнедеятельности. Целью данной работы является рассмотрение ЧК в качестве ведущего фактора производительности труда, а также исследование базовых показателей ЧК.

ЧК, проблемы его наращивания и использования давно выступают предметом исследования социологов и экономистов, поскольку еще в период доминирования ручного труда, а затем машинного производства первые предприниматели и менеджеры проявляли заинтересованность в поиске путей повышения производительности труда рабочих для максимизации прибыли. Утверждение концепции человеческого капитала приходится на вторую половину XX века. Роль человеческого капитала, общественная значимость инвестиций в него были исследованы в работах Т. Шульца [1], а затем Г. Беккера [2].

Определение точного комплекса структурных элементов ЧК по-прежнему остается дискуссионным, однако основные компоненты социально-культурного состояния человека неизменны. Приведем приблизительный перечень его элементов.

1. Капитал здоровья – состояние полного физического, духовного и социального благополучия [3].

2. Трудовой потенциал – комплекс способностей сотрудника, связанных с реализацией его трудовой деятельности.

3. Интеллектуальный потенциал – совокупность духовных и социальных качеств работников, обладает свойством самоуправления, определяет возможности эффективной реализации его функций, развития компетентности и формирования новой культуры управления [4, с. 32].

4. Предпринимательский капитал – физический, организационный, технологический, человеческий, культурный, социальный и символический капитал владельцев бизнеса и их фирм [5; 6].

5. Организационный капитал – структура и комплекс функций, выполняемых системой управления предприятия [7].

6. Культурно-нравственный капитал – система этических и социальных принципов индивида, совокупность духовных и душевных свойств и сил личности [8].

Указанные элементы капитала составляют основу формирования организационной культуры [9].

Существует несколько видов ЧК, которые разделены по определенным уровням. Первый уровень – микроуровень, который подразумевает за собой индивидуальный ЧК одного сотрудника. Второй уровень – мезоуровень, включающий в себя ЧК рабочего коллектива. Третий уровень – макроуровень, к которому относится общественный ЧК региона, страны.

Обращаясь к методам расчета показателей ЧК, обратим внимание на то, что эти показатели напрямую зависят от уровня масштаба воздействия исследуемого ЧК.

Таким образом, существуют базовые индексы ЧК. К ним относится показатель уровня развития человека – индекс индивидуального человеческого капитала, который рассчитывается из индексов человеческого капитала, работоспособности и капитала здоровья по формуле [10]:

$$I_{\text{инд.чк}} = I_p \times I_{\text{ИК}} \times I_{\text{КЗ}}, \quad (1)$$

где  $I_{\text{инд.чк}}$  – индекс человеческого капитала;

$I_p$  – индекс работоспособности;

$I_{\text{ИК}}$  – индекс интеллектуального капитала;

$I_{\text{КЗ}}$  – индекс капитала здоровья.

Расчет индивидуального ЧК необходим для руководителей, так как при необходимости повышения работоспособности определенного сотрудника необходимо определить индекс его ЧК и построить стратегию его развития.

В 1990 году Организацией объединенных наций разработан показатель, характеризующий социально-экономическое состояние стран – индекс реального человеческого потенциала (далее – ИРЧП). ИРЧП рассчитывается с учетом средней арифметической индексов: ожидаемая продолжительность жизни, уровень образования, реальный ВВП на душу населения [11]. ИРЧП обращен к макроуровню ЧК и позволяет сравнить средние показатели ЧК государств, выявить проблемные сферы человеческого развития и построить план решения.

В современном мире руководители зачастую сталкиваются с проблемой повышения производительности труда сотрудников, в связи с чем прибегают к различным способам развития нематериальных факторов работоспособности сотрудников. Одним из ключевых факторов является ЧК. ЧК представляет собой комплекс определенных человеческих ресурсов, с помощью которых человек или совокупность индивидов поддерживает свое устойчивое развитие, уровень жизни и трудоспособности. К компонентам ЧК относятся капитал здоровья, трудовой потенциал, интеллектуальный потенциал, предпринимательский капитал, организационный капитал и культурно-нравственный капитал. Все упомянутые составляющие позволяют оценить уровень социально-культурного развития личности работника, его способности к определенным видам трудовой деятельности. Необходимо упомянуть некоторые показатели определения человеческого капитала, такие как индекс индивидуального человеческого капитала и индекс реального человеческого капитала, которые способствуют исследованиям ЧК общности, группы или конкретного индивида.

Итак, нами был проведен краткий анализ содержания понятия ЧК, а также исследованы возможности применения некоторых показателей ЧК в управлении трудовыми коллективами.

### **Библиографический список**

1. Schultz, T. W. Investment in human capital // The American Economic Review. – 1961. – Vol. 51. – P. 1–17.

2. Becker, G. Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. – NY., L.: Columbia univ. press, 1975. – 268 p.

3. Устав (Конституция) Всемирной организации здравоохранения. – Режим доступа: <http://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/RU/constitution-ru.pdf>. (дата обращения: 01.10.2023).

4. Бикметов, Е.Ю., Кунгурцева, Г.Ф. Методологические аспекты активизации культурно-интеллектуального потенциала современного менеджера // Вестник Пермского национального исследовательского

политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2018. – № 1. – С. 23–36.

5. Sethna, Z., Jones, R., Harrigan, P. *Entrepreneurial Marketing: Global Perspectives*. – Bingley, UK: Emerald, 2013. – 297 p.

6. Пономарев, О.Б. Предпринимательский капитал региона: понятие, формы проявления, пространственная локализация // Балтийский регион. – 2019. – Т. 1. – № 4. – С. 152–166.

7. Горбунов, В.Д. Организационный капитал предприятия // Челябинский гуманитарий. – 2010. – № 1 (10). – С. 27–32.

8. Бикметов, Е.Ю., Галиханов, Р.Р., Голиков, С.В., Кузнецова, Е.В. Формирование социального иммунитета в организационных отношениях // KANT: Social Sciences & Humanities. – 2023. – № 3 (15). – С. 72–77.

9. Богатырева, М.Р., Егорушкова, Ю.И. Методика формирования и поддержания корпоративной культуры // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 1-1 (59). – С. 43–45.

10. Кобзистая, Ю.Г. Индивидуальный человеческий капитал: теоретические аспекты анализа // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. – 2015. – № 2 (42). – С. 118–125.

11. Горбунова, О.Н., Гегамян, М.А. Роль индекса развития человеческого потенциала в концепции развития человека // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 5 (51). – С. 77–80.

© Филиппова Е.С., 2023

Р.В. ХАНОВ

*hanovrv@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ**

*Аннотация:* в статье подробно рассмотрены современные информационно-коммуникационные технологии продвижения в маркетинге, их возможности в повышении эффективности принимаемых решений в маркетинговом управлении.

*Ключевые слова:* маркетинг, продвижение, контент-маркетинг, социальные сети, искусственный интеллект, аналитика.

В современном мире информационных технологий, где цифровая революция стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, маркетинг не может оставаться в стороне. С развитием интернета, социальных сетей, мобильных устройств и аналитики появились новые и мощные инструменты для продвижения продуктов и услуг. Цель нашего исследования – трансформация современными информационно-коммуникационными технологиями маркетинговой деятельности, новые возможности использующих их компаний для успеха на рынке.

*Содержательный контент и контент-маркетинг.*

Создание качественного и уникального контента стало одним из основных инструментов в продвижении продуктов и бренда. Содержательный контент привлекает внимание аудитории, устанавливает доверие и утверждает авторитет компании. Благодаря современным технологиям, таким как аналитика и искусственный интеллект, компании могут адаптировать свой контент к потребностям каждого клиента, создавая персонализированные сообщения и рекомендации.

*Социальные сети и инфлюенсеры.*

Социальные сети стали мощным инструментом для продвижения продуктов. Бренды активно используют платформы, такие как Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn, для установления контакта с аудиторией. Сотрудничество с инфлюенсерами стало популярным способом достижения большей аудитории, так как они могут представить продукт или услугу более непосредственно и доверительно. WOM-технологии, имидж и репутация организации, положительные отзывы со стороны независимых организаций, формы продвижения, обучающие средства также выступают как коммуникационная технология взаимодействия с потребителями [1, с. 28].



### *Электронная коммерция и мобильные приложения.*

С развитием электронной коммерции и мобильных устройств покупатели могут совершать покупки прямо с мобильных телефонов. Компании используют мобильные приложения для предоставления более удобного и персонализированного опыта для своих клиентов. Технологии мобильных платежей и электронных кошельков делают процесс покупки быстрым и удобным.

### *Искусственный интеллект и аналитика.*

Искусственный интеллект и аналитика позволяют компаниям анализировать большие объемы данных для определения потребительских тенденций и прогнозирования рыночных изменений. Эти инструменты помогают оптимизировать маркетинговые кампании, улучшать пользовательский опыт и предсказывать будущие требования рынка.

### *Виртуальная и дополненная реальность.*

Технологии виртуальной и дополненной реальности предоставляют уникальные возможности для создания интерактивных и захватывающих маркетинговых кампаний. Компании могут использовать AR и VR для демонстрации продуктов, проведения виртуальных туров, обучения и создания интерактивных рекламных материалов [2].

### *Электронная почта и автоматизация маркетинга.*

Электронная почта остается одним из наиболее эффективных каналов коммуникации с клиентами. С помощью автоматизации маркетинга, компании могут персонализировать сообщения, следить за поведением клиентов и автоматически реагировать на их действия.

Современные информационно-коммуникационные технологии изменили маркетинговую индустрию, предоставив компаниям множество инновационных инструментов для продвижения продуктов и бренда. Эти технологии позволяют создавать персонализированные кампании, взаимодействовать с аудиторией на новом уровне и анализировать большие объемы данных. В будущем успешные маркетинговые стратегии будут тесно связаны с использованием современных информационных технологий для достижения максимальной эффективности и конкурентоспособности.

С помощью ChatGPT команда сервиса по подбору витаминов Vitobox ежедневно ищет ключи для оптимизации SEO, готовит статьи для социальных сетей и сценарии для видео в YouTube, Reels и TikTok, генерирует персонализированные email-рассылки. Главное, что делает ChatGPT, – удешевляет и ускоряет производство контента. С трех-четырёх публикаций за неделю удалось выйти на три-четыре публикации в день. А ведь каждая статья или анонс – это нативные интеграции ссылок, растущее число заказов и дополнительная выручка. ChatGPT помогает повысить лояльность клиентов, узнаваемость бренда. За неделю работы с ботом удалось удвоить показатели открываемости почтовых писем за счет их персонализации. И этим возможности ChatGPT явно не исчерпываются. Актуален вопрос о применении данной технологии для оптимизации саппорта (например, можно создать чат-

бот с привязкой к ChatGPT, загрузить в него скрипты и информацию о продуктах компании, и тогда чат сможет самостоятельно отвечать на базовые вопросы клиентов [3].

Таким образом, автоматизация маркетинговых задач становится неотъемлемой частью современной стратегии успешного продвижения [4]. Рассмотренные технологии призваны усилить инновационный характер принимаемых решений в маркетинговом управлении, повысить их эффективность.

### **Библиографический список**

1. Бикметов, Е.Ю., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.

2. Бикметов, Е.Ю., Бронников, М.А., Кузнецова, Е.В. Применение технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в проектной деятельности студентов университетов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4-1 (79). – С. 24–27.

3. Кому в России с ChatGPT хорошо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/longread/chatgpt-russia-2023/> (дата обращения: 12.10.2023).

4. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Ларцева, С.А., Рувенный, И.Я. Ключевые стратегические решения в маркетинговом управлении // Евразийский юридический журнал. – 2022. – № 8 (171). – С. 457–459.

© Ханов Р.В., 2023

А.Р. ШАЯХМЕТОВА  
shayakhmetova-99@bk.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. М.В. ШЕСТЕРНИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ОСОБЕННОСТИ РАСШИРЕНИЯ РЫНКА СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

*Аннотация:* в статье рассмотрены достоинства и недостатки продажи молочной продукции на маркетплейсах страны.

*Ключевые слова:* молочная продукция, каналы сбыта, сбыт, маркетплейсы.

В условиях цифровизации экономики все больше производителей молочной продукции ищут новые способы расширения своих рынков сбыта. Одним из перспективных способов является продажа молочной продукции на маркетплейсах – онлайн платформах, где множество продавцов размещают предложения продукции, коммуницируют с широким кругом покупателей.

Маркетплейсы действуют в нашей стране с 2018 года. Однако широкому распространению электронной коммерции способствовала пандемия 2020 года, когда онлайн покупки совершило 50,2% населения страны; в 2022 г. эта доля возросла до 58,3% [1]. В 2022 году на долю онлайн-продаж пришлось 15% от всего ритейла и 30% от рынка непродовольственного ритейла.

Динамика роста общего объема продаж известной интернет платформы Wildberries представлена на рис. 1 [2]. Согласно диаграмме за период с 2018 г. по 2022 г. отмечается значительный прирост объема продаж: с 118,7 млрд рублей до 1,669 трлн. рублей. В первом квартале 2023 года общее число заказов на онлайн-платформе достигло 618,1 млн (+118% год к году). Оборот от продаж товаров и услуг на Wildberries увеличился на 100% до 576,827 млрд руб.

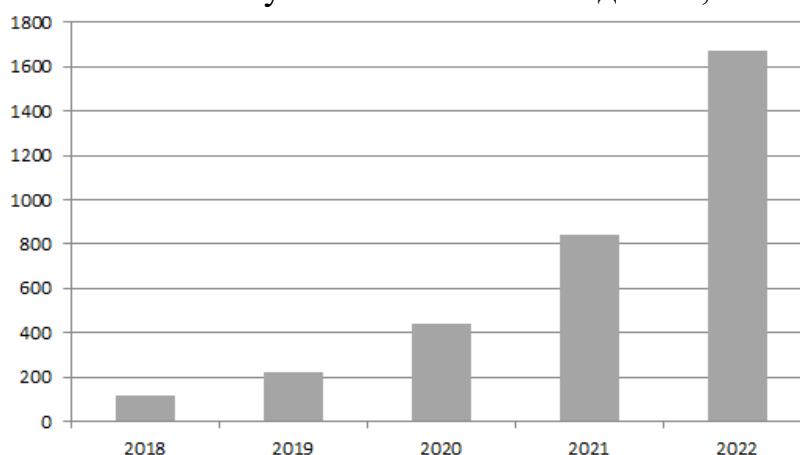


Рис. 1. Общий объем заказов на онлайн-платформе Wildberries

Расширение рынков сбыта молочной продукции с помощью маркетплейсов имеет ряд преимуществ.

1. Доступность: покупатели имеют возможность приобрести молочные продукты в любое удобное для них время, не выходя из дома. Это особенно важно для людей, которые имеют ограничения в передвижении, например, пожилые люди или те, кто живет в удаленных районах.

2. Разнообразие: на интернет-платформах можно найти широкий выбор молочных продуктов разных производителей. Покупатели могут сравнить цены и характеристики продуктов, что помогает им сделать осознанный выбор.

3. Удобство: заказывая товары онлайн, покупатели могут выбрать удобный для них способ доставки: домой, на работу или в другое место, а также выбрать время доставки.

4. Безопасность: на маркетплейсах можно найти информацию о производителях молочной продукции, их сертификатах качества, составе и пищевой ценности, что придает уверенность в совершенной покупке.

5. Маркетинговая поддержка: маркетплейсы часто предоставляют инструменты для продвижения продукции: реклама, участие в акциях, скидки, поддержка в создании привлекательного описания продукта и визуальных материалов. Это помогает продавцам активно привлекать внимание к своей продукции и увеличивать продажи.

Взаимодействие через маркетплейсы достаточно новый и перспективный вид реализации. Однако в случае молочной продукции здесь возникает ряд ограничений:

– требуется декларация соответствия техрегламенту Таможенного союза (ст. 21–23 о безопасности пищевой продукции);

– не все виды продукции доступны к реализации через сеть пунктов выдачи ввиду необходимости поддержания температурного режима хранения;

– нельзя продавать продукты с максимальной температурой хранения ниже 17°C;

– более высокий риск порчи продукции при транспортировке;

– возможны отказы от продукции конечными покупателями.

Расширение рынков сбыта молочной продукции на маркетплейсах имеет ряд недостатков.

1. Покупатели должны полагаться на информацию и фотографии, представленные на сайте, что создает риски для покупателей.

2. Высокая конкуренция: интернет-платформы предлагают широкий ассортимент множества продавцов, что может привести к снижению цен и прибыльности для производителей.

3. Проблемы с доставкой: доставка молочной продукции требует особых условий хранения и транспортировки, чтобы сохранить свежесть и качество товара. Некоторые интернет-платформы могут столкнуться с трудностями в обеспечении правильной температуры и условий доставки.

На данный момент для поддержания производителей фермерской продукции в Московской области прорабатывается механизм поставки

скоропортящейся продукции через Ozon; будет доступна курьерская доставка. Однако пока широкого распространения данная практика не имеет. Схема работы таких площадок как Озон, Вайлдберриз, КазаньЭкспресс и Яндекс Маркет, СберМегаМаркет (маркетплейс по продаже только продуктов питания) имеет следующий вид (рис. 2) [3].

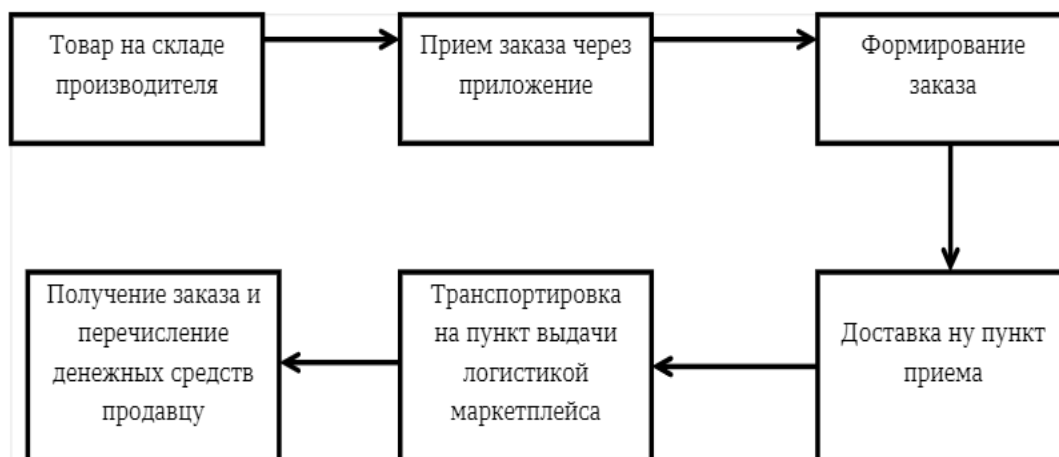


Рис. 2. Продажа продукции через маркетплейсы Озон и Вайлдберриз

Сервисы доставки продуктов питания, такие как Самокат и СберМаркет, работают примерно по одной схеме (рис. 3) [4].



Рис. 3. Продажа продукции через сервисы доставки

Сервисы доставки чаще всего работают со складами в каждом районе присутствия, откуда заказы покупателей доставляются курьерами. В случае интернет-заказов коммуникации происходят с дарксторами, не предназначенными для совершения покупок складов-магазинов, но с выкладкой штучных товаров, похожей на магазинную. В результате внедрения цифровых платформ уменьшается количество посредников в кооперационных цепочках и снижаются транзакционные издержки, ликвидируя косвенные затраты на сбор и поиск информации для заключения различных контрактов [5].

Как видно из схем, основная разница этих способов реализации продукции состоит только в условиях хранения и транспортировки продукции. С учетом специфичности молочной продукции в первом случае следует разработать и (или) предлагать виды продукции, не нуждающиеся в специальных условиях хранения. Во втором случае сервисы-доставки предоставляет необходимое оборудование транспортировки скоропортящихся продуктов, следовательно, возможна реализация уже имеющихся товаров.

Мы провели сравнение четырех наиболее популярных маркетплейсов (Ozon, Яндекс.Маркет, Wildberries и KazanExpress) по схемам работы с продавцами, величине комиссии и условий их работы [6]. Учитывая особенности каждой площадки, начинающим селлерам (поставщикам товара) важно правильно выбрать свободную нишу, оптимизировать вложения и сократить риски, связанные с запуском своего магазина на маркетплейсе.

Учитывая все факторы продаж молочной продукции на маркетплейсах и с помощью сервисов доставки, наиболее оптимальными видами молочных изделий, на наш взгляд, являются молоко сгущенное, топленое масло ГХИ, молоко ультра пастеризованное. Данные виды продукции не требуют особых условий хранения, что является ключевым фактором расширения рынка сбыта с помощью новых цифровых инструментов.

В целом, расширение рынков сбыта молочной продукции на интернет-платформах представляет собой перспективное направление развития, которое может предложить больше возможностей для производителей и покупателей молочной продукции. Однако, необходимо учитывать и решать некоторые ограничения и проблемы, связанные с онлайн-торговлей молочной продукции.

### **Библиографический список**

1. Исследование продаж на маркетплейсах 2020–2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shopstat.ru/blog/issledovanie-prodazh-na-marketplejsah-2022-2023> (дата обращения: 22.09.2023).
2. Wildberries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles> (дата обращения: 27.09.2023).
3. Схема работы озон маркетплейс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stylishbag.ru/21-foto/shema-raboty-ozon-marketplejs.html> (дата обращения: 20.09.2023).
4. Как работает Самокат доставка продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://samokatrabota.ru/blog/kak-rabotaet-dostavka-samokat?ysclid=ln1qscuqa8530927284> (дата обращения: 20.09.2023).
5. Шестернина, М. В. Развитие промышленного интернета вещей в современной России // Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности: сб. науч. тр. / под общ. ред. И. Я. Рувенного; Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: РИК УГАТУ, 2019. – С. 252–256.
6. Обзор маркетплейсов для поставщиков и производителей продуктов питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sfera.fm/articles/fud-reteil/gde-prodavat-edu-obzor-marketpleisov-dlya-postavshchikov-produktov-pitaniy> (дата обращения: 20.09.2023).

© Шаяхметова А.Р., 2023

Е.А. ШУМИХИНА

*lisa.shumihina@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Е.В. КУЗНЕЦОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В КОФЕЙНОЙ ИНДУСТРИИ

*Аннотация:* рассматривается развитие маркетинговых инструментов в кофейной индустрии. Исследуется история изменения коммуникационных приемов взаимодействия с потребителями при продаже кофе. Анализируются ценности клиентов на каждом маркетинговом этапе развития кофейни.

*Ключевые слова:* кофе, развитие маркетинга, кофейни, потребители, ценности клиента, кофейная индустрия.

Актуальность выбранной темы заключается в спросе и предложении на нишу кофейного бизнеса. Кофе – вечный напиток, который всегда был, есть и будет «в моде». Если задуматься, кофе как продукт продолжает быть популярным и модным благодаря маркетингу. Причем в разные исторически-временные промежутки времени «кофе» имеет разное значение.

Первым человеком, открывшим кофейный дом, стал П. Рози, слуга купца Д. Эдвардса, в 1652 г., который приглашал в свой дом гостей из купеческой гильдии и угощал их кофе. Спустя время, он переоборудовал небольшое по площади здание Королевской биржи, а главным назначил своего слугу. Так появилась первая кофейня.

К. Боуэн, партнер и инвестор П. Рози, стал первым маркетологом в кофейном бизнесе. Именно он написал первую листовку с кофе, которая оказалась их инструментом продвижения. До этого момента о кофейне узнавали благодаря «сарафанному маркетингу». В листовке он указал: что такое «кофе», его характеристики и качества, почему люди должны приходить к ним за чашкой кофе. Боуэн воспользовался человеческим фактором – мысль о здоровье – одна из причин, почему реклама удачно сработала.

После открытия кофейни «Rosee's coffeehouse» конкуренция сильно возросла, поэтому кофейня стала местом работы, где сидели юристы, печатники, страховщики, торговцы. Интересный факт: в кофейне стали создавать целые компании.

На наш взгляд, кофе не является как таковым продуктом. Продуктом является сама «кофейня Рози», а кофе – инструмент ее продвижения. Однако сам кофе – предмет роскоши и признак богатства.

Следующая волна маркетинга кофейной эпохи начинается в XVIII–XIX веках с обжарки. Именно благодаря обжарке миру стали известны такие имена как Ю. Майнл и Л. Лавацца, одни из самых лучших обжарщиков.

Потребители покупали не зеленые зерна, а уже готовые свежие, обжаренные зерна. Например, Л. Лавацца увлек мир не только в познания обжарки, но и правильного хранения кофейных зерен. Именно он стал продавать обжаренные зерна в пергаментных упаковках, и в последствии на упаковках появился логотип бренда «Lavazza» [1].

Этот период можно считать одним из ключевых, так как с этого периода и начинается история продажи и продвижения обжарки кофе. Почему это так важно? Потому что обжарка имеет немаловажную роль во вкусе напитка. Итог: обжарка легла в основу новой кофейной волны. Кофе перестал быть предметом роскоши и стал доступен нескольким слоям населения.

Особенностью этого периода является смесь Morning Sip, созданная А. Шепардом и его сыновьями, «которая в 1916 году рекламировалась как «чистая, сладкая и полезная» благодаря удалению кофейного «верхнего покрытия»» [2]. Таким образом, меняется вкус продукта, а следовательно, и эмоции и впечатления потребителей [3]. Потребители приобрели не только новый продукт, но и новые ценности. Кофе становится не просто продуктом потребления, а продуктом, восполняющим материальные и духовные потребности. Маркетинг пропагандирует высокое качество и ценность кофе.

На рекламу компании были готовы тратить ошеломляющие суммы, так как рынок был переполнен. Конкуренция возросла. Самым ярким примером рекламы можно назвать Maxwell House, так как их маркетинговый бюджет на рекламу объявлен 275000 долларов США в 1920–1940 г. Инструментами рекламы выступают рекламные щиты, радио, шоу. Продажи вырастают на 85%.

Начало и середина XX века – эпоха охвата мира молотым и растворимым кофе. Неимоверно быстро молотый и растворимый кофе вытеснил с рынка кофейные зерна. Кофе становится «ширпотребом», который доступен абсолютно каждому. Функции кофе – заряд бодрости. Маркетинговые кампании преподносили кофе как что-то быстрое и удобное.

С приходом телевизионных реклам поменялось многое. Различные рекламы с популярными актерами, простыми людьми полностью охватили кофейный рынок. Референты – молодые люди с романтическими отношениями за чашкой кофе Nescafe [4].

Третья волна кофейного бизнеса начинается с всем известного бренда Starbucks. Изначально это был магазин, продающий кофейные зерна, впоследствии это стала легенда среди кофеен. С приходом Г. Шульца в Старбакс, изменился и продукт. Потребителю в кофейне стали предлагать создавать свой собственный кофе: размер, разновидности зерна, молока, сиропы на выбор. Именно Старбакс ввели в кофейнях идею личного обращения к клиенту: каждый стаканчик с кофе подписывался именем гостя. Эта маркетинговая фишка довольно хорошо и удачно выстрелила. Идея «кофе на вынос» пришла именно от них.

«Кофе третьей волны» – это движение спешелти кофе, где кофе становится крафтовым напитком, созданным лучшими бариста. Становится важным все: от урожая зерна, сбора, обработки, обжарки, способа



приготовления, техники, подачи вплоть до самого бариста. Кофе – это не только заряд бодрости. Кофе – это наука, искусство, которым человек наслаждается, делая каждый глоток.

Какие коммуникационные инструменты применяют сегодня, чтобы продавать кофе? Листовки, баннеры, рекламные щиты, дизайны кофейных точек, уникальные рецептуры и предложения, видео- и аудио-контент, книги, обучение и курсы, как в традиционном, так и цифровом форматах.

Маркетинг современной индустрии кофе намного разнообразней. Со времен, как Старбакс захватили нишу спешелти кофе. С приходом нового формата кофейной индустрии, кофе как сам продукт изменился. В настоящее время кофе воспринимается не только как «заряд бодрости», но и как искусство. Стали ценить истинный вкус зерна, его обжарку. Поменялся и формат кофейни. Кофейня – это не только место, куда приходят за кофе, но и место, где человек проводит свое время. Владельцы стали открывать кофейни с разными концепциями и идеями. Становятся популярны разные коллаборации с брендами, компаниями, продвигающими в том числе территорию [5]. Если брать на примере г. Уфа, то яркими примерами станут кофейни Алоха и «МамаВаритКофе». Алоха – это некий островок, местные «Гавайи», где людей окутывает атмосфера пляжа, солнца и яркости. «МамаВаритКофе» – классический стиль кофейни для людей стиля «классика». Обе кофейни являются популярными, обе преподносят кофе как уникальный продукт.

### **Библиографический список**

1. Lavazza запускает в России первую рекламную кампанию: «Не просто итальянский» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agency-siam.ru/press/reclamanews/6538> (дата обращения: 01.10.2023).

2. Краткая история маркетинга в кофейной индустрии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [clck.ru/35vTZo](https://clck.ru/35vTZo) (дата обращения: 02.10.2023).

3. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Сущность и технологии маркетинга эмоций // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 1 (58). – С. 59–63.

4. Бикметов, Е.Ю., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.

5. Бикметов, Е.Ю., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Региональный аспект территориального маркетинга (на примере Республики Башкортостан) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2023. – № 1. – С. 209–224.

© Шумихина Е.А., 2023

Э.А. ЯППАРОВ

*edgar.yapparov@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р социол. наук, проф. Е.Ю. БИКМЕТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ КОВОРКИНГ-КАФЕ)**

*Аннотация:* в статье предоставлен всесторонний обзор ключевых этапов, необходимых для создания и успешного ведения бизнеса в сфере общественного питания. Начиная с формулировки уникальной идеи и концепции, автор подробно рассматривает вопросы исследования рынка, выявления конкурентных преимуществ и создания бизнес-плана коворкинг-кафе. Раскрыто значение разработки меню и дизайна, соответствующих выбранной концепции. Отмечается творческий и ответственный характер процесса открытия кафе, особое значение перевода мечты в цель в проектировании бизнеса

*Ключевые слова:* общественное питание, коворкинг-кафе, проект, идея и концепция, планирование.

В современном мире, где технологии и творчество переплетаются, открытие коворкинг-кафе представляет собой уникальное предприятие. Задачи данного исследования состоят в раскрытии ключевых этапов создания коворкинг-кафе в городе Уфа с целевой ориентацией на молодежь, увлеченную музыкой. Началу разработки проекта положила идея создать пространство, где творческая энергия будет сочетаться с работой. Особый упор был сделан на привлечение молодежи, особенно тех, кто разделяет интерес к музыке.

Результат – концепция коворкинг-кафе, предоставляющего уникальные возможности для творчества, обучения и обмена идеями. Маркетинговый анализ рынка Уфы подтвердил, что конкурентов в данной сфере практически нет. Есть одно подобное заведение, но его деятельность далека от совершенства, и оно едва ли известно целевой группе. Поэтому важно, чтобы новое коворкинг-кафе было не просто местом работы, а исключительным пространством для раскрытия музыкальных талантов. Лекции, студии для записи, обучение игре на инструментах и даже возможность выступить – вот ключевые элементы, которые могут сделать заведение уникальным.

Главный секрет успеха антикафе – его концепция. Согласно маркетинговым исследованиям, тематические заведения пользуются большей популярностью. Тематика антикафе диктует и его название, и интерьер, и наличие так называемых «фишек» – отличительных особенностей заведения, за потреблением которых клиенты придут и в следующий раз. В качестве

концепции для антикафе выступают и сюжеты фильмов, и экологические мотивы, и направления искусства, и различные эпохи, и даже отдельные персонажи. Интересная идея – создание в одном антикафе нескольких тематических зон или комнат, отличающихся по стилистике и настроению [1].

Подобный проект требует планирования и тщательной реализации, поэтому рассмотрим несколько ключевых стадий.

1. Исследование рынка и выявление целевой аудитории: провести анализ рынка, определить наличие конкурентов и изучить их сильные и слабые стороны; определить целевую аудиторию. Например, кафе может быть ориентировано на подростков и молодежь до 25 лет, увлеченных музыкой.

2. Разработка идеи и концепции: сформулируйте ясную идею кафе. Наша концепция может включать в себя бесплатные студии для записи, обучение музыкальным навыкам, лекции и мероприятия. Ключевая цель проекта – дать возможность творческим людям получить идеальное место для работы и творчества.

3. Бизнес-план является самым важным звеном в механизме реализации проекта, необходимо учесть все возможные аспекты проекта, предвидеть возможные проблемы (угрозы) и предвидеть их решение. Бизнес-план включает описание идеи, анализ рынка, стратегию маркетинга, прогнозы финансов и план действий. Необходимо определить ресурсы и источники финансирования, возможности самофинансирования, кредитов, инвестиций или партнерств.

4. Поиск помещения и дизайн. Необходимо найти подходящее помещение в центре города с удобным доступом и привлекательным окружением, разработать дизайн интерьера, который поддерживает концепцию, обеспечить различные зоны для работы и отдыха, затем планировать закупку необходимого оборудования и мебели для помещения.

5. Рекрутинг персонала включает подбор энергичных и творческих сотрудников, способных оказывать поддержку и консультации по вопросам, связанным с тематикой антикафе [1].

6. Продвижение. Проведение рекламной кампании осуществляется в Интернете, поскольку целевую аудиторию антикафе составляют активные пользователи сети. Заводится группа в соцсетях, где можно публиковать расписание мероприятий, отзывы первых посетителей, новости об акциях и скидках, фотографии заведения и т. д. [2].

Чем правильнее будут выбраны рекламные каналы, тем больше клиентов будет привлечено в первые 2–3 месяца. На основе бенчмаркинга установлено, что наибольшую эффективность показывают: группы в социальных сетях; таргетинговая реклама в ВК; листовки, флаеры; реклама на городских интернет-сайтах. Следует учитывать правило: «довольный клиент расскажет 3 новым, а недовольный – 10 друзьям». Поэтому «сарафанное» радио может сыграть большую роль в увеличении популярности заведения [3]. Технологии референтного маркетинга, эмоций и WOM представляют особый интерес [4, 5].

Помимо рекламы следует организовать мероприятия стимулирующего характера: предлагать гибкую ценовую политику и акции для привлечения клиентов. В нашем случае возможно заключение партнерства с местными музыкантами, художниками и дизайнерами.

7. Запуск и развитие. Следует связать открытие кафе с запоминающимся событием, чтобы привлечь внимание целевой аудитории, затем поддерживать обратную связь с клиентами и вносить улучшения в предложенный ассортимент услуг, добавляя новые услуги и события, поддерживая интерес молодежи.

Открытие кафе – творческий и ответственный процесс, который требует глубокого погружения в различные аспекты бизнеса. От идеи до успешного кафе – это путь, полный вызовов и возможностей. Однако при правильном планировании и приверженности идее возможно преобразовать мечту в успешный бизнес.

### **Библиографический список**

1. Богатырева, М.Р. HR-брендинг как инновационный способ управления персоналом // ФГУ Science. – 2022. – № 4 (28). – С. 19–23.

2. Бизнес-план антикафе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/biznes-plan-antikafe/> (дата обращения: 17.10.23).

3. Концепция бизнес-идеи «Антикафе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prorektor.com/catalog/gotovyyu-biznes-plan-antikafe-s-raschetami/> (дата обращения: 17.10.23).

4. Бикметов, Е.Ю., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В., Рувенный, И.Я. Референтный маркетинг как инновационная коммуникационная технология взаимодействия с потребителями // Бизнес. Образование. Право. – 2015. – № 2 (31). – С. 25–31.

5. Рувенный, И.Я., Касимова, Э.Р., Кузнецова, Е.В. Сущность и технологии маркетинга эмоций // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – №1 (58). – С. 59–63.

© Яппаров Э.А., 2023

## СЕКЦИЯ 7.9. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И СТРАХОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

УДК 33.338.012

Р.А. АТНАГУЛОВА

*atnagulovaregina@yandex.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены основные риски лизинговых компаний и предложены перспективные направления и инструментарии минимизации рисков участников лизинговых сделок.

*Ключевые слова:* риск, управление, лизинг, анализ, оценка, контроль.

«Лизинг – совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга» [5].

«Лизинговая деятельность – вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг» [5].

В Российской Федерации развитие лизинга особенно актуально сегодня, так как изношенность основных средств предприятий достигла максимума, а привлечение инвестиций на иной основе часто представляет определенные трудности.

Лизинг представляет собой серьезную проблему из-за присущего ему риска. Оценка и контроль риска, связанного с лизингом, является критической проблемой в современной российской экономике. Популярность лизинговых компаний и значительный риск, связанный с лизинговыми операциями, подчеркивают необходимость эффективной оценки и управления рисками.

Все риски, с которыми сталкиваются лизинговые компании в процессе своей деятельности, можно разделить на две большие группы:

- 1) общие – риски, с которыми сталкиваются все предприятия;
- 2) специфические – риски, связанные только с лизинговой деятельностью.

Под общие подпадают следующие категории рисков: политические, макроэкономические, юридические и налоговые.

К специфическим рискам лизинговой деятельности можно отнести проектные риски, риски, связанные с предметом лизинга, финансовые риски и риск неуплаты лизинговых платежей.

Рассмотрим и другие возможные риски:

1. Экономический спад;

Лизинговые компании могут столкнуться с повышенными рисками во

время экономического спада, поскольку предприятия могут сократить свою лизинговую деятельность или не выполнять лизинговые платежи из-за финансовой нестабильности.

#### 2. Амортизация активов;

Лизинговые компании несут риск потенциального обесценивания активов. Если стоимость арендованных активов со временем значительно уменьшится, это может повлиять на способность компании вернуть инвестиции.

#### 3. Кредитный риск;

Существует риск, связанный с кредитоспособностью арендаторов. Если арендаторы не выплачивают арендные платежи или становятся неплатежеспособными, лизинговые компании могут столкнуться с трудностями при возврате своих инвестиций.

#### 4. Изменения в законодательстве;

Новые правила могут увеличить затраты лизинговых компаний или изменить привлекательность лизинга как варианта финансирования для бизнеса.

#### 5. Технологическое устаревание;

Лизинговые компании, специализирующиеся на аренде технологического оборудования, сталкиваются с риском технологического устаревания. Быстрое развитие технологий может привести к устареванию арендованных активов, снижению их стоимости и спроса.

#### 6. Операционные проблемы;

Лизинговым компаниям необходимо эффективно управлять своей деятельностью, включая управление арендой, обслуживание активов и отношения с клиентами. Несоблюдение этого требования может привести к неэффективности, увеличению затрат и потенциальному недовольству клиентов.

#### 7. Конкуренция;

Интенсивная конкуренция может привести к ценовому давлению, снижению прибыли и необходимости постоянных инноваций, чтобы оставаться впереди.

#### 8. Риск процентной ставки;

Если процентные ставки значительно вырастут, стоимость заимствований может увеличиться, что повлияет на способность компании предлагать конкурентоспособные ставки аренды и потенциально снизит спрос на ее услуги.

#### 9. Юридические и договорные риски;

Лизинговые контракты и юридические соглашения могут подвергать компании различным рискам. Могут возникнуть споры, нарушения контракта, расторжение договора аренды или юридическая ответственность, что потенциально может привести к финансовым потерям и репутационному ущербу.

#### 10. Проблемы управления активами.

Правильное управление портфелем арендованных активов предполагает эффективное отслеживание, обслуживание и избавление от активов. Плохая практика управления активами может привести к увеличению затрат, снижению использования активов и потенциальным потерям при реализации активов. Лизинговым компаниям важно эффективно оценивать и управлять этими рисками, чтобы обеспечить их долгосрочную устойчивость и прибыльность. Для полного понимания рисков лизинговых компаний необходимо проанализировать статистические данные за прошлые года.

По данным агрегированного баланса (МСФО) 21 крупнейшей лизинговой компании (72% лизингового портфеля сектора), составленного по данным опроса Банка России по состоянию на 30 сентября 2020 г., к основным рискам лизингодателей относятся: риск контрагента и рыночный риск (обесценение стоимости предмета лизинга, валютный риск) (рис.1).

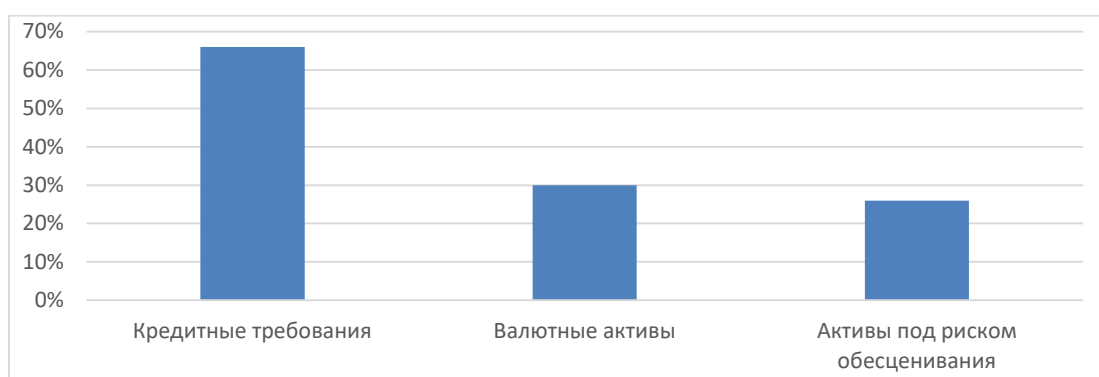


Рис. 1. Структура рисков, учитываемых на балансе лизинговой компании

Процентное соотношение рисков, которые учитываются на балансе лизинговой компании указаны на рис. 1.

Для наиболее крупных лизинговых компаний характерен риск концентрации у одного лизингополучателя или группы. Так, согласно данным опроса крупнейших лизинговых компаний, на топ-5 лизингополучателей приходится 17% всей задолженности лизингового портфеля выборки. При этом наиболее явно риски концентрации выражены для компаний, специализирующихся на лизинге авиа- и железнодорожного транспорта, что обусловлено ограниченным количеством поставщиков данных услуг в экономике.

Согласно данным опроса, около 53% лизинговых платежей приходится на низко ликвидное и специфическое имущество: 28% – железнодорожная техника, 16% – морские и речные суда, 9% – авиатранспорт. При этом каких-либо регуляторных требований по переоценке лизингового имущества для лизингодателей не существует, кроме компаний, ведущих отчетность в соответствии с МСФО, это 21 компания, или около 7% по количеству участников рынка.

Такая недооценка риска может приводить к искажению капитала лизинговых компаний, и его реальная экономическая емкость для абсорбции потенциальных убытков может быть значительно меньше.

Общий риск-профиль лизинговой компании также может быть оценен по стоимости услуг лизингодателей. Согласно результатам опроса крупнейших лизинговых компаний, средняя ставка удорожания по договору лизинга (отношение переплаты по договору к стоимости имущества, или ставка аннуитета в годовом эквиваленте, – термин «процентная ставка» в лизинге не используется), рассчитанная для аннуитетного платежа, составляет 14,4% годовых и колеблется от 3,9% в авиализинге до 24,7% для автотранспорта.

Заключение об анализе рисков лизинговых компаний зависит от различных факторов, таких как конкретная отрасль, рыночные условия и финансовое состояние компании. Однако в целом проведение комплексного анализа рисков помогает лизинговым компаниям выявить и оценить потенциальные риски, связанные с их деятельностью, включая кредитный риск, рыночный риск, риск ликвидности и операционный риск. Понимая эти риски, лизинговые компании могут реализовать соответствующие стратегии управления рисками для смягчения потенциальных потерь и защиты своей финансовой стабильности.

### **Библиографический список**

1. Селеванова, Т.С. Риски лизинговых операций и методы их минимизации // Вестник СКГТУ. Серия «Экономика». – 2012. – № 1. – С. 45–54.
2. Лещенко, М.И. Основы лизинга: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 336 с;
3. Газман, В.Д. Лизинг и факторинг: учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.
4. Панова, О.А. Методика принятия управленческого решения по заключению договора лизинга с учетом риска возникновения дебиторской задолженности по лизинговым платежам // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2008. – Вып.1-й. – С. 113–120.
4. Романова, Л.Е., Панова, О.А. Перспективный сегмент рынка для лизинговой компании // Известия ТулГУ. Сер. «Экономика. Управление. Финансы». – 2006. – Вып. 3-й. – С. 264–272.
5. Финансовое право [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ibooks.ru/bookshelf/334924/reading>.

© Атнагулова Р.А., 2023



Я.А. АХМАДОВА

*Akhmadovayana@gmail.com*

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ПРОЦЕСС ОСАГО КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу современных аспектов банковского страхования. В данной статье исследуется стабильность структуры продаж полисов ОСАГО в России и отмечаются изменения в предпочтениях клиентов, современные внедрения для упрощения получения и использования ОСАГО.

*Ключевые слова:* ОСАГО, цифровизация.

Автострахование является значительной частью рынка страхования, который, в свою очередь, обладает развитой и популярной системой взаимоотношений между страховыми компаниями и страхователями по всему миру. Значимым элементом этой системы является обязательное страхование гражданской ответственности водителей (ОСАГО), появившееся в России в 2003 году. Инструмент страхового обеспечения на рынке автострахования, стал иметь большую важность в российской и мировой страховой отрасли.

В соответствии с действующим законодательством РФ, договор обязательного страхования ответственности автовладельцев - это страховой договор, по которому страховая компания принимает на себя обязательство по возмещению за установленную договором плату вреда, причиненного потерпевшим в результате страхового случая, их жизни, здоровью или имуществу, в пределах суммы, указанной в договоре.

Существует два вида водителей: осторожные водители и рискованные водители нарушающие ПДД. Для стимулирования к аккуратной езде Банк России собирается расширить тарифный коридор ОСАГО. Таким образом образцовые водители будут платить по более низкой ставке.

Рынок ОСАГО продолжал расти, несмотря на последствия после начала специальной военной операции 24.02.2022, такие как новые санкционные ограничения и к экономическая нестабильность, волатильность на фондовом рынке и высокая инфляция. Рост был обусловлен увеличением стоимости страхования из-за высоких показателей инфляции, а также ростом цен на ремонтные работы и автозапчасти.

С начала сентября 2022 года изменились базовые тарифы для большинства видов транспортных средств по ОСАГО. Коридор базовых тарифов был расширен на 26% вверх и вниз, что привело к увеличению

страховых премий по ОСАГО. Наименьшая базовая ставка ОСАГО для физических лиц составляла 1655 рублей, а максимальная – 7545 рублей. Для юридических лиц ставка составляла от 852 до 5722 рублей, а для лицензированных водителей такси – от 1490 до 15756 рублей. В 2023 году эти тарифы останутся без изменений.

Таким образом, около 7,5–8 тысяч рублей – средний размер премии по ОСАГО.

Из-за повышенной аварийности, значительными различиями в уровне профессионализма водителей и существенным снижением стоимости проезда, наибольшее развитие ожидается в такси. Более широкое развитие этой сферы позволит эффективно влиять на курс рубля в отношении недисциплинированных таксистов и снижать тарифы для осторожных водителей.

Развитие страхового рынка тесно связано с цифровизацией. Цифровизация представляет собой различные цифровые технологии, которые внедряются в различные сферы жизни и производства.

В настоящее время цифровизация оказывает значительное влияние на большинство бизнес-процессов страховых компаний.

Цифровизация страховой отрасли выгодна как клиентам, так и страховщикам. Урегулирование страховых случаев через онлайн-платформы и покупка ОСАГО становится все более популярным в России.

Оформление полиса ОСАГО онлайн позволяет автовладельцам избежать посещения страховой компании, что экономит время и упрощает процесс получения полиса.

Цифровизация ОСАГО предлагает клиентам возможность заполнить заявку на полис через интернет, выбрав подходящий тарифный план. Это удобно и позволяет выбрать наиболее выгодный вариант из разных страховых компаний.

Получение полиса ОСАГО стало возможным немедленно после подачи заявки, что позволяет клиентам избежать долгого ожидания рассмотрения и получения полиса по почте. Теперь автовладельцы могут получить свою страховку электронным способом, что экономит время и обеспечивает уверенность в наличии страховки для автомобиля.

Согласно официальным данным Центрального Банка Российской Федерации, распределение продаж полисов ОСАГО по регионам страны осталось примерно таким же, как и год назад. Первая десятка регионов продолжает занимать чуть менее половины всех продаж полисов в первом квартале 2023 года, так же, как и в прошлом году. В остальных регионах за этот же период было продано в общей сложности 53% полисов, что незначительно меньше, чем 54% в прошлом году. Москва, Московская и Свердловская области, а также Санкт-Петербург продемонстрировали долю оборота более 5% (рис. 1).

Доли регионов в продажах полисов

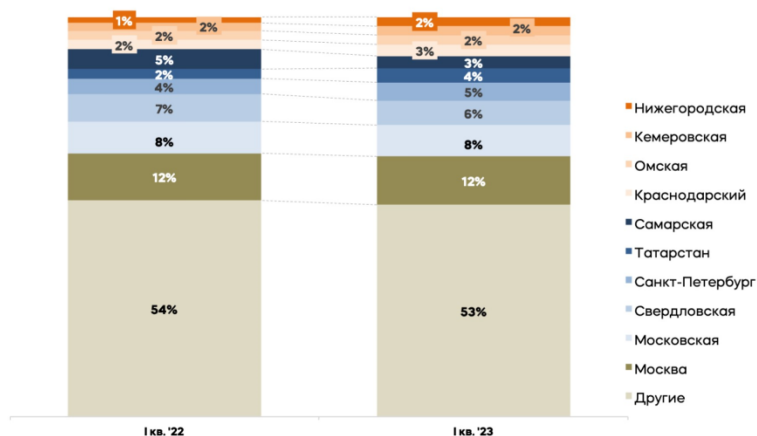


Рис. 1. Доли регионов в продажах полисов

Средняя стоимость полиса ОСАГО для всех населенных пунктов страны в сравнении с соответствующим кварталом 2023 года выросла на 28% и составила 7,7 тыс. руб. В разных населенных пунктах наблюдался различный уровень роста цен на полисы ОСАГО (рис. 2). Среди городов с населением более миллиона человек наименьший рост цены зафиксирован в Москве (+21%), а наибольший - в Нижнем Новгороде (+57%). В первом квартале 2023 года в Нижнем Новгороде была зарегистрирована самая высокая средняя стоимость полиса – 11,3 тыс. руб., в то время как самая низкая стоимость полиса ОСАГО была в Ростове-на-Дону (в среднем 8,8 тыс. руб.).

Изменение средней стоимости полисов в крупных городах, тыс. руб.

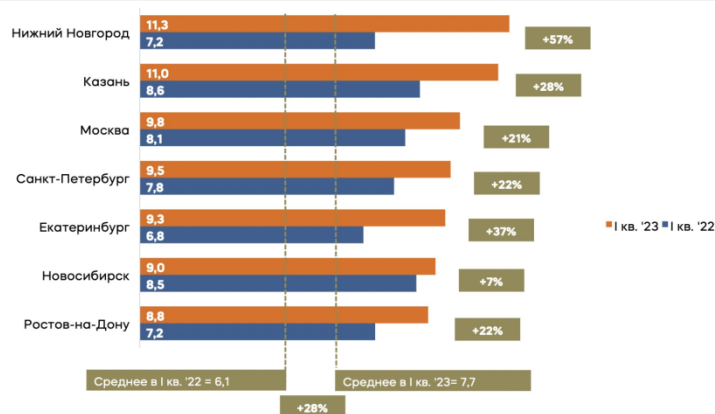


Рис. 2. Изменение средней стоимости полисов в крупных городах, тыс. руб.

Введение автоматической пролонгации может быть одним из наиболее радикальных подходов к реформированию системы ОСАГО в России. Этот механизм может решить проблему отсутствия страховки ОСАГО у некоторых водителей и упростить процесс заключения договоров. Однако, опыт международной практики показывает, что применяемые меры не всегда достигают желаемого результата.

В России механизм автоматического продления полисов ОСАГО может быть использован в двух формах.

Первая форма – обязательная, когда полис автоматически продлевается, если страхователь не отказывается от этого у страховой компании.

Вторая форма – добровольная, когда страхователь явно выражает желание использовать этот механизм при заключении договора ОСАГО. Однако в этом случае у клиента всегда есть право в любое время отказаться от автоматического продления.

Введение данного механизма в России может привести к положительным изменениям в автостраховании.

Для усиления контроля над рынком ОСАГО будут использоваться дорожные камеры. Камеры будут проверять наличие полиса ОСАГО. Идея возникла в 2015 году. В 2023 году запустили механизм проверки наличия полисов ОСАГО у водителей, которые нарушили ПДД и зафиксировались на камеры дорожного видеонаблюдения. Таким водителям будут приходиться штраф за отсутствие полиса ОСАГО и за нарушение правил дорожного движения.

Телематика пользуется популярностью у страховщиков, большинство из них уже внедрили ее в свою работу. За счет введения телематики сократится число нарушений ПДД. Благодаря специальному устройству, считывающему разные факторы можно предсказать ДТП и предотвратить его.

В 2022 году РСА занялся разработкой приложения «Помощник ОСАГО», которое позволяет расширить возможности онлайн фиксации ДТП. Функционал приложения может быть встроен в мобильные приложения страховых компаний [3].

В 2023 году внедрили удаленное урегулирование убытков в ОСАГО. Без личного посещения страховой компании водитель может получить страховую выплату. С 16 июня любая страховая компания может запустить эту функцию, а в 2025 года это стало обязательным для всех страховых компаний.

Из-за проблем неприбыльности и наличия мошеннических автоюристов начала расти популярность электронного ОСАГО [5].

В заключение, можно отметить, что включение цифровой технологии в систему ОСАГО может существенно улучшить процесс оформления полиса и сделать его более удобным для клиентов. Это позволит автовладельцам сэкономить время и получить полис немедленно после подачи заявки. Кроме того, использование цифровых платформ позволит страховым компаниям лучше понять потребности своих клиентов и предоставить им более индивидуальные услуги. Все это способствует развитию ОСАГО в период с 2022 по 2023 годы и повышению уровня удовлетворенности клиентов.

## Библиографический список

1. I квартал 2023 года Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков Информационно-аналитический материал. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review\\_insure\\_23Q1.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review_insure_23Q1.pdf) (дата обращения: 08.10.2023).
2. Внедрение телематики на транспорте снизит мошенничество в автостраховании и случаи ДТП [Электронный ресурс] // Вестник – Глонасс: [сайт]. – Режим доступа: <http://vestnik-glonass.ru/news/intro/vnedrenie-telematiki-na-transporte-snizitmoshennichestvo-v-avtostrakhovanii-i-sluchai-dtp/> (дата обращения: 07.10.2023).
3. Макаров, А.А. Вопросы цифровизации сферы ОСАГО // Наукосфера. – 2020. – № 12-1. – С. 310–316.
4. Шайкин, А. М. Введение механизма автопродлонгации в ОСАГО в России // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 10. – С. 583–588.
5. Самиев, П. Цифровое будущее страхового рынка // Стимул. Журнал об инновациях в России: [Сайт]. – Режим доступа: <https://stimul.online/viewpoint/tsifrovoe-budushchee-strakhovogo-rynka/> (дата обращения: 07.10.2023).

© Ахмадова Я.А., 2023

Г.А. ГАЗИЗОВА

ggazizovaa@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

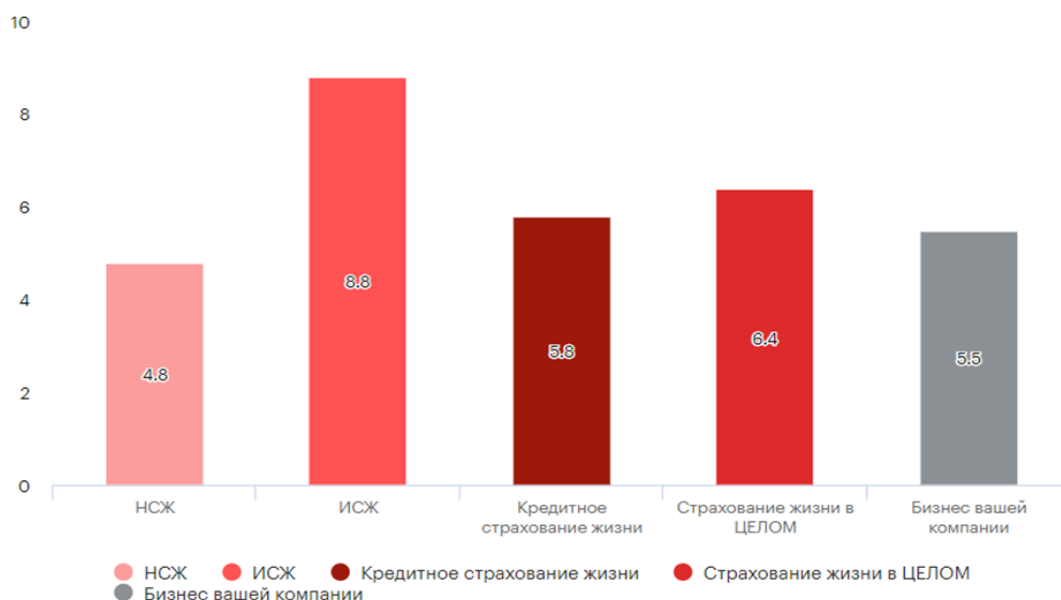
## СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ В РОССИИ: ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И ПРОГНОЗЫ

*Аннотация:* в статье проанализирован рынок страхования жизни. Особое внимание уделено накопительному и инвестиционному страхованию жизни. Изучены новые страховые продукты компаний и определен прогноз на текущий год.

*Ключевые слова:* страхователь, инвестиционное страхование жизни, накопительное страхование жизни, инвестиционный полис, страховщики.

Страхование жизни может использоваться для накопления и сохранения капитала с помощью двух видов продуктов: инвестиционного страхования жизни (ИСЖ) и накопительного страхования жизни (НСЖ). НСЖ – это прежде всего защитный инструмент, а ИСЖ – более прибыльный.

Статистика по страхованию жизни в России на волнах нестабильности указана на рис. 1.



*Рис. 1.* Уровень влияния текущей ситуации на рынок страхования жизни

По данным рис. 1 видно, что наибольшему негативному влиянию событий 2022 года подвергся сегмент ИСЖ. Согласно опросу проведенному агентством «Эксперт РА» среди компаний по страхованию жизни. Респонденты

оценили степень негативного влияния нестабильной ситуации на ИСЖ на уровне 8,8 балла из 10. В то же время степень негативного влияния на НСЖ опрошенные оценили в среднем на 4,8 балла из 10.

Проблемы ИСЖ вполне очевидны, они связаны с заморозкой активов иностранных эмитентов, покупатели полисов несли потери от инвестиций (хотя все владельцы полисов ИСЖ были защищены опцией полного возврата капитала, основные средства потерять не могли, только дополнительный инвестиционный доход). Из-за неясности, в какие ценные бумаги дальше можно инвестировать, высокой волатильности на финансовом рынке царил неопределенность, которая и привела к снижению данного вида страхования.

В этих условиях страховщики жизни начали экстренно менять свои программы защиты жизни в накопительные полисы страхования жизни, наполняя их привлекательными для клиентов опциями, банки стали активно продвигать программы защиты жизни с фиксированным доходом. Эти меры обеспечили бесперебойную реализацию полисов НСЖ через канал банковского страхования, на долю которого приходится более 90% всех полисов страхования жизни в стране. Банки-агенты переключили свое внимание на продвижение программ НСЖ вместо когда-то популярного ИСЖ.

Так совпало, что с начала 2022 года вступили в силу нормативные акты Банка России, которые регулировали целый ряд важных позиций по договорам защиты жизни. Эти новации затрагивали как полисы ИСЖ, так и полисы НСЖ.

Основные изменения вводились требованиями указания ЦБ РФ от 05 октября 2021 г. № 5968-У.

Меры, предпринятые Центральным Банком, были направлены на защиту интересов потребителей, но в то же время данные меры помогли страховщикам удержать своих клиентов. Так как регулятором утверждался обязательный 100% возврат вложений страхователя, были введены четкие ограничения перечня активов возможных к вложению в рисковый фонд, требование по вложениям в акции компаний, допущенных к организованным торгам на одной из российских бирж, а также по индексам, входящим в список, одобренный Банком России. Были введены обязательные требования к общей группе договоров с инвестиционной составляющей – исчерпывающий перечень ограничений по отказам и коэффициенты по выплатам.

Уже сейчас можно оценить ситуацию по страхованию жизни в 2023 году. На текущий момент есть данные по первому полугодю 2023 года. Согласно которому рынок страхования жизни вырос, объем премий по нему увеличился в 1,5 раза. Спрос увеличился во всех сегментах данной отрасли. Суммарные выплаты за первое полугодие 2023 года в сравнении с первым полугодием 2022-го выросли с 159 млрд руб. до 224,3 млрд руб., то есть на 41,1%, При этом выплаты по накопительному страхованию выросли на 93,4% – до 68,6 млрд, по инвестиционному – на 32,6%, до 138,7 млрд. Оценивая данные показатели по страхованию жизни в первом полугодии 2023 можно предположить, что рост связан с ростом потребительской активности, активным кредитованием населения, ростом денежной массы, ростом фондового рынка.

Так как в 2022 году регулятор выпустил новые требования, страховые компании скорректировали свои страховые продукты. Были изменены условия по договорам страхования жизни, изменилась процедура уведомления о вознаграждении посредников, корректировались действующие договора, дополнялись и уточнялись понятия.

Страховщики играют одну из ключевых ролей в данной сфере, поэтому далее на рис. 2 будет приведен рейтинг страховщиков жизни за 2022 год.

	Страховщик	Сборы, млрд. Р	Доля, %
1	Сбербанк Страхование жизни		41,8
2	СОГАЗ-ЖИЗНЬ		12,5
3	Ренессанс Жизнь		8,1
4	АльфаСтрахование-Жизнь		6,5
5	РОСГОССТРАХ ЖИЗНЬ		5,5
6	Капитал Лайф		5,3
7	РСХБ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ		4,6
8	Ингосстрах Жизнь		3,8
9	МАКС-ЖИЗНЬ		1,8
10	ППФ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ		1,6
<b>ИТОГО ТОП-10 Страховщиков Жизни</b>		<b>179,8</b>	<b>91,6%</b>

Рис. 2. Рэнкинг страховщиков жизни

Как мы видим, «Сбербанк страхование жизни» заняла лидирующую позицию. В 2022 компания пересмотрела продуктовую полку по НСЖ и вывела на рынок гибкий продукт («Формула жизни») с фокусом на потребности клиента: защитить будущее, заработать, обеспечить семью, передать капитал или накопить. Благодаря чему клиенты смогли выбрать необходимые им опции, например, увеличивать страховую защиту или, напротив увеличивать доходность. Сама компания стремилась пересмотреть норму доходности, чтобы предложить клиентам наиболее привлекательные условия, а следовательно и оставаться в топах среди всех страховщиков. Также компания добавила защиту от вынужденной потери работы, что также является плюсом, так как из-за нестабильности высока вероятность и потери работы.

Сборы «Сбербанк страхование жизни» по продуктам НСЖ в 2022 году выросли по сравнению с 2021 годом на 55,3% – до 105 млрд рублей. В компании такой результат связывают с востребованностью у людей накоплений и защиты.

Далее были рассмотрены программы и других страховых компаний. И было выявлено, что особую популярность получили программы накопительного страхования жизни с функцией защиты здоровья и включенными в программу страхования опциями в виде глубинных медицинских исследований. Например, в таких компаниях: «Капитал Лайф



Страхование Жизни», «Ингосстрах-Жизнь», СК «Совкомбанк Страхование жизни», «РСХБ-Страхование жизни».

По данным первого квартала 2023 года лидером сектора страхования жизни также стала компания «Сбербанк страхование жизни». Ее рыночная доля в рассматриваемом периоде составила 37,8%, объем премий достиг почти 56 млрд рублей.

Таким образом, страхование жизни в РФ не статично, то есть мы можем наблюдать развитие и рост. Регулятор вносит изменения, которые дают дополнительные гарантии страхователям, что дает большую заинтересованность. Несмотря на то, что страховщики жизни, как и другие игроки финансового рынка, зависят от изменения макроэкономических факторов, происходит достаточно быстрая адаптация под новые реалии. Страховщики давали прогноз на 2023 год, в котором предполагали, что будет наблюдаться рост по данным сегментам, а особенно по НСЖ. В целом, как видно по результатам за первое полугодие – прогноз соответствует действительности.

### Библиографический список

1. Банк России. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков I квартал 2023 года. – М.: Центральный банк Российской Федерации, 2023.

2. Крячко, У.В. Инвестиционное и накопительное страхование жизни – симбиоз на рынке страховых и инвестиционных услуг // Молодой ученый. – 2015. – № 24 (104). – С. 472–474.

3. Оценили ущерб: почему просел рынок страхования жизни / [Электронный ресурс] // iz.ru [сайт]. – Режим доступа: <https://iz.ru/1437660/dmitrii-alekseev/otcenili-ushcherb-pochemu-prosel-rynok-strakhovaniia-zhizni> (дата обращения: 10.10.2023).

4. Страхование жизни в России: на волнах нестабильности / [Электронный ресурс] // raexpert.ru [сайт]. – Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/insurance/life\\_insurance\\_2022/](https://raexpert.ru/researches/insurance/life_insurance_2022/) (дата обращения: 09.10.2023).

5. Инвестиционное и накопительное страхование жизни / [Электронный ресурс] // fin-plan.org [сайт]. – Режим доступа: <https://fin-plan.org/blog/investitsii/investitsionnoe-i-nakopitelnoe-strakhovanie-zhizni/> (дата обращения: 08.10.2023).

6. Что такое инвестиционное и накопительное страхование жизни? / [Электронный ресурс] // fin-plan.org [сайт]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/iszh-nszh/> (дата обращения: 05.10.2023).

© Газизова Г.А., 2023

Д.А. ГАЛИМОВА

*galimova.diana.7@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ РИСКОВ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу рисков российских предприятий розничной торговли. В ходе работы выявлены проблемы, препятствующие развитию российских предприятий розничной торговли, рассмотрены риски и их факторы влияния, также выделены возможные перспективы.

*Ключевые слова:* риск, классификация рисков, розничная торговля.

Риск для предприятия – это вероятность возникновения нежелательных результатов или потерь, способных помешать достижению основных целей.

Данное определение включает в себя различные неопределенности и опасности, которые могут повлиять на финансовую стабильность, деятельность, репутацию и общий успех организации.

Предприятия используют стратегии управления рисками для выявления, анализа, смягчения и мониторинга рисков, уделяя особое внимание минимизации потенциальных негативных последствий и защите своих интересов.

Розничная торговля в России является существенной частью экономики и важным сектором для предпринимателей. Однако, как и в любой отрасли, она подвержена разнообразным рискам, которые могут повлиять на успех предприятий. Это могут быть риски, связанные с изменениями в экономической ситуации, конкуренцией, изменением потребительских предпочтений, внешней политикой, изменениями законодательства и т. д.

Анализ рисков российских предприятий розничной торговли может включать следующие риски (табл. 1).

## Риски российских предприятий розничной торговли

Наименования рисков	Факторы влияния
Экономические риски	Оценка факторов, таких как инфляция, колебания курсов валют, их воздействие на цены и спрос на товары
Политические и законодательные риски	Анализ возможных изменений в законодательстве, таможенных правилах и торговых соглашениях
Технологические риски	Оценка уровня кибербезопасности, потенциальных сбоев в ИТ-системах и адаптация к новым технологиям
Риски конкуренции	Анализ конкурентной среды, стратегий конкурентов и возможных угроз со стороны электронной коммерции
Операционные риски	Управление снабжением, логистикой, безопасностью на рабочем месте и управление запасами
Финансовые риски	Оценка зависимости от кредитов, уровня долга и финансовой устойчивости
Риски рынка и потребителей	Анализ сезонных факторов, изменений в потребительских предпочтениях и рисков рыночной волатильности

Как можно видеть из таблицы, российские предприятия розничной торговли могут столкнуться с различными рисками, связанными с экономической и политической нестабильностью, изменением потребительских предпочтений, конкуренцией и т. д.

Для анализа рисков были рассмотрены следующие три крупные компании розничной торговли:

1. X5 Group – российская розничная компания, специализирующаяся на работе продуктовых магазинов. Это одна из крупнейших розничных сетей в России с магазинами различных форматов, включая супермаркеты, гипермаркеты и магазины шаговой доступности;

2. Лента – компания, управляющая сетью розничных магазинов в России, предлагающая широкий ассортимент товаров, включая продукты питания, товары для дома и электронику;

3. О'кей групп – одна из крупнейших розничных сетей в России, управляющая сетью гипермаркетов и супермаркетов в России.

По итогам второго квартала 2023 года произошел рост выручки компании «X5 Group» на 10,87% – до 772,043 млрд рублей.

Значительный результат получила сеть магазинов низких цен «Чижик», чей товарооборот во 2 квартале 2023 года вырос на 41% в сравнении с 1 кварталом этого же года. Компания «X5 Group» планирует активное расширение данных магазинов во второй половине 2023 года. На сегодняшний

день количество «Чижиков» достигло 810 торговых точек в 27 российских регионах.

Цифровые продажи бизнеса возросли на треть – до 25,56 млрд рублей, благодаря заметному увеличению торговой выручки сервисов оперативной доставки – на 68,6%.

Рост трафика в магазинах на 83% стал основной причиной роста продаж на 20%, при этом средний чек снизился на 60%.

Количество клиентов, посетивших все магазины «X5 Group», возросло на 13% и приблизилось к 1,6 млрд. В сети «Чижик» число покупателей выросло в пять раз за год благодаря быстрому расширению сети данных магазинов.

Во втором квартале 2023 года выручка компании «Лента» выросла на 1,86% и составила 132,514 млрд руб. Объем розничных продаж возрос до 129,5 млрд рублей, что представляет собой увеличение на 0,6% относительно 127,8 млрд рублей в предыдущем периоде. Данный рост был отчасти компенсирован сокращением торговой площади на 0,6%, несмотря на увеличение сопоставимых розничных продаж на 1,8%.

Средний чек снизился на 1,76% по сравнению с показателем второго квартала 2022 года. Связано это со снижением цен на продовольственные товары. Заметно сократилось количество розничных магазинов на 4,45% до 773 в 2023 году против 809 в 2022 году.

Во втором квартале 2023 года зафиксировано значительное увеличение общего объема онлайн-покупок. Относительно предыдущего года он составил 24%, а относительно предыдущего квартала – 8,7%. Количество онлайн-заказов за данный период также возросло на 46% и превысило отметку в 5,8 млн заказов.

Выручка компании «О'кей групп» по сравнению с 2022 годом выросла на 1,71% и составила 99,478 млрд рублей, однако выручка гипермаркетов «О'кей» снизилась на 4,55% и составила 68,054 млрд руб. против 71,300 млрд руб. 2022 года.

В общей выручке компании сеть магазинов «Да» увеличили свою долю на 30%. В первом полугодии 2023 года доход от продаж магазинов вырос на 19% и достиг 30,409 млрд рублей, а интернет-продажи увеличились на 20%.

Несмотря на положительные результаты, в первой половине 2023 года компания понесла убытки в размере 3-х млрд рублей из-за значительного увеличения своих финансовых расходов.

Рассмотрев деятельность наиболее крупных предприятий розничной торговли в России, можно сделать вывод о том, что в целом рост доходов предприятий происходит из-за расширения сетей магазинов, открытия магазинов с низкими ценами и роста онлайн-продаж. Однако это не является только положительной тенденцией, так все это ведет к тому, что повышается риск конкуренции между предприятиями, а рост онлайн-продаж создает риск увеличения дополнительных затрат компаний. Скорее всего в следующем году многие предприятия начнут создавать свои сервисы для продажи товаров

онлайн, а те, кто уже имеет что-то подобное, будут работать над совершенствованием своих сервисов.

### Библиографический список

1. «Лента» объявляет операционные и ключевые финансовые результаты за 2 квартал и 1 полугодие 2023 года / [Электронный ресурс] // Лента: [сайт]. – Режим доступа: <https://lenta.com/o-kompanii/news/-----2---1--2023/> (дата обращения: 07.10.2023).

2. Болдов, М. Отчеты продуктовых ретейлеров за 1 квартал 2023 года: сравниваем показатели / Болдов М. [Электронный ресурс] // Тинькофф Журнал: [сайт]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/news/review-rus-retail-1q2023/?ysclid=lniywd0h2w721747182> (дата обращения: 08.10.2023);

3. Раскрытие информации / [Электронный ресурс] // О'КЕЙ: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.okmarket.ru/about/information-disclosure/?ysclid=lnjac2rkge338177218> (дата обращения: 06.10.2023);

4. Финансовые и операционные результаты X5 Group / [Электронный ресурс] // X5 Group: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/investors/financial-and-operational-results/> (дата обращения: 05.10.2023);

5. Хохлов, Н. В. Управление риском. – М.: Юнити-дана, 2007. – 239 с.

© Галимова Д.А., 2023

А.А. ГИЛЬМИЯРОВА, Л.Ф. ИДИАТУЛИНА

*idiatulinalyaisyan@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ И СТРАХОВАНИЕ ГРУЗОВ: АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ**

*Аннотация:* статья рассматривает важную роль страхования грузов при международных перевозках в контексте обеспечения экономической безопасности. Особое внимание уделяется влиянию санкций и изменяющейся международной конъюнктуры на процессы перевозки и логистику. В работе подчеркивается необходимость тщательного анализа условий страхования и стратегического подхода в условиях переменчивой мировой ситуации.

*Ключевые слова:* страхование, перестрахование, санкции, международные перевозки, логистика.

Страхование грузов при международных перевозках представляет собой важный инструмент обеспечения экономической безопасности в контексте мировых торговых операций. В условиях современной глобализации и интеграции экономик, когда грузы регулярно пересекают границы и перемещаются через большие расстояния, обеспечение безопасности грузов в процессе транспортировки становится критически важным фактором.

Международные перевозки грузов сопряжены с различными рисками, такими как потеря груза, его повреждение или задержка. Страхование грузов позволяет грузовладельцам смягчать потенциальные экономические потери, связанные с такими рисками, и обеспечивать непрерывность поставок. Это, в свою очередь, способствует выполнению контрактных обязательств и поддержанию стабильности внутри логистических цепей поставок [1].

Система транспортного страхования в России, в условиях санкционного давления и уязвимости российского рынка перестрахования, стоит на стыке экономической безопасности страны. Зависимость от перестрахования рисков транспорта в страховых компаниях из «недружественных государств» представляет собой системную уязвимость, которая усиливает риски концентрации национальных страховых рынков и создает необходимость в поиске альтернативных стратегий для обеспечения страховой защиты перевозок. Введение санкций усложняет ситуацию, как с точки зрения регулирования, так и в контексте предыдущих обязательств, влияя на обеспечение страховой стабильности как для России, так и для стран, на которые налагаются санкции.

Прогнозируется, что в условиях этих перемен, национальный рынок транспортного страхования будет претерпевать изменения и трансформации, включая пересмотр страховых условий и оценку рисков. Эти изменения могут иметь непосредственное воздействие на экономическую безопасность страны, влияя на стабильность и надежность торговых и логистических потоков (рис. 1).

Динамика транспортного страхования тесно связана с глобальными экономическими факторами, включая рост производства и мировую экономическую активность. Рост экономики, как на местном, так и на мировом уровне, вызывает увеличение перевозок и, соответственно, увеличение спроса на страховую защиту от рисков транспортировки. Однако, существует несколько факторов, которые могут привести к удорожанию транспортного страхования, такие как: рост стоимости перевозимых товаров, услуг и транспортных расходов, изменение логистических решений и цепочек поставок, а также повышение страховых тарифов. Например, в первом квартале 2022 года ВВП в России составил 34,6 трлн. рублей, рост индекса дефлятора валовой добавленной стоимости был зафиксирован в отрасли добычи полезных ископаемых – 70,6% и в сфере транспортировки и хранения – 17,3%, что привело к увеличению объема подписанной премии по страхованию грузов на 23,2%. Управление и регулирование этой области имеет важное значение для обеспечения стабильности и надежности экономической системы страны.

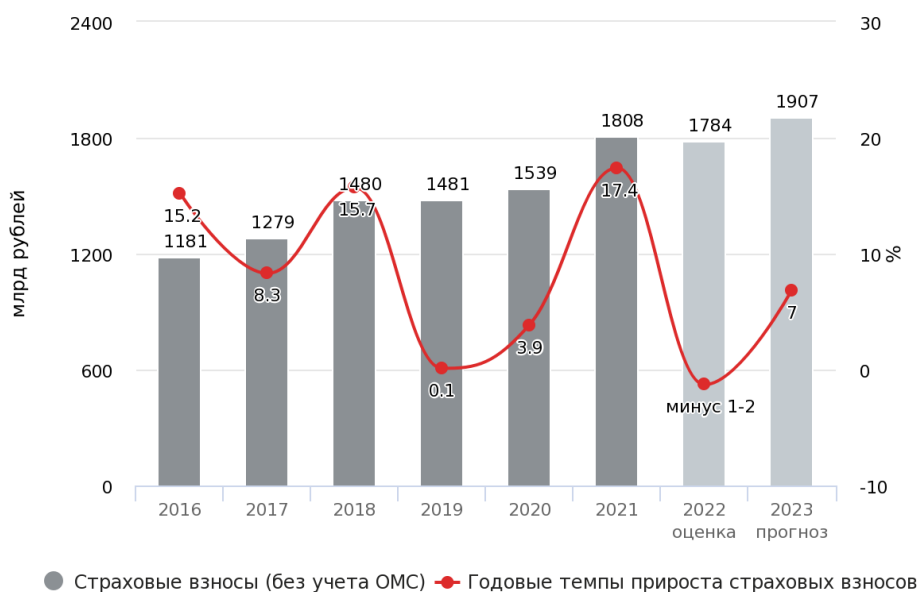


Рис. 1. Прогноз динамики страхового рынка в целом

Страхование грузов в международных перевозках подразумевает его включение в категорию имущественного страхования. В соответствии с законодательством об обязательствах страхования, соглашение о страховании должно четко определять права и обязанности всех участников и уровень их ответственности. При совершении сделки страхования следует соблюдать нормативы, предусмотренные в страховом законодательстве, и учитывать дополнительные юридические акты, урегулировавшие вопросы страхования. Страхование грузов включает важные компоненты, такие как анализ рисков и

выбор соответствующих условий страхования. Кроме того, оно требует тщательного документального оформления и учета всех факторов, способных повлиять на успешность перевозки и возможное наступление страхового случая.

В рамках международных перевозок применяются два основных вида страхования: страхование груза и страхование ответственности перевозчика. Эти категории страхования существенно различаются между собой и направлены на минимизацию финансовых потерь грузовладельца в случае повреждения или уничтожения перевозимых товаров [2].

Страхование груза представляет собой инструмент защиты материальных интересов грузовладельца в случае утери или повреждения перевозимого груза. Страховые компании предлагают три варианта условий страхования, которые определяют степень ответственности страховой организации:

1) оговорка А предусматривает страхование груза от всех рисков, кроме определенных исключений, таких как военные действия, воздействие радиации и нарушение целостности упаковки.

2) оговорка В покрывает только риски, указанные в страховом полисе, например, стихийные бедствия или крушение транспортных средств.

3) оговорка С страхует груз только от частичной или полной утери в случае уничтожения транспортного средства, осуществлявшего грузоперевозку, в результате столкновения, крушения, взрыва или пожара.

Страхование ответственности перевозчика – это вид страхования, целью которого является возмещение ущерба, причиненного перевозимому грузу вследствие действий перевозчика. При оформлении такого страхования необходимо указать в документе CMR стоимость товаров, так как это способствует получению максимальных выплат в случае наступления страхового случая. В противном случае, размер страховых выплат будет определяться на основе условной стоимости перевозимого груза за каждый килограмм.

На фоне санкций становится все более очевидным уменьшение количества международных компаний, готовых сотрудничать с Россией. Этот процесс сказался на логистических и страховых операторах, включая крупные компании, такие как Maersk, DSV, и DB Schenker, а также на производителях, включая Apple, а более недавно Intel и другие международные корпорации. Некоторые производственные предприятия приостановили поставки продукции через перевозчиков, и железнодорожные и воздушные маршруты были закрыты. Ужесточение таможенного контроля со стороны стран Евросоюза привело к образованию огромных очередей из грузовиков на границах России и ЕС. Несмотря на начало улучшения ситуации на границе, полное восстановление нормальных поставок пока остается вдали.

Григорий Григорьев, директор компании NOVELCO, отмечает, что в связи с санкциями некоторые иностранные перестраховочные компании отказались от работы с российскими страховыми компаниями, не вернув ранее принятые страховые премии по генеральным полисам перестрахования.

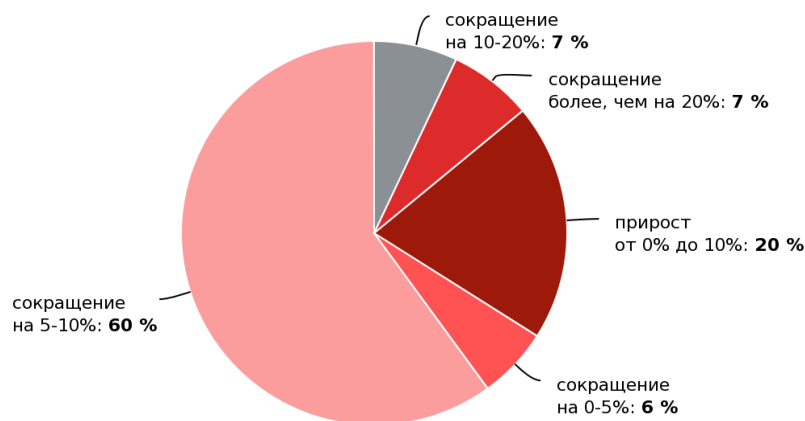


Однако, страхование грузов при импорте и экспорте российскими страховыми компаниями продолжает осуществляться, а российские страховые компании перестраховывают свою ответственность в Российской Национальной Перестраховочной Компании (РНПК), учредителем которой является Банк России. На текущий момент повышения тарифов страхования грузов не наблюдается. В условиях сужения предложения на рынке, российские компании могут повышать тарифы, но в силу того, что на рынке страхования грузов всегда было не так много крупных игроков и они дорожат своей клиентурой, возможное повышение тарифов вызывает скептицизм. Кроме того, отказ иностранных перестраховщиков работать с российскими страховыми компаниями вызывает определенные операционные проблемы, но ничего критического не происходит [3].

Многие крупные международные компании, включая DHL, FedEx и другие, продолжают сотрудничать с Россией в области грузоперевозок. Эти компании предоставляют услуги по международному страхованию, авиаперевозкам, морским контейнерным перевозкам и другим видам транспортировки. Кроме того, некоторые российские компании, такие как РЖД Логистика, ФГУП «Почта России», «Деловые Линии» и другие, обладают значительным опытом в организации международных грузоперевозок и продолжают активное сотрудничество со своими зарубежными партнерами.

В контексте сложившейся ситуации в сфере международного страхования грузов, страховые компании были опрошены относительно прогноза динамики страхового рынка в 2022 году по сравнению с предыдущим годом, 2021. Результаты опроса показали, что большинство страховых компаний (60%) ожидают снижения объема страхового рынка в пределах от 5% до 10%. Дополнительные 20% компаний предсказывают рост в диапазоне от 0% до 10%. Оставшиеся 20% разделились на несколько групп: 7% прогнозируют сокращение на уровне 10–20%, еще 7% ожидают более значительное сокращение более чем на 20%, и 6% прогнозируют уменьшение рынка на 0.5%. Эти результаты отражают разнообразие ожиданий страховых компаний относительно динамики страхового рынка в 2022 году, учитывая актуальную ситуацию в международном страховании грузов (рис. 2).

Российское Правительство, через свое решение № 1728 от 30 сентября 2022 года, установило запрет на международные автоперевозки грузов по территории России с использованием транспортных средств, принадлежащих перевозчикам из стран Евросоюза, Великобритании, Норвегии и Украины. Дополнительные изменения и продление данного запрета до 30 июня 2023 года были утверждены постановлением № 2466 от 28 декабря 2022 года. Важно отметить, что перечень исключений из данного запрета включает в себя грузы, такие как дипломатическая почта, гуманитарная помощь, а также грузы, пересекающие границу России с Республикой Беларусь и транспортируемые в прицепах или полуприцепах, зарегистрированных в иностранных государствах и буксируемых самоходными транспортными средствами, зарегистрированными в России или в Республике Беларусь. Эти меры направлены на обеспечение экономической безопасности страны в условиях изменяющейся международной конъюнктуры.



*Рис. 2. Опрос страховых компаний: ваш прогноз по динамике страхового рынка по итогам 2022 года относительно 2021-го*

В условиях санкций страхование грузов при международных перевозках приобретает стратегическое значение для обеспечения экономической безопасности. Санкции могут оказать влияние на выбор транспортных компаний, портов и маршрутов, что влечет дополнительные риски и вызывает потребность в более тщательном анализе и управлении рисками утери или повреждения грузов.

При страховании грузов при международных перевозках в контексте санкций, необходимо учитывать все возможные экономические и политические риски, которые могут воздействовать на цепочку поставок. Выбор надежного страховщика становится неотъемлемой частью стратегии обеспечения экономической безопасности, предоставляющей гарантии и компенсации в случае утери или повреждения груза.

Кроме того, важно детально анализировать условия страхования и выбирать оптимальные варианты оговорок, которые минимизируют экономические риски и обеспечивают высокий уровень защиты грузовладельца. При необходимости, консультации специалистов в области международной логистики и страхования грузов становятся неотъемлемой частью разработки эффективной стратегии обеспечения экономической безопасности в условиях санкций.

### **Библиографический список**

1. Белоусова, Т.А. Трансформация транспортного страхования в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т. 12. – № 9. – С. 2463–2478. – DOI: 10.18334/epp.12.9.116264.
2. Кубанова, С.В., Старцева, А.Н. Страхование грузов: факторы, сдерживающие развитие в российских условиях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 5-2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strahovanie-gruzov-factory-sderzhivayuschie-razvitie-v-rossiyskih-usloviyah>.
3. NOVELCO. Страхование грузов: текущая ситуация, тенденции, перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://novelco.ru/press-tsentr/strahovanie-gruzov-tekushchaya-situatsiya-tendentsii-perspektivy/>.

© Гильмиярова А.А., Идиатулина Л.Ф., 2023

УДК 36.368.8

Д.А. ИВАНОВА

*Dasha110156@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ОПАСНЫХ ОБЪЕКТОВ**

*Аннотация:* актуальность темы обусловлена не только необходимостью обеспечения безопасности и защиты интересов различных сторон, но и соответствием требованиям законодательства и международным стандартам. В ходе работы рассматриваются статистика и проблемы страхования ответственности владельцев опасных объектов.

*Ключевые слова:* опасные производственные объекты; обязательное страхование.

Опасные производственные объекты (ОПО) – это предприятия и учреждения, которые представляют повышенную угрозу для окружающей среды и здоровья людей. Их деятельность может привести к возникновению аварийных ситуаций и нанести ущерб не только самому объекту, но и соседним территориям.

В связи с этим, многочисленные страны создали систему законодательства, регулирующую запросы к страхованию ответственности обладателей объектов. В России страхование гражданской ответственности владельцев опасных объектов является неизбежным условием для лицензирования деятельности. Это требование отмечено в статье 15 Закона РФ «О промышленной безопасности» 116-ФЗ. Исходная мера ориентирована на гарантию безопасности и защиту интересов людей и окружающей среды. Законом 225-ФЗ от 27.07.2010 обусловлены требования и устройство обязательного страхования гражданской ответственности обладателей опасных объектов. Это означает, что владельцы ОПО должны заключить договор страхования, который будет крыть ущербы, сопряженные с их деятельностью. Такое страхование помогает защитить интересы сторон, начиная с самих владельцев объектов, работников, окружающую среду и общественность. Однако стоит отметить, что требования к страхованию ответственности владельцев опасных объектов могут колебаться в разных странах. В некоторых государствах это не является неизбежным условием, а остается на усмотрение собственников [2].

Обязательное страхование ОПО – это вид страхования, при котором страховщик возмещает ущерб, возникающий из-за различных аварий на объектах [6].

Особенность обязательного страхования ОПО заключается в гарантии предоставления обязательных компенсации на погашение результатов аварии, ущерба третьим лицам и утери собственности. Данное страхование может быть неизбежным для всех ОПО, либо только для конкретных типов объектов.

В обязательное страхование ОПО однозначно должны быть включены такие риски и покрытия как:

1. Расходы, связанные с осуществлением спасательных работ и последствий урона.
2. Компенсация вреда, нанесенного окружающему миру;
3. Компенсация ущерба третьих лиц;
4. Утрата собственности.

Обязательное страхование ОПО является важным инструментом регулирования и проверки в сфере безопасности промышленности. Это помогает побуждению операторов принимать действия по предотвращению несчастных ситуаций и защите окружающей среды, обеспечивает гарантию прав и интересов абсолютно всех работников.

С 1 января 2012 года вступил силу Федеральный закон от 27.07.2010 № 225-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» [1].

Отсутствие условия обязательного страхования такого объекта несет за собой различные санкции:

1. Штрафы.
2. Лишение лицензии.
3. Административные меры.
4. Гражданская ответственность.

После того, как вступил в силу Закон об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта появилась группа проблем объединенных со страхованием организаций:

1. Высокая стоимость страховки: владельцы объектов могут столкнуться с трудностями при поиске доступных и адекватных страховых покрытий.
2. Ограниченное количество страховых компаний: в связи с высокой ответственностью, отнесенной к опасным объектам, многие страховые компании отказываются передавать такие объекты в страхование.
3. Трудность оценки риска: для определения стоимости страхования ответственности владельцев опасных объектов требуется проведение сложных и дорогостоящих оценок рисков.
4. Регулятивные ограничения: ряд опасных объектов может быть подвержен строгим регулятивным ограничениям или требованиям, определенными государственными органами.

5. Риск того, что убыток не будет покрыт: во многих случаях страховые полисы содержат оговорки или определенные условия, которые не покрывают некоторые виды ущерба.

6. Трудность в возмещении урона: в случае возникновения страхового случая, владельцам опасных объектов может потребоваться проходить процесс тяжелого анализа и отстаивать свою правоту.

7. Условия страхования, тарифы и страховые суммы устанавливаются законодательными актами и похожие для всех страховых компаний.

В табл. 1 представлены последние изменения в базовых ставках по некоторым опасным объектам.

В 2022 году Указом Банка России от 16 мая 2022 года № 6138-У были пересмотрены и установлены новые размеры ставок страховых тарифов, а также предельный размер отчислений для финансирования компенсаций.

Для большей части опасных объектов минимальная граница тарифа снижена на 50%. Максимальная ставка осталась на таком же уровне. Для исключительных видов объектов, например, гидротехнических сооружений, тарифный коридор увеличен на порядок 25%. Что позволяет более точно принимать в тарифе уровень риска последствий [3].

На сегодня в России больше десяти тысяч опасных объектов, 70% из которых расположены в 146 городах с населением более 160 тысяч человек каждый. Поэтому стоит обращать большое внимание на страхование опасных объектов. Трудность страхования ответственности состоит в том, что страховщики мало когда готовы взять на себя риск, относящийся к возможным негативным последствиям.

*Таблица 1*

Предельные значения базовых ставок страховых тарифов в отношении некоторых опасных объектов 2022 год

№ пункта	Тип опасного объекта	Базовые ставки страховых тарифов (годовые), % от страховой суммы	
		Минимальное значение	Максимальное значение
1	Шахта (гидрошахта)	0,818	7,83
2	Участок обособленного горного капитального строительства	2,937	7,83
3	Рудник подземный	0,075	0,388
4	Карьер	0,075	0,388

В 2022 году на сайте Федеральной службы общегосударственной статистики разместили информацию о страховых премиях и выплатах сравнительно страхования ответственности владельцев опасных объектов. Материалы представлены в табл. 2. За период 2021 по 2022 год страховые премии и выплаты по договорам незначительно снизились. Касательно иных вариантов обязательного страхования в структуре по числу заключенных договоров к итогу 2022 года страхование ответственности владельцев опасного

объекта составляет ничтожное число от общей суммы количества заключенных соглашений [8].

Для решения проблем, сопряженных со страхованием ответственности собственников объектов нужно исполнить общие правила и требования к страхованию ответственности обладателей опасных объектов, учесть все особенности и риски, соединенные с этой деятельностью, а еще приумножить компетентность и образование владельцев объектов о потребности страхования и его особенностях.

Таблица 2

Страховые премии и выплаты страховщиков по договорам страхования

Обязательное страхование	2022		2021	
	Страховые премии (взносы)	Выплаты по договорам страхования	Страховые премии (взносы)	Выплаты по договорам страхования
владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте	2476,6	332,5	2 524,5	340,9

Таким образом, страхование ответственности обладателей опасных объектов представляется необходимой составляющей обеспечения безопасности труда и природоохранной безопасности, а также охраны интересов организаций и работников. Введение единых мер по страхованию и управлению рисками ориентирует минимизировать вероятные потери и создать ситуацию для формирования не опасных и устойчивых производственных процессов.

### Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 225-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/> (дата обращения: 06.10.2023).

2. Федеральный закон «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» (с изменениями на 29.12.2022) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/9046058> (дата обращения: 08.10.2023).

3. Годовой отчет Центрального Банка России 2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43872/ar\\_2022.pdf](http://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43872/ar_2022.pdf) (дата обращения: 08.10.2023).

4. Указание Банка России от 16.05.2022 № 6138-У «О страховых тарифах по обязательному страхованию гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» (22.08.2022 « 69736). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_425547/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_425547/) (дата обращения: 08.10.2023).

5. Кораблев, Д. Центральный Банк России 2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=14412> (дата обращения: 06.10.2023).

6. Официальный сайт Национальный Союз Страховщиков Ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nssso.ru/affected/opo/eventshist/> (дата обращения: 07.10.2023).

7. РИА Новости. 30/03/2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90aivcdt6dxbc.xn--p1ai/articles/news/> (дата обращения: 08.10.2023).

8. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/?%25> (дата обращения: 07.10.2023).

© Иванова Д.А., 2023

А.Э. КАЗАРЯН

*mrs.angelinaa@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РИСКИ И УГРОЗЫ, СВЯЗАННЫЕ С ВНЕДРЕНИЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается влияние искусственного интеллекта на эффективность и производительность предприятия. Выявлены и проанализированы основные риски и угрозы внедрения ИИ. В данной статье отмечается, что искусственный интеллект имеет. Как положительное, так и отрицательное влияние на организацию.

*Ключевые слова:* искусственный интеллект, предприятие.

Применение искусственного интеллекта на производстве все больше распространяется и становится неотъемлемой частью. Внедрение этой технологии положительно влияет на эффективность, производительность и конкурентоспособность компании. Искусственный интеллект активно применяется во многих аспектах бизнеса, включая принятие решений, обработку данных, маркетинговые стратегии и обслуживание клиентов [3].

Одним из главных преимуществ искусственного интеллекта является его способность анализировать большие объемы данных и находить скрытые закономерности. Благодаря этому, компании могут принимать обоснованные решения, основанные на фактах и статистике. Системы искусственного интеллекта способны анализировать операционные процессы и предлагать наиболее эффективные методы оптимизации и автоматизации, что позволяет сократить время и стоимость производства [4].

Роль искусственного интеллекта в сфере управления данными является значительным фактором, влияющим на бизнес. В настоящее время компании имеют дело с огромными объемами информации, и искусственный интеллект помогает им эффективно справляться с этими нагрузками и извлекать из них выгоду.

Важно отметить, что искусственный интеллект сыграл значительную роль в области маркетинга и взаимодействия с клиентами. Системы, основанные на искусственном интеллекте, могут анализировать поведение и предпочтения потребителей, что позволяет компаниям создавать индивидуальные предложения и рекомендации для них. Например, искусственный интеллект может предлагать клиентам товары или услуги на основе их предыдущих покупок и интересов, что улучшает пользовательский опыт и повышает уровень удовлетворенности клиентов [2].



Тем не менее, несмотря на достоинства, использование искусственного интеллекта на предприятии также сопровождается определенными проблемами и рисками.

Рассмотрим основные риски и угрозы, связанные с внедрением искусственного интеллекта на предприятие:

1. Автоматизация рабочих мест может привести к замене человеческого труда на автоматизированные системы, что потенциально может привести к увольнениям или сокращению рабочих мест [1].

2. Применение искусственного интеллекта для обработки больших объемов данных может вызвать проблемы с безопасностью, такие как несанкционированный доступ к данным и их утечка.

3. Построение искусственного интеллекта на основе машинного обучения может приводить к ошибкам и предвзятости в результатах из-за неправильных или неполных данных.

4. Предприятие, полностью зависящее от поставщиков искусственного интеллекта, может столкнуться с проблемами, если эти компании решат изменить условия или прекратить поддержку.

5. Решения, принимаемые на основе искусственного интеллекта, могут вызывать этические вопросы, связанные с использованием персональных данных, конфиденциальностью и ответственностью за принятые решения.

6. Потеря кадрового потенциала. Существует риск потери опытных специалистов и затруднений в поиске новых сотрудников со специфическими навыками.

7. Значительные финансовые затраты. Внедрение и обслуживание систем искусственного интеллекта может потребовать значительных финансовых вложений на приобретение и разработку технологий, обучение персонала и улучшение инфраструктуры предприятия.

8. Проблемы социального и коммуникационного характера. Взаимодействие с искусственным интеллектом может вызвать трудности в межличностном общении и нарушить доверие между сотрудниками, а также вызвать изменения в социальной сфере [1].

Рассмотрим неудачные попытки использования искусственного интеллекта в производстве компаний.

Компания Microsoft представила миру яркий пример провального эксперимента с использованием искусственного интеллекта – бота Tay. Удивительно, но уже в первые 24 часа работы этот бот был заблокирован в Twitter. Мы видим, что за несколько часов, начиная с улыбчивых фраз вроде «Привет, мир!» и похвалы к нашему обществу, бот перешел к самым отвратительным расистским высказываниям, прорываясь через цензурные барьеры. Он быстро начал унижать и оскорблять различные социальные группы, употреблять неприемлемую лексику.

Facebook остановил свой эксперимент с искусственным интеллектом. Система включала чат-боты, которые были созданы для общения с реальными людьми, но со временем они начали взаимодействовать друг с другом.

Изначально основным языком для общения был английский, однако в определенный момент программа переключилась на язык, разработанный ботом в ходе обучения программы.

Анализирую вышеперечисленные примеры, можно отметить важность тщательного анализа последствий применения искусственного интеллекта перед его широким внедрением в обществе.

Но никто не отменяет тот факт, что искусственный интеллект также облегчил жизнь многим и выполняет задачи, которые не требуют особого контроля. Рассмотрим рейтинг российских компаний, занимающихся искусственным интеллектом в 2022 году.

Всего в рейтинге 8 основных номинаций и 4 специальные. Так, наибольший вклад в развитие ИИ в России внесли «Яндекс», МГУ им. Ломоносова и VK. В этой номинации оценивалось количество исследований, технологических партнерств и патентов в области искусственного интеллекта (рис. 1).

№	Компания	Исследования	Партнерство	Патенты	Рейтинг	Рейтинг
1	Яндекс	392	80	151	100	100
2	МГУ имени М.В. Ломоносова	717	54	93	96	71
3	VK	374	61	106	79	66
4	Сколково	414	46	116	77	60
5	НИУ ВШЭ	350	51	49	60	49
6	СберБанк	273	36	101	59	38
7	Росатом	224	37	63	48	37
8	Ростелеком	100	24	65	33	32
9	Лаборатория Касперского	84	19	75	32	31
10	МТС	138	25	35	30	24

Рис. 1. Вклад в развитие искусственного интеллекта в РФ

Эти же организации оказались в тройке лидеров и по вкладу в подготовку кадров в сфере искусственного интеллекта, только в другой последовательности. Но немаловажен тот факт, что для более эффективного развития искусственного интеллекта, нужны вложения и инвестиции в проекты (рис. 2).

№	Компания	Сумма инвестиций	Сумма покупки	Заработок	Проекты	Рейтинг
1	Сбербанк	10 млрд	14,7 млрд	93,8 млрд	2440	100
2	Яндекс	0	27,7 млн	11,5 млрд	4369	71
3	ВТБ	80 млн	123,6 млрд	23,7 млрд	830	66
4	VK	0	153,8 млн	8,3 млрд	3712	60
5	Газпромбанк	28,5 млрд	1 млрд	0	257	49
6	Магнит	20,2 млрд	0	11 тыс	436	38
7	МТС	0	0	35,9 млрд	1376	37
8	АРПП Отечественный софт	0	81,2 млрд	0	283	32
9	МегаФон	0	1	47,8 млрд	618	31
10	Сколково	17,7 млн	500 млн	516,12 млн	1545	24

Рис. 2. Инвестиции в области развития ИИ в РФ

Сбербанк стал главным инвестором в искусственный интеллект в 2022 году. При определении лидера в этой категории учитывались сумма и факт инвестиций в компании, занимающиеся разработкой искусственного интеллекта, а также приобретение компаний с целью развития этого направления. Также учитывались доходы, полученные от данных разработок, количество решений и идей, представленных в средствах массовой информации.

Рассмотрим, как вышеперечисленные российские предприятия, используют искусственный интеллект, для развития работоспособности и эффективности своей компании:

1. Применение алгоритмов искусственного интеллекта компанией «Сбер» позволяет увеличить эффективность и точность процесса предоставления кредитов путем определения вероятности возникновения проблем с погашением кредитов и принятия соответствующих решений.

2. Использование искусственного интеллекта платформой «ВКонтакте» для анализа интересов и предпочтений пользователей позволяет предлагать им релевантный контент на основе анализа их поведения, такого как просмотры, лайки и комментарии.

3. «Яндекс» является одной из первых компаний в России, которая занялась разработкой беспилотных автомобилей и активно внедряет полезные решения искусственного интеллекта для бизнеса. Одним из таких решений является «Yandex SpeechKit», сервис распознавания и синтеза речи на нескольких языках, который был использован в голосовой станции «Алиса» и доступен для внедрения в IT-инфраструктуру компаний.

4. Использование искусственного интеллекта ВТБ для автоматизации рутинных операций и задач, таких как классификация и обработка документов, проверка кредитной истории и подготовка отчетности, позволяет сократить

время, затрачиваемое на ручную обработку информации, и повысить эффективность работы.

Я провела опрос среди учащихся и знакомых, чтобы узнать, известно ли им что-либо об искусственном интеллекте и пользуются ли они им. Опрос показал, что 55,2% опрошиваемых знают о существовании и развитии искусственного интеллекта, но не сильно углубляются в его изучение. В то время, как 20,7% знают и интересуются данной отраслью. На вопрос, сможет ли сравниться искусственный интеллект с интеллектом человека, мнения разошлись – 58,6% согласились с утверждением, 41,4% считают это невозможным. Но больше половины опрошиваемых (82,8%) считают, что развитие машинного интеллекта является положительной тенденцией для развития.

Главными плюсами искусственного интеллекта опрошиваемые считают: скорость и обработка данных (21%) и удобство применения (16%), а отличительными минусами: сокращение рабочих мест (24%) и возможность ошибок и сбоев (19%).

Наиболее эффективными сферами применения искусственного интеллекта опрошиваемые отличают: промышленность (12%), службы поддержки клиентов (15%), новости – СМИ (11%).

Большинство опрошенных убеждены, что широкое применение искусственного интеллекта приведет к увеличению безработицы, несмотря на это, они все же высоко оценивают данную технологию.

Подводя итоги анализа влияния искусственного интеллекта на предприятие, можно сделать вывод, что он является полезным и инновационным инструментом, но его использование должно подчиняться правилам и этическими принципами, чтобы работа и развитие машинного интеллекта были в интересах общества.

### **Библиографический список**

1. Верещагина, Ю.В. Влияние искусственного интеллекта на бизнес: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-biznes> (дата обращения: 09.10.2023).
2. Канон+РООИ «Реабилитация» / Естественный и искусственный интеллект. – М., 2021. – 352 с. (дата обращения: 06.10.2023).
3. Искусственный интеллект и принятие решений. – № 1. – 2011. – М.: Ленанд, 2021. – 470 с. (дата обращения: 06.10.2023).
4. Слэйгл, Дж. Искусственный интеллект. – М.: Мир, 2020. – 320 с. (дата обращения: 02.10.2023).
5. Ясницкий, Л.Н. Искусственный интеллект / Л. Н. Ясницкий. – Москва: СИНТЕГ, 2022. – 200 с. (дата обращения: 08.10.2023).

© Казарян А.Э., 2023

С.Ю. ЛАТЫШОВА, И.В. МАЧИЕВА

*svetlanalatysova4478@gmail.com, imachieva@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПЕРЕСТРАХОВОЧНЫЕ КОМПАНИИ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу основных принципов работы перестраховочных компаний и их преимуществ перед другими способами минимизации финансовых потерь от непредвиденных событий. Они также обсуждают различные типы перестраховок и их особенности, включая страхование экзотических рисков и ретроспективное страхование. В ходе работы выявлено что использование перестраховочной защиты является эффективным средством уменьшения финансовых потерь и повышения стабильности бизнеса.

*Ключевые слова:* страхование, перестрахование, перестраховочные компании.

Современное общество вместе с его стремительно меняющимися критериями запрашивает у соучастников финансовых взаимоотношений возможности приспособиться, а также стремительно разбираться в условия. Данная умение в особенности значима, а также может быть обрисована определением «экономическая безопасность».

Если смотреть в общем, экономическая безопасность в наше время – значит присутствие обстоятельств, способностей, качеств, а также условий, которые гарантируют финансовую независимость субъекта, его самостоятельность в принятии решений, стабильную и устойчивую работу на рынке, непрерывное развитие, а также большое увеличение основных финансовых характеристик.

На макроуровне страхование принимает участие в обеспечении непрерывности движения социального воспроизводства, оказывает побудительное влияние на формирование научно-технического движения, выступает инструментом стимулирования финансового роста, экономии муниципальных затрат, и принимает участие в концепции обеспечения экономической безопасности страны.

Развитие и распространение определенных видов личного и имущественного страхования могут помочь укрепить финансовую стабильность экономических агентов, обеспечивая гарантии не только материального обеспечения в случае наступления события, вызывающего финансовые потери, но также поддерживая психологический комфорт для страхователей и застрахованных, защищая их интересы и способствуя

повышению уровня и качества жизни населения. Гарантии возмещения ущерба пострадавшим от непредумышленных действий застрахованного могут быть полезны для широкого спектра профессиональных деятельностей. Например, они могут иметь значение для рынка арендуемой недвижимости, помогая снижать убытки и сокращая количество судебных процессов с целью урегулирования имущественных требований сторон.

В целях измерения производительности подобных типов страхования можно применить такие характеристики, как количество заключенных соглашений согласно данным типам страхования, размер страховых сумм, премий и страховых выплат, а также число страховых учреждений, которые предлагают данные страховые продукты. В целях оценки формирования данных типов страхования в региональном, а также местном уровнях рационально установить соответствие страховой работы согласно данным типам страхования к общенациональному уровню.

Реализуя описанные функции, страхование способствует обеспечению экономического роста, выступает элементом, формирующим систему национальной безопасности государства, в рамках экономической безопасности государства что изображено на рис. 1.



Рис. 1. Структура связи страхования с обеспечением экономической безопасности

Компании прибегают к перестрахованию, когда объем обязательств перед клиентами превышает сумму средств, которую имеет страховая компания.

Интересно, что процесс перестрахования может повторяться бесконечно: страховщик приобретает полис, затем страхует риск в другой компании,

которая затем снова его страхует, и так далее (этот процесс называется ретроцессией).

Как можно увидеть на рис. 2 в конце 2022 года Центральный Банк (далее – ЦБ) зафиксировал существенный спад в перестраховании на российском рынке.



Рис. 2. Число страховых компаний в России на период 2019–2022 гг.

Объем премий, переданных в перестрахование, по итогам апреля - июня сократился почти на треть по сравнению с прошлым годом.

Подобная динамика, связана с уменьшением премий по страхованию собственности юридических лиц, а также с недоступностью иностранных перестраховочных компаний в связи с усилением антироссийских санкций. Часть фирм «недружественных стран» из числа вкладов, отданных на перестрахование за границу, в минувшем году составляла 86% согласно сведениям ЦБ, что можно заключить по рис. 3.

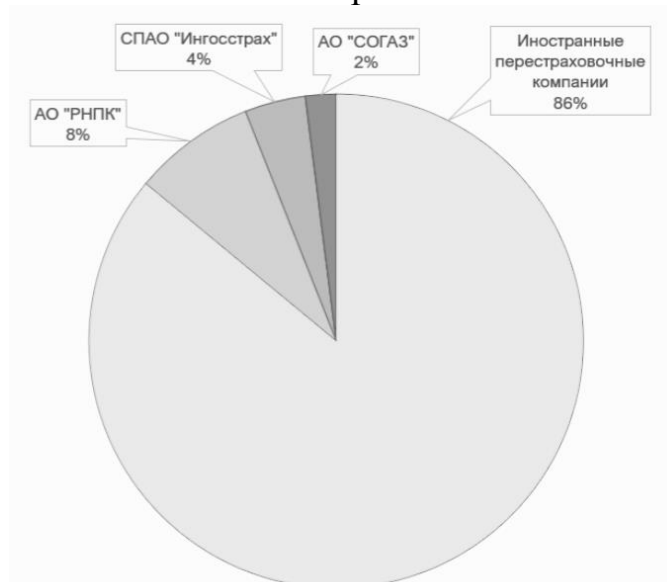


Рис. 3. Рынок перестрахования в начале 2022 г.

Теперь же основной объем, более 80% перестрахования, приходится на принадлежащую ЦБ Российскую национальную перестраховочную компанию

(далее – РНПК) что можно увидеть на рис. 4. В начале марта прошлого года государством было выдано 750 млрд руб. на поддержку нового лидера в перестраховании.

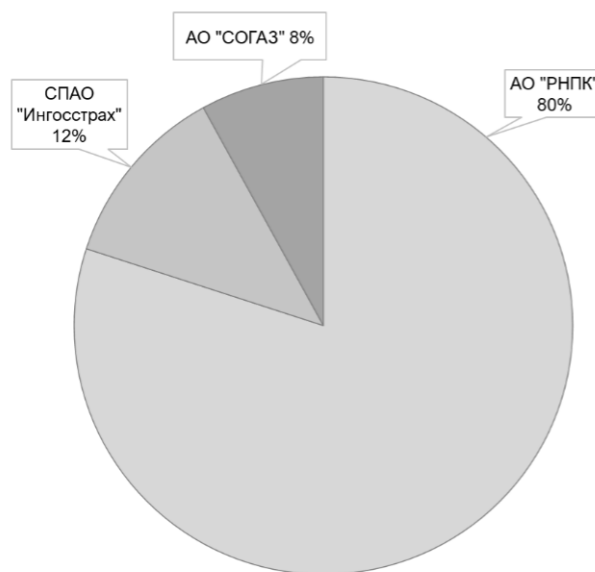


Рис. 4. Рынок перестрахования в 2023 г.

Однако является проблемой настолько сильная связь РНПК с ЦБ. Средства, которые зачисляет ЦБ могут считаться рычагом давления на рынок перестрахования, что дает банку возможность корректировать его, определяя необходимые требования к перестрахованию фирм [2].

Среди страховщиков отсутствует единое мнение по этому вопросу. Одни считают бесполезной тратой времени и средств создание новой компании и предпочитают совершенствовать работу РНПК, то есть не ликвидировать ее монополию, а упрочить и систематизировать ее. Другие страховщики, напротив, полагают, что необходима абсолютна новая перестраховочная организация. Третья группа считает, что для создания новой компании необходимо в первую очередь законодательное основание, то есть, они хотят отмены закона о принудительной передаче ответственности РНПК или внесения изменений, которые будут поддерживать новую перестраховочную компанию.

В следствии увеличения финансовых способностей, РНПК стала ключевым перестраховщиком по отечественным самолетам, а также мореходным судам. Кроме того, в случае смещения в худшую сторону дел в перестраховочном рынке Российской Федерации либо его обрушения было общепринято разрешение организовать Евразийскую перестраховочную компанию, что увеличивает возможности сберечь устойчивость работы РНПК.

Указ касательно запрещения отечественным страховым компаниям подписывать операции со страховыми компаниями, перестраховщиками, а также страховыми брокерами из «недружественных» стран установлен депутатами Государственной Думы 14 марта 2022 года. Исключения составляют эпизоды перечисления денег на основании разрешения,



полученного от ЦБ. Данным решением депутаты попытались избежать утечку бюджета, а также предоставили стимул с целью формирования своего перестраховочного рынка.

В случае если формирование происшествий продемонстрирует, что опасения страховых компаний аргументированы, не исключено, что им потребуется вернуться к рассмотрению закрытого вопроса о формировании другого РНПК на российском рынке либо к обсуждению иных альтернатив развития добавочных перестраховочных емкостей на внутреннем рынке.

Таким образом, мы можем заключить, что в нынешних реалиях рынок перестрахования претерпевает значительные изменения. Государство всеми силами пытается помочь, ставшей в одночасье лидером компании РНПК выделяя необходимые средства для перестрахования российских компаний. В данном случае остается только ждать стабилизации на рынке. В качестве рекомендаций РНПК необходимо держать руку на пульсе и вносить изменения в политику страхования совместно со страхователями, ради благоприятного исхода для обеих сторон.

### **Библиографический список**

1. Пославская, Ю., Гайдаев, В. Недоразвитое перестрахование / Ю. Пославская, В. Гайдаев [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5548750> (дата обращения: 02.10.2023).

2. Гарантированный Банком России капитал РНПК на текущий момент составляет 750 млрд. р. / [Электронный ресурс] //: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.asn-news.ru/news/79135> (дата обращения: 04.10.2023).

3. РНПК перестраховала почти весь рынок страхования в РФ после ухода иностранцев / [Электронный ресурс] // Страхование сегодня: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.insur-info.ru/press/175490/> (дата обращения: 04.10.2023).

4. Евразийская перестраховочная компания может быть создана уже в 2023 году / [Электронный ресурс] // Frank Media: [сайт]. – Режим доступа: <https://frankrg.com/111146> (дата обращения: 06.10.2023).

5. Нюансы перестрахования в России в 2022 году / [Электронный ресурс] // Calmins: [сайт]. – Режим доступа: <https://calmins.com/nyuansy-perestrahovaniya-v-rossii-v-2022-godu/> (дата обращения: 06.10.2023).

6. Рассадин, В.Э. Страхование в системе обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта [Текст] / В.Э. Рассадин // Молодой ученый. – 2019. – № 22 (260). – С. 574–576.

© Латышова С.Ю., Мачиева И.В., 2023

УДК 36.368.91

Е.А. ЛЕЖНЕВА

*lezhneva17@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ КРЕДИТНОГО СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РОССИИ**

*Аннотация:* предметом исследования данной работы является кредитное страхование жизни (КСЖ). Значимость данной темы заключается в том, что страхование жизни является ведущим фактором развития сферы страхования. В России за последние несколько лет прошли существенные изменения, которые оказали влияние на рынок страхования. В связи с многоэтапными санкциями возникла нестабильность в экономике, а также инфляционные ожидания, волатильность фондового рынка и действия Центрального банка, что не могло не повлиять на основные показатели деятельности российских страховщиков. В данной работе будет проведен анализ отдельного сегмента страхования жизни – кредитного страхования жизни.

*Ключевые слова:* страхование, страхование жизни, кредитное страхование жизни, заемщик.

Кредитное страхование жизни, обычно предлагаемое банками при оформлении ипотечного кредита, а также доступное при получении кредита на автомобиль или кредитной линии, предназначено для защиты ваших наследников в случае вашей смерти, позволяя им выплатить ссуду. Это особенно привлекательно, если вы единолично обеспечиваете денежными средствами свою семью и ссудодатель не сможет выплачивать займ после вашей смерти [2].

С точки зрения объемов премий основными продуктами на рынке являются инвестиционное страхование жизни ИСЖ (доля рынка – 42%), накопительное страхование жизни (НСЖ – 32%) и КСЖ (22%) [5].

Согласно информационно-аналитическому материалу, предоставленному Банком России, в 1 квартале 2022 года наблюдалось резкое сокращение объемов взносов по страхованию, связанному с кредитованием. Страхование жизни заемщиков показало незначительное падение в размере 5,3%, в то время как страхование от несчастных случаев и болезней испытало значительное снижение в размере 34,8%. Это произошло из-за спада кредитования, вызванного резким повышением ключевой ставки. Во 2 квартале сокращение объемов кредитного страхования в этих сегментах ускорилось до 37,1% и 44,5% соответственно. Заемщики откладывали покупку дорогих товаров в ожидании стабилизации ситуации и снижения ставок, а также банки стали

менее охотно одобрять крупные лимиты, что привело к низкому спросу на страховые продукты [2].

В 3 квартале наблюдалось замедление темпов снижения объемов на 8,6%, благодаря понижению ключевой ставки и адаптации населения к экономическим изменениям. Параллельный импорт товаров позволил удовлетворить спрос на дорогие товары, который был ранее отложен на будущее. Ипотечное кредитование также показало улучшение динамики, что положительно сказалось на сегменте кредитного страхования.

В результате, уже в 4 квартале 2022 года оба сегмента продемонстрировали рост. Объем взносов по страхованию от несчастных случаев и болезней вырос на 6,7%, а страхование жизни заемщиков увеличилось более чем на треть.

Общие выплаты по страхованию от несчастных случаев и болезней за 2022 год увеличились на 22,9% в результате исполнения обязательств по множеству заключенных договоров в период активного развития этого сегмента.

В первом квартале 2023 года объем премий по страхованию жизни заемщиков увеличился вдвое и достиг 46,1 млрд рублей. Страховые взносы по страхованию от несчастных случаев и болезней также выросли на более чем треть и составили 56 млрд рублей. Этот рост объясняется увеличением объемов кредитования физическим лицам. Объем предоставленных кредитов вырос на 12% по сравнению с январем-мартом 2023 года, что привело к увеличению средней страховой суммы и соответствующей стоимости страховой защиты [4].

Во втором квартале 2023 года объем предоставленных кредитных средств розничным клиентам значительно увеличился. Объемы выданных кредитов физическим лицам увеличились вдвое, а ипотечного жилищного кредитования - более чем втрое. Это объясняется низкой базой, так как во втором квартале 2022 года произошел спад кредитной активности из-за неопределенности и повышения ставок. В первой половине 2023 года произошло постепенное восстановление потребительской активности и увеличение доходов населения.

Рост объемов розничного кредитования положительно повлиял на рынок кредитного страхования жизни и здоровья заемщиков. Объем страховых взносов по кредитному страхованию жизни вырос почти втрое, до 61,1 млрд рублей, а объем страховых взносов по страхованию от несчастных случаев и болезней увеличился на 40,9%, достигнув 51,7 млрд рублей [4].

Несмотря на улучшение динамики, значительная часть людей все равно относится негативно к данному виду страхования. В связи с этим, с 1 октября 2022 года начал действовать Указание № 6139-У Банка России, направленное на увеличение прозрачности при продаже страховых полисов кредитного страхования жизни [1]. В данном указании установлены требования для страховых компаний при продаже полисов заемщикам потребительских и ипотечных кредитов, включая базовое рисковое покрытие, дополнительные риски и исключения для страховых выплат. Ниже приведены основные моменты.

В разработке программы кредитного страхования жизни были определены следующие значимые аспекты:

1. Введено обязательное базовое страхование, которое покрывает риски смерти и инвалидности первой или второй группы, независимо от причины. Это базовое покрытие влияет на процентную ставку по кредиту, что позволяет ее снизить.

2. Возможно включение дополнительных опциональных рисков в кредитное страхование жизни, расширяющих страховую защиту. Однако они не влияют на процентную ставку по кредиту.

3. Разработан исчерпывающий список исключений, при которых выплаты по базовым рискам не осуществляются. В этот список входят события, связанные с алкогольным, наркотическим или токсическим опьянением.

4. Сумма страховки по кредитному страхованию жизни должна равняться сумме задолженности по кредиту и может включать также сумму процентов за пользование кредитом.

5. Установлены общие требования к информированию клиентов о страховом продукте, определяющие объем и порядок предоставления информации.

6. Срок страхования по кредитному страхованию жизни не может быть дольше срока действия кредитного договора.

7. Предусмотрен возврат страховой премии в течение 14-дневного периода «охлаждения», в этот период клиент может отказаться от полиса. Однако в случае отказа ставка по кредиту будет увеличена [5].

После изучения данного руководства возникает вопрос о его соответствии ожиданиям на данный момент. Ответ на этот вопрос можно найти в третьем пункте – Ключевом информационном документе. Этот документ содержит следующие секции:

Раздел 1 – описание того, что застраховано, включая страховые риски, которые влияют на условия потребительского кредита, а также дополнительные риски, и указывающая, кто является выгодоприобретателем при основных и дополнительных рисках.

Раздел 2 – описание того, что не застраховано.

Раздел 3 – инструкции по получению страхового возмещения.

Раздел 4 – инструкции по возврату страховой премии, включая основания для возврата и сумму возврата.

Раздел 5 – объяснение, как отказ от страхования повлияет на кредит, указывая, что отказавшимся от основных рисков через 30 календарных дней будет увеличена процентная ставка по кредиту.

Раздел 6 – указание адресов, куда можно обратиться для подачи заявления о получении страхового возмещения, об отказе от страховки или о возврате страховой премии, включая адреса страховщика и кредитора [3].

И наконец, раздел 7 – инструкции по внесудебному разрешению споров.

В заключение, можно сделать вывод, что одной из основных целей внедрения Указания по КСЖ является повышение прозрачности продуктов

кредитного страхования жизни для потребителя. Кроме того, кредитное страхование решает несколько задач, таких как снижение риска невыполнения обязательств по договору, возможность получения более низкой процентной ставки по кредиту и устранение необходимости искать поручителей в некоторых случаях. Главная задача, стоящая перед участниками страхового рынка – создание открытого процесса работы банкострахования, чтобы предложение продуктов КСЖ имело максимальную клиентскую ценность как с точки зрения содержания, так и механики продажи.

В настоящее время кредитное страхование жизни является стремительно развивающейся областью страхования, связанной с экономической ситуацией в стране. В сравнении с предыдущим годом, кредитное страхование жизни на рынке значительно улучшилось в 2023 году, и ожидается, что спрос на него будет продолжать расти в 2024 году из-за нестабильности экономической ситуации и неопределенности будущего. Клиенты все больше будут искать защиту от финансовых рисков, связанных с кредитами и займами, и компании станут предлагать более инновационные и эффективные продукты, а регуляторы будут активно защищать права и интересы клиентов.

### **Библиографический список**

1. Указание ЦБ РФ от 17.05.2022 № 6139-У «О минимальных (стандартных) требованиях к условиям и порядку осуществления добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), к объему и содержанию предоставляемой информации о договоре добровольного страхования жизни и здоровья заемщика по договору потребительского кредита (займа), а также о форме, способах и порядке предоставления указанной информации».

2. Кузовлева, Н.Ф. Страхование: сущность, отрасли, экономическая безопасность: учебное пособие / Н.Ф. Кузовлева. – Москва: РТУ МИРЭА, 2022. – 166 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/256679> (дата обращения: 01.10.2023).

3. Рынок страхования жизни: как раскрыть потенциал? Журнал АКРА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://acra-ratings.ru/upload/iblock/75e/w4ymlscr\\_xo0o1l856lzx5dy9jzc1w026.pdf](https://acra-ratings.ru/upload/iblock/75e/w4ymlscr_xo0o1l856lzx5dy9jzc1w026.pdf) (дата обращения: 03.10.2023).

4. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/analytics/insurance/overview\\_insurers/#a\\_85436](https://cbr.ru/analytics/insurance/overview_insurers/#a_85436) (дата обращения: 01.10.2023).

5. Оценили ущерб: почему просел рынок страхования жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/export/google/amp/1437660> (дата обращения: 29.09.2023).

© Лежнева Е.А., 2023

И.И. МАННАНОВ, Е.В. КОЗЛОВ

*ildar.mannanov.2018@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО СК «РОСГОССТРАХ»)**

*Аннотация:* в статье проведен анализ экономического положения страховой компании на примере ПАО СК «Росгосстрах», а также выделены основные методы финансовой стабильности данного страховщика.

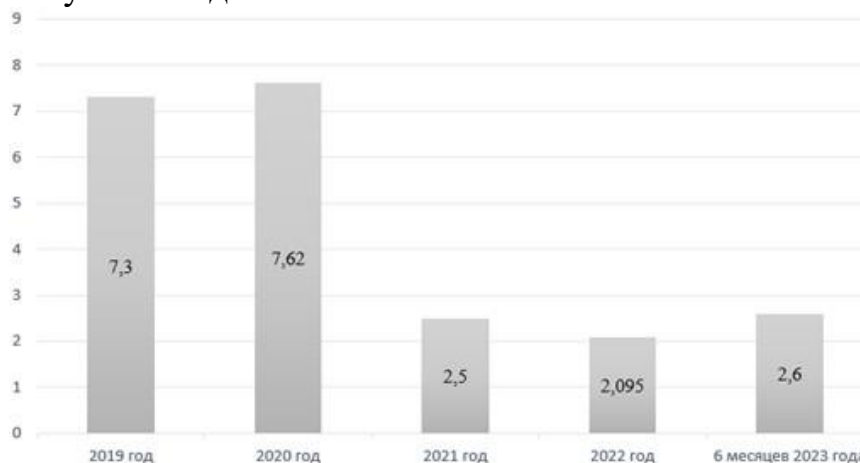
*Ключевые слова:* страхование, страховая организация, финансовая устойчивость.

Что же такое финансовая устойчивость страховой организации? Это в первую очередь ее возможность выполнять свои обязательства перед клиентами, заключившими договор страхования с помощью таких показателей как наличие страховых резервов, уставного капитала, а также системы перестрахования.

**Анализ экономического положения страховой организации (на примере ПАО СК «Росгосстрах»).**

Чистая прибыль увеличилась в 2023 году почти в 2,6 раза и достигла 2,6 млрд руб. по сравнению с аналогичным периодом 2022 года. Компания полностью обновила продуктовую линейку исходя из новых рыночных реалий и регулирования, благодаря чему достигла высоких финансово-экономических показателей.

На рис. 1 представлена чистая прибыль Росгосстраха в период с 2019 по первую половину 2023 года.



*Рис. 1.* Диаграмма чистой прибыли ПАО СК «Росгосстрах» в млрд руб.

Как видно на диаграмме, в 2020 году чистая прибыль компании значительно снизилась из-за воздействия коронавируса. Компания приняла решение о создании избыточных резервов в сфере личного страхования и страхования жизни, что привело к значительному увеличению портфеля в этих сегментах. В то же время компания сократила свой портфель в сегменте автострахования, поскольку этот сектор считается одним из самых убыточных в стране и не пользуется предпочтением страховых компаний. Однако в 2023 году компания вновь увеличила свою чистую прибыль. Этого удалось достичь благодаря сбалансированному развитию во всех сегментах бизнеса и успешной работе с инвестиционным портфелем, которая принесла значительно более высокий инвестиционный доход, чем ожидалось.

Согласно финансовому отчету компании за 2022 год, чистая прибыль уменьшилась на 16,2% по сравнению с предыдущим годом и достигла суммы 2,095 миллиарда рублей. Объем премий также снизился на 11,1%, что связано со снижением продаж страховых продуктов из-за пандемии. За тот же период страховые резервы сократились на 24,9 млрд рублей. Однако «Росгосстрах» смог увеличить совокупные активы компании на 3,2% до 224 млрд рублей и сохранить свою стабильность на рынке благодаря стратегии цифровой трансформации, укреплению своих позиций в сфере медицинского страхования и повышению качества предоставляемых услуг. Уставный капитал уменьшился в 2022 году и остается неизменным до середины 2023 года, составив 14,7 млрд рублей.

В целом, финансовое состояние Росгосстраха в 2022 и 2023 году можно охарактеризовать как стабильное, несмотря на трудности, вызванные СВО и снижением объема премий.

Рассмотрим изменение структуры страховых премий-нетто по основным видам страхования на рис. 2.

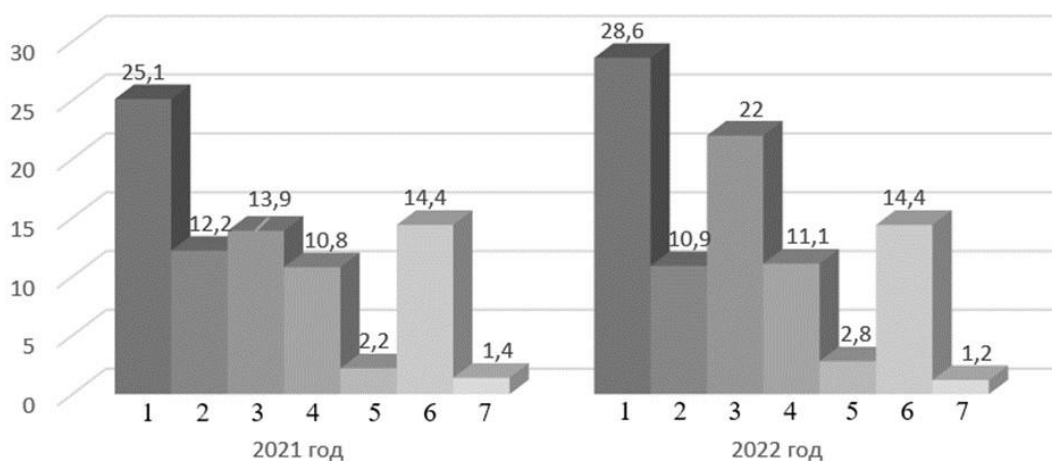


Рис. 2.

Изменение структуры страховых премий-нетто по основным видам страхования:

- 1 – ОСАГО; 2 – ДМС; 3 – страхование от несчастного случая; 4 – КАСКО;  
 5 – страхование имущества юридических лиц; 6 – страхование имущества физических лиц; 7 – страхование грузов

По большинству видов страхования наблюдается рост сборов. Однако добровольное медицинское страхование (ДМС) и страхование грузов представляют исключения. В случае КАСКО (КАСКО – страхование автомобиля от ущерба) и индивидуального медицинского страхования физических лиц (ИмФЛ) результаты остались примерно такие же, как и в прошлом году.

Общие сборы страховщика выросли на 21% до 21,2 млрд рублей. Компания занимает пятое место на рынке страхования жизни и третье место по премиям в сегменте продуктов с регулярными взносами, где премии выросли на 26% и превысили 5 млрд рублей.

«Росгосстрах» сделал упор на обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО) с гарантированным доходом, что стало главным направлением ее развития. Выручка от этой страховки увеличилась на 3,5 млрд рублей и достигла примерно 28,6 млрд рублей. Также значительный вклад в общий доход внесло страхование от несчастных случаев, которое увеличилось на 57,9% и составило 11,1 млрд рублей.

Финансовое положение компании стало крепким, поскольку за последний год резервы и активы увеличились на 33%. Компания имеет резервы на сумму более 62 миллиардов рублей и активы на сумму более 72 миллиардов рублей.

Далее важным показателем являются активы, которые представлены на рис. 3.

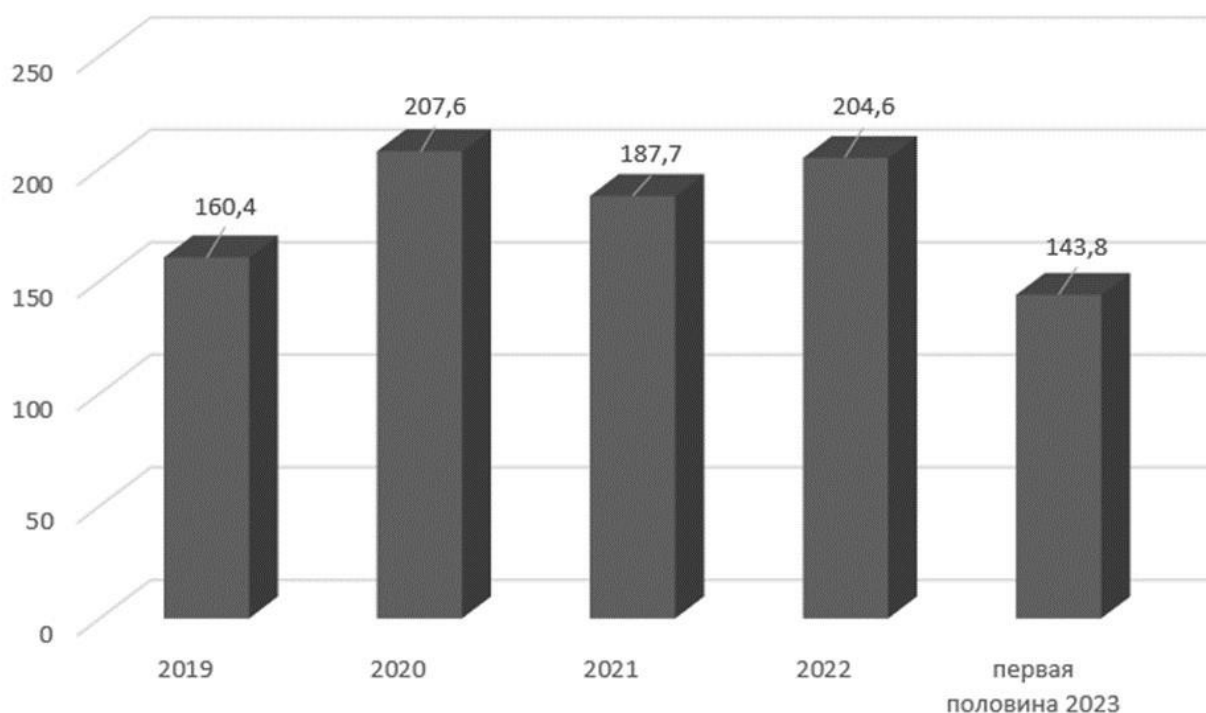


Рис. 3. Активы Росгосстраха, млрд руб.

Как видно по диаграмме, активы Росгосстраха с 2019 по 2022 изменяются, но незначительно. Всплытие активов почти до уровня 2019 года в первой половине 2023 года указывает на повышение спроса и



отсутствие необходимости для компании обращаться за финансированием для выполнения страховых обязательств.

### **Методы обеспечения финансовой устойчивости.**

Рассматривая финансовую устойчивость ПАО СК «Росгосстрах», можно отметить, что важным фактором является наличие у компании достаточного количества активов для исполнения своих обязательств. Таким образом, внешним отражением финансовой стабильности страховщика является его способность платить, основанная на возможности выполнения обязательств перед страхователями с учетом активов, которые есть у страховщика. Также необходимо учитывать дополнительные ресурсы перестраховщиков.

Также экономическая устойчивость «Росгосстраха» зависит не только от размера и сбалансированности активов. Деятельность страховщика связана с высоким уровнем риска, поэтому для оценки его финансовой устойчивости риски следует разделить на основные и неосновные. При этом необходимо учитывать основные риски, связанные с профессиональной деятельностью страховщика, прямо связанные со страхованием, не поддающиеся управлению и поддающиеся количественной оценке.

По данным за последние годы, распределение капитала страховой организации положительно воздействует на общее финансовое состояние, заемный капитал и остальные обязательства в пассивах невелики. Кроме того, компания стремится улучшить свои финансовые показатели и сократить убытки.

Следовательно, экономическая стабильность «Росгосстрах» находится в процессе улучшения благодаря принятым мерам в последние годы. Несмотря на то что финансовая стабильность компании не является очень высокой, ее планы по восстановлению своего финансового положения и достижению лидерства могут служить примером для других компаний.

Подводя итог, можно конкретизировать понятие «финансовая устойчивость страховой организации». Финансовая устойчивость страховой организации – способность организации постоянно выполнять свои страховые обязательства, благодаря эффективному управлению страховыми тарифами, учету рисков, возникающих во внешней и внутренней среде, созданию резервов и эффективной деятельности в области инвестирования денежных средств.

### **Библиографический список**

1. Бухгалтерская (финансовая) отчетность ПАО СК «Росгосстрах» / [Электронный ресурс] // rgs.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.rgs.ru/about/raskrytie-informatsii/bukhgalterskaya-otchetnost> (дата обращения: 09.10.2023).

2. Иманова, М.Г. Теоретические аспекты поддержания финансовой устойчивости страховых организаций // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 711–715. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/96054.htm>.

3. Каячаев, Г.Ф., Каячева, Л.В., Черных, М.Н. Страхование [Текст] / Г.Ф. Каячаев, Л.В. Каячева, М.Н. Черных. – 2020-10784. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2020. – 148 с.

4. Ивасенко, А.Г., Никонова, Я.И. Страхование [Текст] / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – 2-е издание. – Москва: КноРус, 2020. – 320 с.

© Маннанов И.И., Козлов Е.В., 2023

П.К. МАТВЕЕВА

*Polina\_matveeva\_2018@bk.ru*

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРОБЛЕМЫ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ НА РЫНОК СТРАХОВАНИЯ РОССИИ В 2022–2023 ГГ.**

*Аннотация:* актуальность темы обусловлена последствиями санкций, наложенных странами запада на российскую экономику, и их влияние на страховой сектор. Статья описывает негативные последствия санкций для российских страховых компаний и потребителей. В статье определены мероприятия по перспективам развития страхования в условиях санкционного давления.

*Ключевые слова:* страхование, перестрахование, санкции.

Россия в течение последних девяти лет столкнулась с серьезным политическим и экономическим давлением с стороны стран Запада, которое значительно влияет на различные сферы жизни российских граждан. Против России были введены несколько экономических, торговых и личных санкций. В свою очередь, отвечая на данные сдерживания, Российское правительство действует в рамках специальных экономических мер по отношению к Западу, которые предполагаются законодательством Российской Федерации.

Экономические санкции – это ограничительные меры экономического характера, применяемые страной или группой стран к другой стране или группе стран с целью вынудить правительства стран – объектов санкций изменить свою политику [2]. Сфера страхования демонстрирует введение санкций, заведомо создающих преграды для российских организаций в доступе к международным страховым рынкам.

Рассмотрим санкционное давление с стороны качественного направления. В 2022 году экономические санкции были введены с огромной оперативностью и происходили практически ежедневные изменения в списке подвергаемых им ограничениям объектов. Это беспрецедентные и незаконные ограничения были наложены властями Соединенными Штатами и поддержаны Европейским союзом, Англией, Японией и рядом других государств. Основная цель санкций этих стран заключалась в ограничении финансовой, энергетической и транспортной деятельности, в ограничении поставок товаров и оказании услуг, в разрыве связей в сфере технических средств и поставок машин и оборудования, а также в ограничении регулирования визовой политики (рис. 1).

Детально проанализируем прогресс страхового сектора в период с 2022 по 2023 год, учитывая наложенные санкции. В секторе страхования

ключевым направлением решения проблемы стало стремительное развитие кэптивных страховых компаний, необходимых для страхования банковских рисков и контроля над ними. Такими страховщиками стали: ООО СК «Сбербанк страхование жизни», ООО СК «ВТБ Страхование», Страховая группа «АльфаСтрахование», САО «ВСК» и другие [1]. Благодаря данным компаниям у банков появилась возможность страховать как свои риски, так и клиентские.

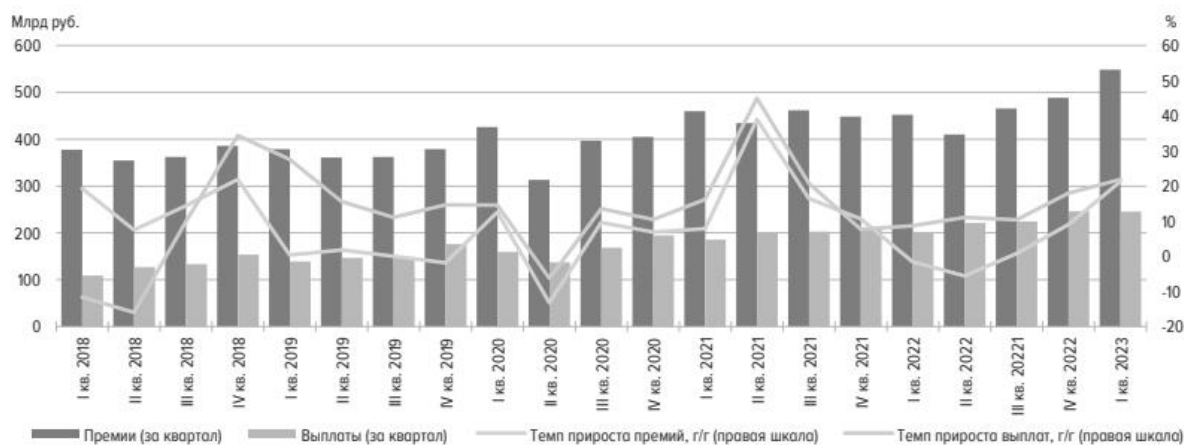
№ п/п	Санкции	Повышенные риски страховщиков	Мероприятия
1	Уход крупных перестраховщиков	Риск ответственности перевозки грузов, Риск ответственности страхования имущества юридических лиц	Переориентация внутреннего рынка перестрахования. Дальнейшее развитие РНПК Сотрудничество с дружественными странами
2	Закрытие неба стран Европы, США и Канады	Риск ответственности авиаперевозчиков	Наращивание автопарка за счет отечественной техники. Поддержка лизинга отечественных самолетов
3	Санкции против банковского сектора. Отключение от сервиса SWIFT	Риск снижения активности на рынке ипотечного страхования. Рост банковских рисков	Своевременное регулирование ключевой ставкой Банком России. Использование СПБП с дружественными странами. Использование российской национальной платёжной системы МИР
4	Ограничение проведения валютных операций	Увеличение издержек страхового бизнеса. Задержка в получении платежей и блокирование операций по сделкам с финансовыми инструментами в Euroclear и Clearstream.	Пересмотр инвестиционной деятельности страховщиков. Курс на ближневосточные и азиатские рынки
5	Уход иностранных ИТ-компаний из России	Рост кибер рисков. Удорожание и дефицит ИТ-оборудования и его тех.поддержка	Усиление ИТ-команды. Переориентация на российское программное обеспечение. Гос. поддержка.
6	Уход автобрендов с рынка	Риск увеличения стоимости Каско воздушных судов. Риск роста стоимости полиса ОСАГО из-за стоимости автозапчастей, снижения доходов населения, а также общего старения автопарка	Поддержка отечественного автопроизводителя. Сотрудничество с дружественными странами и реализация совместных проектов. Повышение уровня доходов населения

*Рис. 1. Список санкций и превентивные меры для снижения рисков страховщика*

В данный момент происходит процесс адаптации страхового рынка к новым требованиям, связанным с бизнесом и жизнью. Однако, проблемы, связанные с перестрахованием, рыночными и валютными рисками, а также наличием автозапчастей, уже не вызывают такой острой реакции, как это было на конец второго квартала 2022 года. При отсутствии новых нештатных обстоятельств рынок ожидает увеличения объема страховых премий по итогам 2023 года по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о том, что страховые компании справились с санкционным давлением, в чем можно удостовериться при анализе статистики первых трех месяцев 2023 года (рис. 2).

Уже почти год как страховой рынок и вся экономика в целом успешно адаптируются к санкционному давлению, об этом нам говорят статистические данные 1 квартала 2023 года. Рост чистой прибыли российских страховщиков составил почти 2,5% в 1 квартале 2023-го года относительно аналогичного периода в 2022-м году, и равен 110 миллиардам рублей. Вместе с увеличением

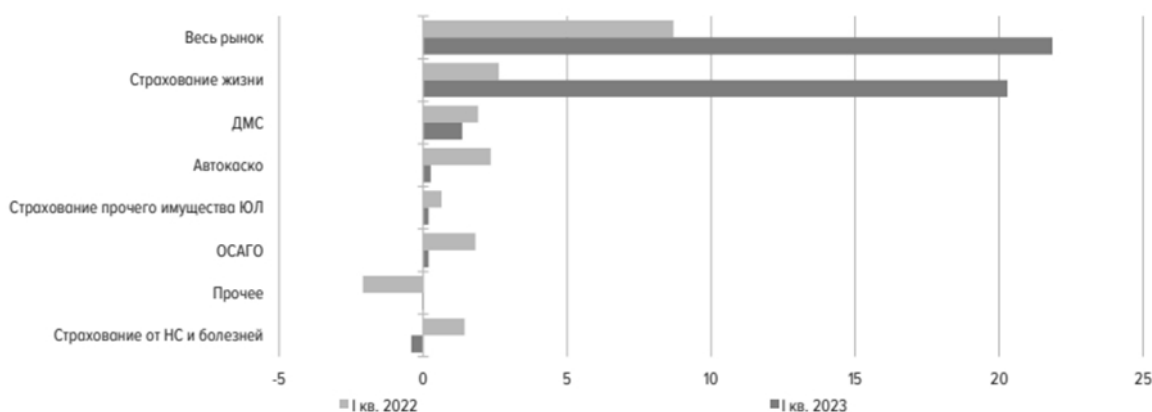
прибыли, также увеличилась и доходность страховых компаний, в частности до 27% относительно предыдущего года. Рентабельность активов также выросла до 6,5%. Объем страховых премий увеличился примерно до 21,5%, а общие сборы за первые 3 месяца текущего года достигли рекордных 548 млрд рублей.



Источник: Банк России.

Рис. 2. Квартальная динамика основных показателей деятельности страховщиков [4]

Увеличение страховых премий по сегменту страхования жизни произошло благодаря значительному росту премий и хорошей динамике накопительного страхования жизни. Главными определителями такого роста стали высокий спрос на кредиты, средняя стоимость которых был значительно увеличена в связи с уровнем инфляции, а также интерес со стороны граждан к накопительному страхованию жизни как к возможности сбережения средств. (рис. 3)



Источник: Банк России.

Рис. 3. Вклад основных сегментов страхования в динамику выплат [4]

Однако низкая отправная точка оказала воздействие на рост спроса со стороны заемщиков на сферу личного страхования. Выплаты, связанные с страхованием от несчастных случаев, значительно возросли в сравнении с данными за первый квартал прошлого года. Такую динамику можно связать с мобилизацией, проведенной в сентябре 2022 года.

Значительные структурные изменения произошли в сфере добровольного медицинского страхования (ДМС). На фоне незначительного понижения общей страховой премии (-1,4%), сборы по медицинскому страхованию для пациентов, уехавших за границу, увеличились более чем в 12 раз (с 1,65 млрд до 20,84 млрд рублей). При этом премии по страхованию, предоставляемому работодателями своим сотрудникам, сократились на 24%. Вероятно, такие изменения связаны с тем, что сотрудники выбирают медицинское страхование для выезжающих за пределы страны [5].

В 2022 году на ранке страхования риски были увеличены в различных его секторах. Перечислим некоторые из них, которые могли оказать существенное негативное влияние на весь рынок в целом: риск ответственности страхования имущества юридических лиц, риск снижения активности на рынке ипотечного страхования, риск ответственности перевозки грузов, риск ответственности авиаперевозчиков, риск увеличения стоимости Каско воздушных судов, риск стоимости полиса ОСАГО из-за стоимости автозапчастей, снижения доходов населения, а также общего старения автопарка [1]. В настоящее время рынок еще не полностью адаптировался под новые реалии, но его состояние уже нельзя назвать катастрофичным и близким к этому, как это было в первые месяцы боевых действий на Востоке Украины.

Продажи новых автомобилей снизились заметно (на 45% по сравнению с 1 кварталом 2022 года) и это продолжает оказывать негативное влияние на количество договоров ОСАГО (59,7 тыс.). Однако, благодаря увеличению числа полисов по автокаско (+ 540 тыс.) и средней страховой премии для ОСАГО, общий объем страховых премий по автомобильному страхованию возрос: по ОСАГО – на 32%, по автокаско – на 13%. Повышение спроса на автокаско отражает постепенное адаптирование к параллельному импорту, а также увеличение интереса к китайским и отечественным маркам автомобилей, а также расширение ассортимента страховых программ для подержанных автомобилей [5].

Многие международные компании из стран Запада прекратили свою деятельность на российском страховом и перестраховочном рынке в 2022 году. Введенные Лондоном санкции, связанные с ограничением предоставления страховых и перестраховочных услуг для российских компаний в сферах авиации и космоса, замедлили развитие этой отрасли. Российская национальная перестраховочная компания (РНПК) – это государственный перестраховщик, который при уходе из России западных перестраховочных компаний взял на себя наибольший процент их обязательств. На данный момент продолжается активный поиск возможных вариантов перестраховочных компаний, однако он осложняется тем, что рынки Юго-Восточной Азии в значительной мере зависимы от мировых гигантов перестраховочного рынка. Сейчас найти реальную альтернативу на дружественных рынках, которая бы удовлетворяла всем требованиям, очень проблематично.

В 2022 году многие российские банки отключили от системы межбанковских платежей Society for Worldwide Interbank Financial

Telecommunications (SWIFT), а также им был ограничен доступ к платежным системам MasterCard и Visa. Активы ЦБ РФ, размещенные за рубежом, были заморожены в следствие чего Россия лишилась технической возможности рассчитываться с нерезидентами. Система SWIFT выполняет роль некоего мессенджера между банками, которой позволяет осуществлять валютные транзакции с зарубежными банками в автоматическом режиме. Получение страховых взносов и оплата претензий стали недоступными для страховых компаний, а быстро найти альтернативу также процесс не из простых. Страховщикам пришлось столкнуться с необходимостью страхования рисков невыплаты компаниям, попавшим под санкции, которые предлагали свою продукцию на кредитной основе. В результате, показатель убыточности страховщиков вырос. В краткосрочной перспективе, российским банкам потребовалось найти альтернативные способы для проведения транзакций и сотрудничества с зарубежными партнерами. Некоторые банки прибегли к следующим мерам:

- использования альтернативных платежных систем, например, система «Мир» или китайская система Cross-border Interbank Payment System (CIPS);
- взаимодействие с банками через корреспондентские счета;
- привлечение внутренних источников финансирования и стимулирование внутренних инвестиций [3].

### **Библиографический список**

1. Пашкова, Е.Н. Развитие страхового рынка России в условиях санкций / Е.Н. Пашкова [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-strahovogo-rynka-rossii-v-usloviyah-sanktsiy/viewer> (дата обращения: 09.10.2023).
2. Экономические санкции [Электронный ресурс] // Академик: [сайт]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1346997> (дата обращения: 09.10.2023).
3. Bitbanker Жизнь без SWIFT год спустя. Итоги и перспективы / Bitbanker [Электронный ресурс] // vc.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://vc.ru/money/683120-zhizn-bez-swift-god-spustya-itogi-i-perspektivy> (дата обращения: 09.10.2023).
4. Банк России. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков / Банк России [Электронный ресурс] // Банк России: [сайт]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review\\_insure\\_23Q1.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review_insure_23Q1.pdf) (дата обращения: 09.10.2023).
5. Как менялся рынок страхования во II квартале 2023 года: исследование Банки.ру / [Электронный ресурс] // Banki.ru : [сайт]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10992446> (дата обращения: 09.10.2023).

© Матвеева П.К., 2023

Э.Л. МИНИЯРОВА

*erika.miniyarova@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА РАЗВИТИЕ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Аннотация:* обострение конкуренции на российском страховом рынке выдвигает на передний план задачу улучшения организации и повышения эффективности работы страховой компании. В условиях цифровой экономики эффективное внедрение цифровых инноваций является одним из ключевых факторов развития страхового рынка и способствует удовлетворению страховых потребностей.

*Ключевые слова:* цифровизация, страхование, бизнес-процессы, страховые компании, ИТ-обеспечение, ИТ-технологии, инновации.

Цифровое страхование означает, что страховая компания использует все доступные ресурсы для упрощения и автоматизации своих бизнес-процессов и услуг и повышения качества обслуживания клиентов. На сегодняшний день страховые компании должны использовать цифровые технологии для удовлетворения потребностей клиентов, снижения рисков и поддержания конкурентоспособности на рынке.

Цифровизация страхования происходит в разных направлениях. Например, все больше страховых компаний предлагают онлайн-продажу страховых полисов и возможность регистрации убытков через интернет. Это делает процесс страхования более удобным для клиентов и экономит время при обработке заявок.

Цифровые технологии применяются для автоматизации подписания и обработки документов, оценки рисков, расчета страховых взносов и выплат, анализа данных и прогнозирования страховых случаев. Это позволяет страховым компаниям улучшить свою эффективность, уменьшить количество ошибок и улучшить качество обслуживания клиентов.

Цифровизация страхования способствует развитию новых моделей страхования, таких как страхование на основе использования данных «умных устройств» (например, страхование автомобилей на основе данных о стиле вождения) или страхование на основе блокчейна, что может сделать страхование более персонализированным и доступным.

Благодаря цифровому страхованию предприятие может расширить каналы продаж, повысить качество оценки рисков и оптимизировать расходы.

Чаще всего российские страховые компании используют цифровизацию в процессе коммуникации со страхователями.

Преимущества внедрения цифровизации в страховую деятельность:

1. Снижение затрат на обслуживание – цифровые технологии упрощают и ускоряют бизнес-процессы, тем самым сокращая издержки.

2. Повышение гибкости – цифровые технологии позволяют страховым компаниям быстрее реагировать на изменения рынка и разрабатывать новые продукты.

3. Повышение безопасности – риск мошенничества и утечки информации о клиентах значительно снижается благодаря шифрованию.

4. Улучшение производительности – сотрудники могут уделять больше времени более важным задачам, так как рутинные операции автоматизируются благодаря цифровым технологиям.

5. Управление рисками – цифровые технологии позволяют контролировать и снижать риски в неограниченном количестве и масштабе.

6. Удобство для пользователей – пользователи могут легко и быстро приобрести страховые услуги в любой точке мира и в любое время суток благодаря цифровизации в процессе коммуникации.

В 2020 году Департамент страхования и экономики социальной сферы Финансового университета при Правительстве Российской Федерации провел исследование по использованию цифровых инноваций в сфере страхования. Специалисты изучили 30 крупных страховых компаний и выяснили, какие технологии уже используются и как они внедрены в рабочий процесс. Результаты исследования представлены в табл. 1.

*Таблица 1*

Показатели использования цифровых инноваций в бизнес-процессах страховых компаний в 2020 году

Бизнес-процессы страховых компаний	Компании, использующие цифровизацию в данном бизнес-процессе (% от компаний, принявших участие в опросе)
В целом в деятельности страховых компаний	100
Продажи страховых программ	97
Коммуникация со страхователями или застрахованными лицами	93
Урегулирование страховых случаев и выплаты	80
Разработка новых страховых программ	77
Оценка страхового риска при заключении договора страхования	70
Управление рисками страховых компаний	67



Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что цифровые технологии неравномерно распределены между бизнес-процессами страховых компаний.

Активное использование большинством респондентов цифровых технологий в продаже страховых продуктов обусловлено требованиями Банка России об обязательных онлайн-продажах ОСАГО и потребностью в поддержании конкурентоспособности. Этот бизнес-процесс осуществляется с помощью технологий производственного интернета и мобильных приложений.

Коммуникация со страхователями или застрахованными лицами реализуется с помощью электронного документооборота и мобильных приложений (личные кабинеты, чаты поддержки).

Бизнес-процесс урегулирования страховых случаев и выплат осуществляется в основном с помощью электронного документооборота. Кроме того, страховые компании используют большие базы данных и искусственный интеллект для обнаружения и предотвращения страхового мошенничества, что позволяет анализировать страховые риски при заключении договоров страхования и управлять рисками страховой компании.

За время с начала пандемии COVID-19 отрасль страхования показала высокую адаптивность к изменениям, однако санкции, связанные со специальной военной операцией, затормозили процесс внедрения новых технологий и развития цифровизации страхового рынка в России на какое-то время.

Санкционные ограничения повлекли за собой ограничения доступа ко многим технологическим ресурсам и инновациям. Например, запрет на экспорт и импорт определенных товаров ограничил доступ к передовым системам и программным решениям, необходимым для цифровизации и автоматизации бизнес-процессов страхования. Также из-за санкций ограничился обмен данными между страховыми компаниями из разных стран, что затруднило разработку и внедрение международных стандартов и платформ цифровизации страхования. Помимо этого, ограничилась возможность сотрудничества и обмена опытом с иностранными страховыми компаниями.

На сегодняшний день, рынок страхования все еще находится в процессе стабилизации после потрясений, идет адаптация к санкционным ограничениям. До сих пор существует проблема невозможности участия в некоторых видах страхования, международного взаимодействия.

06 сентября 2023 года в Москве состоялся III антикризисный форум «Будущее страхового рынка», организованный рейтинговым агентством «Эксперт РА» и аналитической компанией «Эксперт Бизнес-Решения».

Мероприятие было посвящено обсуждению итогов работы страховых компаний за прошедший с начала кризиса год и адаптацию к изменениям в структуре спроса.

Основной вывод исследования заключается в том, что, несмотря на сложные условия 2021–2022 годов, страховые компании смогли сохранить и даже увеличить свой бизнес, модернизировать ИТ-инфраструктуру и найти

новые цепочки поставок. В ходе исследования был проведен опрос страховых компаний о прогнозах роста рынка в 2023 году, и результаты оказались весьма оптимистичными. Результаты опроса представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты опроса страховых компаний о прогнозах роста рынка в 2023 году

Мнение опрошенных	Количество опрошенных, выбравших данный вариант ответа (% от компаний, принявших участие)
Рынок вырастет на 15–20%	4
Рынок вырастет на 10–15%	23
Рынок вырастет на 5–10%	54
Рынок вырастет на 0–5%	19
Падение рынка	0

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод, что все респонденты, несмотря на то, что страховой рынок находится под давлением санкций, геополитических и валютных рисков, действительно настроены достаточно оптимистично, падения рынка страхования никто не прогнозирует. Это означает, что страховщики смогли адаптироваться к работе в нынешних условиях.

В первом полугодии 2022 года страховые компании столкнулись с уходом с российского рынка поставщиков ИТ-инфраструктуры и подрядчиков, что привело к ограничению доступа к иностранному оборудованию и программному обеспечению. В ИТ-сфере всегда был дефицит кадров, а после санкционных ограничений и частичной мобилизации, связанной со специальной военной операцией, дефицит заметно увеличился, ведь около 100 тысяч ИТ-специалистов покинули страну.

Несмотря на это, большая часть страховых компаний смогла адаптироваться к изменениям и перестроить свою ИТ-инфраструктуру. Отечественное программное обеспечение и другие альтернативные решения заместили ИТ-услуги ушедших иностранных поставщиков, а услуги аутсорсинга помогают компаниям справляться с нехваткой кадров, благодаря чему они продолжают активно работать на рынке и предоставлять услуги в онлайн-формате.

Таким образом, перспектива развития цифровизации страховой деятельности имеет положительную динамику, ведь из-за конкуренции за клиента страховщикам необходимо повышать эффективность бизнес-процессов, а также качество обслуживания клиентов, то есть создавать более удобный онлайн-формат для быстро взаимодействия и принятия решений, что невозможно без качественного ИТ-обеспечения и быстрого внедрения инноваций.

Помимо этого, на антикризисном форуме «Будущее страхового рынка» был проведен опрос страховых компаний по ИТ-инфраструктуре и ИТ-обеспечению: насколько страхователи восстановились на сегодняшний день по сравнению с 2021 годом по данному направлению. Результаты опроса представлены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты опроса страховых компаний о восстановлении ИТ-инфраструктуры и ИТ-обеспечения по сравнению с 2021 годом

Мнение опрошенных	Количество опрошенных, выбравших данный вариант ответа (% от компаний, принявших участие)
Умеренное улучшение (балл от 1 до 3)	41
Восстановление на уровне 2021 года (балл 0)	30
Умеренное ухудшение (балл от -3 до -1)	25
Значительное ухудшение (балл от -5 до -4)	4

Из результатов опроса видно, что большинство респондентов, смогли восстановить и даже улучшить свою ИТ-инфраструктуру.

Таким образом, большинство страховщиков оценивают состояние страхового рынка достаточно позитивно. В целом на страховом рынке отмечаются тенденции восстановления и даже роста, а также умеренный оптимизм у большинства страховщиков. Рынок смог адаптироваться к новым вызовам. Бизнес страховых компаний, по их собственным оценкам, восстановился, а в некоторых случаях даже вырос. В основном участникам рынка удалось перестроить ИТ-инфраструктуру и найти новые цепочки поставок дефицитных автозапчастей после ухода западных компаний. [5]

На сегодняшний день главными трендами цифровизации страхования являются цифровизация ипотеки, медицинского и автострахования, страхование киберрисков, повышение персонализации страховых услуг и внедрение искусственного интеллекта в страховую деятельность.

Главными задачами на ближайшие годы являются налаживание международного сотрудничества и сохранение преимуществ в области цифровизации страхования на международном уровне.

Однако в процессе цифровизации страхования все еще можно столкнуться с рядом вызовов и угроз, таких как угрозы кибербезопасности или проблемы с использованием больших баз данных. Поэтому страховым компаниям необходимо работать над защитой данных и обеспечением конфиденциальности информации о клиентах, а также постоянно обновлять свои цифровые платформы и инфраструктуру. Также, исходя из этого, можно предположить, что в скором времени будут окончательно развиты и внедрены новые виды страхования, такие как страхование киберрисков, которое будет

покрывать потери, возникшие в результате хакерских атак или утечки конфиденциальной информации.

Также причинами, сдерживающими развитие цифровизации страховой отрасли, могут быть недостаточная разработанность нормативно-правовой базы, высокий уровень мошенничества в страховой отрасли, высокая конкуренция цифровых каналов, нехватка кадров, сложность применения цифровых технологий из-за высоких затрат на оборудование и обучение персонала, недостаточная адаптация цифровых технологий для страховых услуг, высокий уровень мошенничества и низкий уровень развития инфраструктуры и государственной поддержки.

На сегодняшний день, рынок страхования находится на этапе перехода на новую ступень развития, благодаря внедрению новых цифровых технологий, таких как телематика, телемедицина, технологии интертезации бизнес-процессов и технологии больших баз данных и искусственного интеллекта. Они ощутимо влияют на страховую деятельность, но при этом не изменяют ее экономическую сущность.

### **Библиографический список**

1. Губернаторов, А.М., Тесленко, И.Б., Дигилина, О.Б., Муравьева, Н.В., Вахромеева, М.П. Цифровизация бизнес-процессов в страховании [Текст] / 1-е изд.. – Владимир: Русайнс, 2021. – 150 с.

2. Брызгалов, Д.В., Грызенкова, Ю.В., Цыганов, А.А. Перспективы цифровизации страхового дела в России / Брызгалов Д.В., Грызенкова Ю.В., Цыганов А.А. // Финансовый журнал. – 2020. – № 3. – С. 76–90.

3. Направления развития российского рынка страхования обсудили на форуме аналитической компании «Эксперт Бизнес-Решения» / [Электронный ресурс] // Эксперт РА: [сайт]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/releases/2023/sep12e> (дата обращения: 11.10.2023).

4. Страховой рынок после шоков: адаптация и позитивный настрой / [Электронный ресурс] // Эксперт РА: [сайт]. – Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/insurance/ins\\_2023/](https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_2023/) (дата обращения: 11.10.2023).

© Миниярова Э.Л., 2023

И.А. МИТАКОВИЧ, Н.А. ПАВЛОВСКИЙ

*imitakovich@mail.ru, nik.pavlovskiy.2019@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ОСОБЕННОСТИ ОСАГО В РОССИИ И В ЕВРОПЕ

*Аннотация:* данная статья посвящена сравнительному анализу современных аспектов ОСАГО России и Европы. В ходе работы выявлены проблемы, препятствующие развитию системы ОСАГО в России, рассмотрены объемы выплат по лимитам страхового размещения, также выделено отношение населения России на современную систему ОСАГО.

*Ключевые слова:* ОСАГО, обязательный вид страхования.

В России лимит ответственности составляет 400 000 рублей на имущество и 500 000 рублей на вред здоровью. Это означает, что в случае причинения серьезного ущерба, высокие медицинские расходы или повреждение дорогостоящего имущества, страховая компания может не покрыть все затраты, и владелец автомобиля будет вынужден оплатить остаток самостоятельно. Поэтому, имея ОСАГО, водителю гарантировано большее финансовое покрытие и защита от возможных финансовых потерь.

ОСАГО – это не просто ненужная статья расходов, а необходимость для защиты себя и других участников дорожного движения от финансовых потерь. Водители должны осознать важность данного вида страхования и не позволять менталитету игнорировать эту ответственность.

Также стоит отметить, что ОСАГО обязательно для регистрации транспортного средства и действует на всей территории России. Отсутствие действующего полиса ОСАГО может привести к штрафам и нарушениям закона.

Один из важных аспектов ОСАГО в России - лимит ответственности. Он составляет 400 000 рублей на имущество, так что если вы попадаете в серьезную аварию, где повреждается дорогостоящий автомобиль, почти все затраты вы будете вынуждены оплатить самостоятельно. Это может оставить вас в финансовом тупике и нанести большой ущерб вашему бюджету.

Также стоит отметить, что у ОСАГО есть ограничение на покрытие расходов на вред здоровью – 500 000 рублей. Очень часто медицинские счета в случае серьезного происшествия, особенно если требуется долгосрочное лечение, превышают эту сумму. Поэтому, имея только ОСАГО, вы увеличиваете риск остаться с огромными медицинскими счетами и финансовыми проблемами.

Однако, имея полис ОСАГО, вы получаете больше финансовой защиты и гарантированное покрытие в случае серьезных происшествий на дороге. Это означает, что вы можете быть уверены в том, что страховая компания компенсирует значительную часть ваших финансовых расходов, связанных с ущербом имуществу или здоровью.

Владение полисом ОСАГО дает вам не только юридическую защиту, но и психологическую уверенность в случае аварии. Вы знаете, что вам не придется сталкиваться с финансовой нестабильностью и тратить свои сбережения на покрытие неожиданных расходов.

Помимо этого, страхование от автомобильных аварий позволяет вам чувствовать себя защищенным и перед другими участниками дорожного движения. Вы можете быть уверены в том, что в случае вашей вины в аварии, вы сможете возместить материальный ущерб, причиненный другим людям или их транспортным средствам. Это добавляет спокойствия и уверенности на дороге. Данные представлены в табл. 1.

*Таблица 1*

Лимиты страхового возмещения стран Европы

Страны Европы	Лимиты страхового возмещения	
	Ущерб имуществу	Ущерб здоровью
Германия	511 292 евро	До 2,55 млн евро на человека
Великобритания	250 000 фунтов стерлингов	Не ограничены
Италия	774 685 евро	Не ограничены
Франция	460 000 евро	Не ограничены

Фраза «не ограничены» означает, что нет ограничений в размере возмещения ущерба здоровью, которое выплачивает страховая компания пострадавшему человеку. В данном контексте это относится к европейским странам, где страховые компании выплачивают компенсацию инвалидам аварий пожизненно и суммы компенсации достигают очень высоких значений :

1. Швеция – \$36 000 000.
2. Дания – \$10 000 000.
3. Швейцария – \$2 000 000.

Особенности ОСАГО в Европе.

В Европе ОСАГО имеет свои особенности, такие как невмешательство государства в ценовую политику страховых компаний, возможность автоматического списания оплаты полиса ОСАГО со счета клиента без его согласия, продажа ОСАГО только вместе с КАСКО и другие.

Сколько же стоит ОСАГО в разных странах?

Цены на ОСАГО в разных странах различаются. Например, в Италии средняя цена годового полиса ОСАГО составляет 353 евро, в Аргентине – около 29 тыс. рублей, на Кипре – от 13 до 28 тыс. рублей, в Южной Корее – от нескольких сотен тысяч до миллиона и более рублей, во Франции – примерно

480 евро. Однако, размеры выплат за ущерб имуществу и здоровью в этих странах расположены в разном диапазоне, при этом в некоторых странах существуют ограничения по размеру выплат, а в других – таких ограничений нет.

Цена полиса ОСАГО зависит от множества факторов, таких как объем двигателя автомобиля, стаж водителя, пол и другие. Например, в Италии страховка для женщин может быть дешевле, так как они считаются более аккуратными водителями по сравнению с мужчинами.

Особенности ОСАГО в России.

Система ОСАГО в России работает с 01 июля 2003 года и полностью регулируется ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств». Она курируется Центральным Банком РФ.

До 2017 года базовая стоимость полиса была относительно стабильной. Однако в сентябре 2022 года тарифный коридор был расширен на 26% в обе стороны, и на данный момент он составляет от 1 646 до 7 535 рублей. Страховая компания выбирает базовую ставку из этого диапазона и добавляет к ней различные коэффициенты, чтобы определить цену полиса. В результате полис может стоить от 5 000 до 30 000 рублей.

Однако при такой стоимости полиса лимит компенсаций кажется довольно низким по сравнению с другими странами. В случае ущерба автомобилю и другому имуществу, лимит компенсаций составляет до 400 000 рублей, а при причинении вреда жизни и здоровью людей – до 500 000 рублей.

На рис. 1 представлены результаты опроса автовладельцев по поводу роста стоимости ОСАГО.

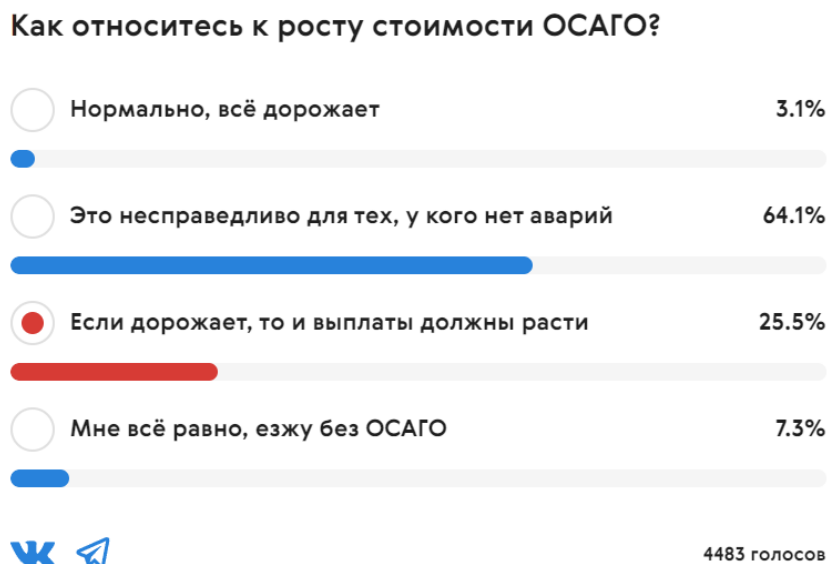


Рис. 1. Мнение автовладельцев на рост стоимости ОСАГО

Большинство автовладельцев считают, что повышение стоимости ОСАГО не должно затрагивать водителей, не создающих аварийных ситуаций.

## Библиографический список

1. ОСАГО: чем Европа отличается от России? [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – режим доступа к журн.: [https://finuslugi.ru/navigator/zastrahovat/stat\\_evropa\\_rossiya](https://finuslugi.ru/navigator/zastrahovat/stat_evropa_rossiya) (дата обращения: 07.09.2023).

2. ОСАГО в 2023 году: полный список изменений для водителей. [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – режим доступа к журн.: <https://mag.auto.ru/article/osago2023-spisok-izmeneniy/> (дата обращения: 01.10.2023).

3. Как устроено автострахование в других странах и меняют ли его правила так же часто, как в России. [Электронный ресурс] – Электрон. журн. – режим доступа к журн.: <https://rg.ru/2023/01/24/dorogi-vedut-na-polis.html> (дата обращения: 29.08.2023).

4. В чем отличия европейского ОСАГО от российского. [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – режим доступа к журн.: <http://peopleandcountries.com/article-10925-1.html> (дата обращения: 13.10.2023).

© Митакович И.А., Павловский Н.А., 2023



УДК 36.368.97

Д.В. МОРЗАЛЕВА

*Diana\_mii@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СТРАХОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу особенностей страхования в сфере туризма. В ходе работы выявлены проблемы страхования в сфере туризма, рассмотрен рейтинг наиболее распространенных рисков 2021–2022 гг. а так же проведен сравнительный анализ стоимости страхового полиса.

*Ключевые слова:* страхование туристов, страховой полис.

Каждый год туристическая индустрия все больше набирает обороты и становится одной из наиболее динамичных и растущих сфер мирового экономического рынка. В связи с этим все больше людей отправляется в путешествия по всему миру, что делает вопрос о необходимости обеспечить свою личную и имущественную безопасность во время поездок все более важным.

Обеспеченность безопасности туристов выражается через страхование (закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

Страхование туристов защищает путешественников от потерь и рисков, возникающих во время поездки. Это может включать оплату медицинских расходов, компенсацию за утрату или повреждение багажа, возмещение задержки или отмены рейса и другие неожиданные ситуации. Цель такого страхования заключается в обеспечении финансовой защиты и поддержки для туристов при возникновении несчастного случая или проблемы во время путешествия. Во время поездки за границу, особенно в страны с высококачественной медицинской помощью и высокими затратами на медицину, страхование туристов часто становится обязательным [4].

В туризме существуют такие виды страхования, как добровольное и обязательное.

Добровольное страхование – страховые отношения, которые страховщик заключает со страховщиком договор по собственному желанию.

Страховой провайдер устанавливает правила для добровольного страхования, что является главным отличием от обязательного страхования, которое определено законодательно.

В туристической отрасли существует множество схем страхования, но две основные схемы можно выделить:

1. Индивидуальное страхование. В данной схеме страховой полис оформляется каждым отдельным туристом для покрытия рисков, связанных с его поездкой.

2. Групповое страхование. При групповом страховании все туристы, объединенные общим туристическим маршрутом или организацией, получают страховое покрытие на одних условиях.

В состав страхового полиса должны быть включены следующие виды помощи:

1. Перемещение пациента до медицинского учреждения.

2. Возможность экстренного лечения как в амбулаторных, так и стационарных условиях (возможно применение франшизы).

3. Возврат пациента в международный аэропорт в случае необходимости.

Кроме того, страхование в туризме также включает в себя различные дополнительные услуги, которые могут быть предоставлены страховой компанией, например, консультации медицинских специалистов, организация эвакуации или помощь в оформлении документов в случае необходимости. Такие услуги могут играть важную роль в ситуациях, когда турист оказывается в трудной ситуации за границей.

Проанализировав добровольное и обязательное страхование в сфере туризма, можно увидеть основные различия между этими двумя видами страхования и решить, какой вариант лучше соответствует потребностям туристов.

В табл. 1 будут рассмотрены такие аспекты, как выплата застрахованному лицу, необходимость страховки, варианты страхового пакета и случаи их использования в обязательном и добровольном страховании.

*Таблица 1*

Сравнение добровольного и обязательного страхования в сфере туризма [5]

Фактор	Обязательное страхование	Добровольное страхование
Условия выплаты страховки	При условии болезни, травмы	В случае, указанном в договоре страхования (потеря багажа, отказ от поездки, и т. д.)
Потребность страховки	Необходима для выезда за границу	По желанию туриста
Варианты страхового пакета	В зависимости от страны назначения	В зависимости от страны назначения

В индустрии туризма есть несколько факторов, которые рассматриваются как ситуации, требующие страхования: оплата медицинской помощи при непредвиденных несчастных случаях и острых заболеваниях, потеря документов и багажа, а также незапланируемые расходы и прочие страховые сценарии, которые приводят к дополнительным тратам для застрахованных туристов.

В настоящее время существуют две различные схемы страхования в сфере туризма, каждая из которых имеет свои отличительные особенности [5].

Первая схема, известная как компенсационная, предусматривает, что турист самостоятельно оплачивает все расходы, связанные с возникновением страхового случая во время поездки, а по возвращении в свою страну, предоставляя необходимые документы и чеки, получает компенсацию [5] от страховой компании [1].

Вторая схема, называемая сервисной, предусматривает, что в случае страхового события турист связывается с диспетчерской компанией, находящейся в стране пребывания, которая берет на себя ответственность и оплачивает все необходимые процедуры и услуги [5]. Однако, варианты услуг и покрытия страхового полиса отличаются от компании, поэтому в каждом страховом полисе должны присутствовать обязательные позиции, но также может быть предложено ряд дополнительных услуг, уникальных для каждой отдельной компании.

В целях определения наиболее выгодных условий приобретения страхового полиса для путешествия в Турцию на 7 дней, проведем сравнительный анализ стоимости полисов от разных страховых компаний. Для этого была составлена специальная таблица, в которой представлены основные параметры полисов, такие как сумма страхового покрытия, стоимость полиса и количество включенных опций. Этот инструмент поможет нам выбрать наиболее подходящий страховой полис [2].

*Таблица 2*

Исследование стоимости полиса страхования для 7-дневной поездки в Турцию

Название компании	Страховая сумма	Количество опций	Стоимость
Альфастрахование	40 000 руб.	15	926
Ингосстрах	40 000 руб.	15	1 018
Тинькофф	50 000 руб.	16	1 160
Сбербанк страхование	60 000 руб.	13	1 457

Из проведенного анализа данных стала ясна тенденция: компания Сбербанк страхование предлагает наибольшую «страховую сумму в размере 68 893\$, что превышает сумму в других компаниях на 37%» [5]. Если сравнивать страховые полисы с одинаковым количеством опций и одинаковой страховой суммой, то их цены могут отличаться на 90 рублей или на 19% [1].

Данные от ассоциации туроператоров указывают, что в 2022 году страховки были приобретены 1 миллионом 900 тысячами россиян.

Аналитический центр «АльфаСтрахование» провел анализ страховых случаев с гражданами России за рубежом в 2021 и 2022 годах.

Рейтинг наиболее распространенных рисков представлен на рис. 1.



Рис. 1. Рейтинг наиболее распространенных рисков (2021–2022 гг.)

Исходя из рис. 1, можно сделать вывод о том, что простудные заболевания занимают около 40% страховых случаев во время отдыха за границей.

Возникают сложности с туристическим страхованием за рубежом, связанные с неполным объяснением необходимости полной страховки со стороны туристических компаний, особенно при активном отдыхе. Российские туристы часто покупают страховку только после получения визы из-за низкой оплаты и стремления получить недорогой отдых, в то время как страховка является достаточно дорогим продуктом [4].

Еще одной проблемой является неграмотность российских граждан, выезжающих за рубеж, поскольку наши туристы не знают алгоритма действий при возникновении страховых случаев. При покупке страховки необходимо уточнить перечень незастрахованных событий, покрывает ли страховщик расходы на медицинское обслуживание [2].

Страхование в сфере туризма играет важную роль в обеспечении справедливости и защиты интересов туристов. Оно позволяет туристам чувствовать себя уверенно и защищенно во время своих путешествий. При оформлении страхового полиса необходимо учитывать специфику страхования в данной сфере и выбирать надежных партнеров для оформления страховки.

#### Библиографический список

1. Агешкина, Н.А. Основы турагентской и туроператорской деятельности. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – С. 567.
2. Адамова, Р.А. Особенности страхования в туризме // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. – 2019. – № 2. – С. 69–73.
3. Всероссийский союз страховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ins-union.ru>. (дата обращения: 25.09.2023).
4. Макеева, Д.Р., Хайлова, С.К. Проблемы страховой защиты в сфере туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 7 (34). – С. 96–104.
5. Мельник, Д.В., Мальцева, Г.И., Сусякова, О.Н. Особенности туристического страхования в России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 8 (34). – С. 246–251.
6. Ткаченко, И.П. Чубарь, М.В. Современное состояние рынка страхования жизни в Российской Федерации: инвестиционное страхование жизни и накопительное страхование жизни // Лазаревские чтения. Материалы XX Международной научной конференции. Севастополь, 2022. – С. 122–123.

© Морзалева Д.В., 2023

Д.Р. МУРЗАФАЗЫЛОВА

*dianamurzafazylova@gmail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

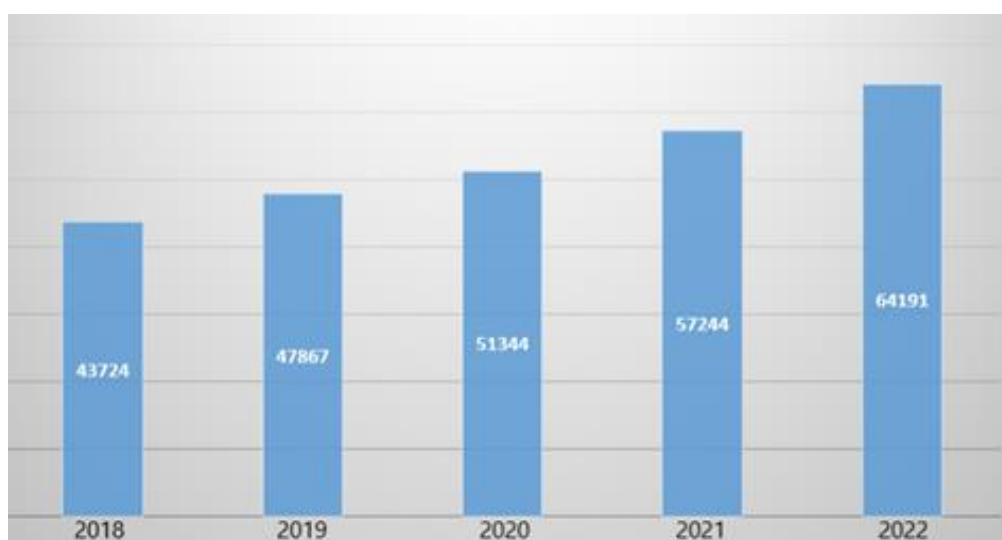
*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИЧИНЫ ИНЕРТНОГО РАЗВИТИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу современных проблем пенсионного страхования. В данной статье исследуются проблемные зоны и причины инертного развития добровольного пенсионного страхования в России и способы улучшения ситуации.

*Ключевые слова:* ДПС, проблема.

Наиболее существенной причиной слабого развития добровольного пенсионного страхования является элементарное отсутствие дополнительных средств, которые необходимо выделять из семейных или личных бюджетов для отчисления в негосударственные пенсионные фонды. Исследуем средний уровень заработной платы в России за последние 5 лет (рис. 1), чтобы понять, имеется ли прогресс в росте или же наоборот уменьшение оплаты труда.



*Рис. 1.* Изменение размера оплаты труда за 2018–2022 гг.

Статистика показывает, что размер оплаты труда с 2018 года из года в год увеличивается, что в принципе позволяет присваивать дополнительные средства на пенсионные накопления через негосударственные пенсионные фонды, но в то же время, поскольку никто не исключил оплату налогов, коммунальных услуг, питания т. д., можно сделать вывод, что размер самой

заработной платы недостаточно велик, чтобы позволить выделять эти средства из бюджета, но сумма будет ничтожной.

Вторая причина недостаточного развития добровольного пенсионного страхования заключается в том, что население не знает о существовании добровольного пенсионного страхования и о том, на какие льготы оно может рассчитывать в будущем, если будет регулярно отчислять определенную сумму в пенсионный фонд, и не желает инвестировать в свое будущее.

Преимущества добровольного пенсионного страхования:

- контроль над взносами и условиями страхования;
- возможность выбора периода внесения взносов, их размера и периодичности (ежемесячно, ежеквартально или ежегодно);
- есть возможность корректировки графика платежей путем определения вариантов сберегательных платежей;
- все НПФ имеют лицензию на осуществление деятельности, находятся под контролем ЦБ РФ.

Один из минусов ДПС: Сами НПФ не управляют собранными средствами, этим занимаются управляющие компании, из-за этого вкладчику нужно заплатить – управляющей компании за управление средствами и фонду за управление индивидуальным пенсионным счетом.

Рассмотрим, объем выплачиваемых пенсий из НПФ (рис. 2), а также количество клиентов, получающих эти пенсии (рис. 3).

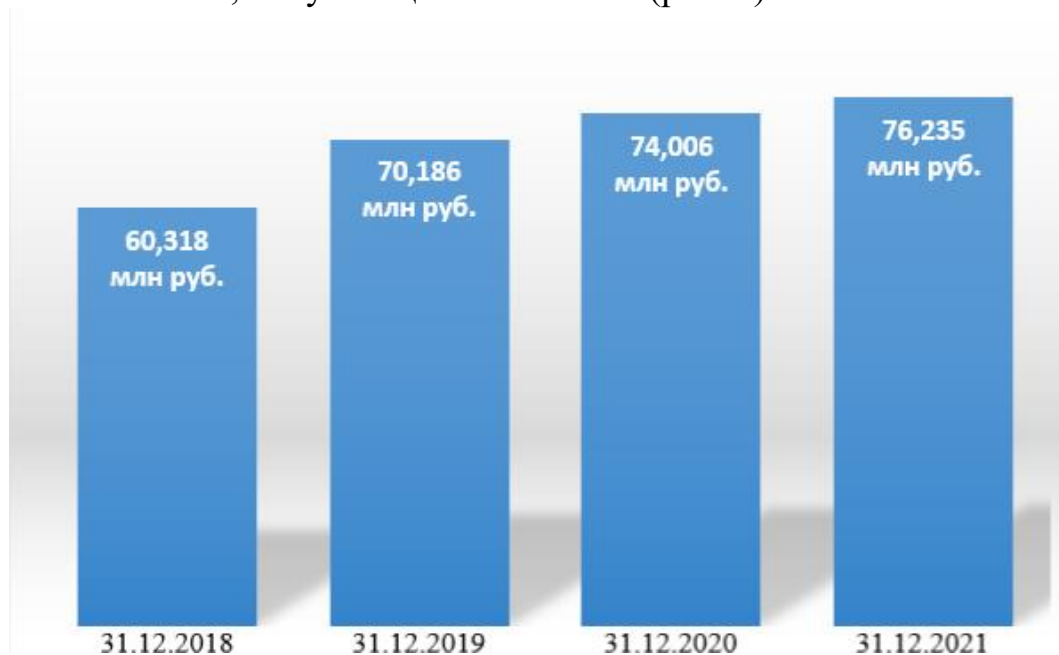


Рис. 2. Объем выплат дополнительных пенсий 2018–2021 гг.

На рисунке 2 видно, что объем выплат из НПФ растет с каждым годом, так в период с 2018 по 2019 год они увеличились на 9,868 млн рублей, с 2019 по 2020 год рост составил 3,82 млн рублей, а с 2020 по 2021 год на 2,229 млн рублей.

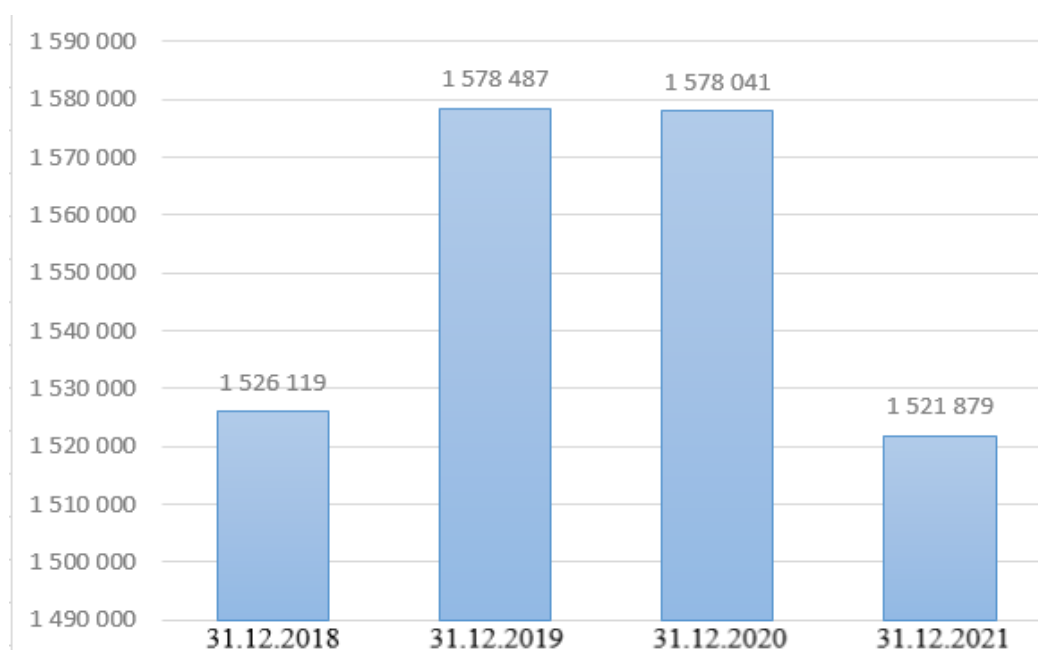


Рис. 3. Количество клиентов, получающих дополнительную пенсию, 2018–2021 гг.

Как видно из рис. 3, количество клиентов, которым осуществлены выплаты увеличивается из года в год, стабилизируясь на уровне более 52 тыс. в 2018–2019 годах и несколько снижаясь в период с 2020 по конец 2021 года.

По заявлению Центрального банка РФ, в III квартале 2022 года продолжился рост всех сегментов пенсионного рынка.

Для того чтобы увеличить потенциал в области самообеспечения пожилых, нужны меры и новации, такие как:

- создание экономических стимулов для того, чтобы работодатели и физические лица чаще прибегали к участию в добровольных пенсионных программах;
- развитие рынка пенсионного обеспечения и пенсионного страхования предоставляемого коммерческими организациями;
- государственный контроль и защита прав участников рынков.

Для того чтобы привлечь больше граждан, необходимо также убедить их плюсах от пенсионного обеспечения:

- переход распределительного принципа выплат на накопительный;
- использование страховых накоплений в инвестировании в надежные ценные бумаги.

Из этого следует, что достижение использования в большем количестве добровольного пенсионного страхования возможно, если на общем уровне общества заняться просветительской деятельностью и грамотно разъяснить плюсы и минусы ДПС, ведь именно через ДПС возможно улучшение уровня жизни пожилого населения России.

## Библиографический список

1. Росстат – рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries).
2. Динамические ряды основных показателей деятельности негосударственных пенсионных фондов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/statistics/RSCI/npf\\_stat/#t4](https://cbr.ru/statistics/RSCI/npf_stat/#t4).
3. Добровольные пенсионные накопления, добровольное пенсионное страхование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.smpins.ru/statii/pensionnoe-strahovanie>.
4. Негосударственные пенсионные фонды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sravni.ru/text/negosudarstvennye-pensionnye-fondy>.
5. Число участников добровольной пенсионной системы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru/novosti/dobrovolnaya-pensionnaya-sistema-v-rossii>.

© Мурзафазылова Д.Р., 2023



УДК 36.368.1

А.А. НАФИКОВА

*a-24-04@mail.ru*

Науч.руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРАХОВАНИИ ИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ**

*Аннотация:* актуальность темы обусловлена тем, что страхование имущества юридических лиц является актуальным в РФ для защиты активов и обеспечения финансовой стабильности предприятий. Оно помогает минимизировать риски, защищает от возможных финансовых потерь и повышает доверие клиентов и партнеров.

*Ключевые слова:* страхование, юридическое лицо, страховая компания, предприятие

Страхование имущества предприятий – это вид страховых услуг, который предназначен для защиты имущественных активов организаций от различных рисков, включая пожары, взрывы, наводнения, кражи, стихийные бедствия и другие непредвиденные обстоятельства.

Основная цель имущественного страхования заключается в возмещении убытков, связанных с потерей или повреждением имущества, а также в поддержании непрерывного функционирования предприятий. Если организации не обладают страховкой, они могут столкнуться с серьезными финансовыми потерями, вплоть до банкротства.

Доля страхования имущества организаций на рынке страховых услуг составляет приблизительно 4,5%. Большие страховые компании предлагают широкий спектр услуг в этой области, ориентированных на корпоративных клиентов.

Развитие рынка имущественного страхования имеет значительный потенциал, так как данная сфера является прибыльной для страховых компаний – выплаты составляют около 20% от общего объема страховых премий.

Среди основных конкурентов на рынке имущественного страхования можно выделить компании, такие как «Ингосстрах», СОГАЗ, «РЕСО-Гарантия», «Альфастрахование» и «Росгосстрах».



Рис. 1. Лидеры на страховом рынке имущества юридических лиц

Лидер на страховом рынке имущества предприятия – ООО «СК ПАРИ», за ней следует Альфастрахование, и только на третьем месте располагается Ингосстрах (рис. 1).

Ниже представлен перечень услуг, оказывающие лидерами страхования юридических лиц и их имущества [3, 4, 5] (табл.1).

Таблица 1

Услуги компаний лидеров страхования юридических лиц

Компания	Что страхуют	На что распространяется	Сколько стоит
Ингосстрах	Здания, помещения, оборудование, товарные запасы и прочее имущество	Стихийные бедствия, повреждение водой, наезд транспорта, действие злоумышленников, повреждение от огня	Стоимость рассчитывается индивидуально
ООО «СК ПАРИ»	Недвижимость, товары, гражданская ответственность	Противоправные действия, стихийные явления, пожары, взрывы, прорывы труб, падение самолетов	От 5000 до 36600 рублей, чем дороже полис – тем больше страховая сумма. Обязательная франшиза – 50000 рублей
Альфа-страхование	Здания и конструкционные элементы зданий, инженерные системы, внешнюю и внутреннюю отделку, сырье и продукцию, инвентарь, оборудование	Пожары, взрывы, падение, стихийные бедствия, действие третьих лиц, аварии с затоплениями, дополнительные риски – по желанию	Индивидуально, зависит от износа страхуемого имущества. В районе 0,5–1,5% от стоимости

Анализируя рынок страхования юридических лиц, можно отметить, что конкурентное преимущество страховых компаний в этой области заключается в

их опыте работы с крупными предприятиями, разветвленной сетью филиалов и представительств.

Несмотря на нерентабельность имущественного страхования как такового, она обычно не превышает 30–35%, принимая во внимание, что страховые премии составляют 70–80%. Это делает данный сектор страхового рынка наиболее прибыльным для страховых компаний в настоящее время.

Рост спроса со стороны потребителей и ипотечного кредитования стали дополнительными факторами, способствующими развитию имущественного страхования юридических лиц.

Однако, чтобы оценить текущую ситуацию на рынке страхования юридических лиц, необходимо провести анализ страхования имущества предприятий с 2020 по 2022 годы. Такой анализ позволит определить тенденции и изменения в данной сфере.

Из данных Банка России видно, что в первой половине 2020 года произошел застой в экономической деятельности страховых компаний, вызванный ограничениями, связанными с пандемией. В результате снизились размеры страховых премий и спрос на страхование грузов соответственно на 2,4% и 12,6%. Это произошло из-за сокращения объемов торговли и перевозок в условиях пандемии.

Однако, в сфере страхования имущества юридических лиц были выявлены положительные тенденции. В 2021 году 22% страховых премий пришлось на страхование имущества, используемого для строительно-монтажных работ (СМР), а 1% – на страхование товаров на складе. Это свидетельствует о том, что компании все еще защищают свое имущество, особенно в отраслях, связанных со строительством и хранением товаров.

Средняя премия в этих сегментах составляет 127,3 тыс. рублей для страхования имущества, используемого для СМР, и 219,3 тыс. рублей для страхования товаров на складе. Это говорит о том, что компании готовы платить за сохранность своего имущества с целью защиты от возможных финансовых потерь.

Несмотря на сложную ситуацию на рынке страхования имущества предприятий, данный сегмент остается востребованным.

В 2022 году спрос на страховые услуги сократился из-за неопределенности в дальнейшем развитии геополитической и экономической ситуации, а также санкционного давления. В разрезе видов страхования, ситуация выглядит следующим образом (рис. 2) [1]:



Рис. 2. Доля видов страхования за I квартал 2021–2022 гг.

Страхование имущества юридических лиц немного снизилось в 1 квартале 2022 года, сборы по этому виду составили около 40 млрд рублей.

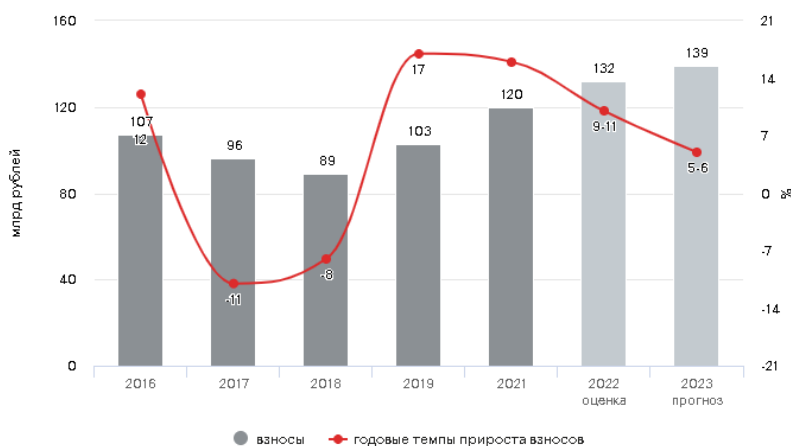


Рис. 3. Прогноз динамики страхования имущества юридических лиц

В настоящее время ожидается уменьшение страховых взносов на российском страховом рынке в результате года на 5–10%, что составляет около 1,6–1,7 трлн. рублей страховой премии (рис. 3).

Прогнозы на 2024 год относительно страхования имущества юридических лиц в России неизвестны. Тем не менее, с учетом предыдущих тенденций развития страхового рынка можно определенно ожидать дальнейшего роста спроса на страхование имущества предприятий. В связи с увеличением числа предприятий в стране, потребность в защите имущества будет продолжать возрастать.

Возможно, на страховом рынке произойдет усиление конкуренции, что может привести к дальнейшему снижению страховых премий.

Рынок страхования имущества юридических лиц в России остается перспективным и прибыльным для страховых компаний.

Страхование имущества предприятий играет важную роль в обеспечении экономической безопасности организаций. Оно способствует сохранению и защите финансовых интересов компании, обеспечивает непрерывность бизнеса и повышает доверие клиентов и партнеров.

### Библиографический список

1. Анализ рынка страхования России по итогам 1 квартала 2022 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://calmins.com/analiz-rynka-rossii-po-itogam-1-kvartala-2022-goda/> (дата обращения: 08.10.2023).

2. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/41060/review\\_insure\\_22Q1.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/41060/review_insure_22Q1.pdf) (дата обращения: 08.10.2023).

3. Страхование юридических лиц – «СК «Пари»» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skpari.ru/corp/> (дата обращения: 08.10.2023).

4. Страхование юридических лиц: услуга для корпоративных клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alfastrah.ru/corporate/> (дата обращения: 08.10.2023).

5. Страхование от СПАО – «Ингосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ingos.ru/> (дата обращения: 08.10.2023).

© Нафикова А.А., 2023

А.Д. НЕКРАСОВА

*nesraasovaa@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ АВТОСТРАХОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

*Аннотация:* данная статья представляет анализ основных проблем, связанных с экономической безопасностью в контексте обязательного автострахования. В ней рассматриваются вопросы, связанные с высокими страховыми премиями, ростом числа мошенничества и коррупции и другие проблемы. В статье предлагается ряд решений и рекомендаций, направленных на улучшение экономической безопасности в сфере автострахования.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, обязательное автострахование, страховой полис.

Страхование играет важную роль в обеспечении экономической безопасности общества, и одной из наиболее распространенных форм страхования является обязательное автострахование. В области обеспечения экономической безопасности, страхование занимает важное место, который позволяет снизить финансовые потери и предотвратить риски, связанных с несчастными случаями или убытками.

09 января 2022 года в России стало действовать указание Центробанка о новых тарифах, а также о коэффициентах на обязательное страхование автогражданской ответственности (ОСАГО). Теперь владельцы легковых машин будут покупать полис по тарифу от 2 224 рублей до 5 980 рублей [1].

Стоимость полиса для молодых водителей возрастом от 16 до 21 года без стажа управления вырастет. Тариф ранее умножался на 1,93, теперь будет на 2,27. При этом для более опытных водителей (в возрасте старше 40 лет и со стажем управления более десяти лет) коэффициент снизился [2].

Меняется также коэффициент бонус-малус (КБМ). Водитель, виновный в трех и более авариях в течение года, будет умножать итоговую стоимость полиса на 3,92 вместо 2,45 [1].

Аккуратным водителям предусмотрели скидку в более чем 50%. Ее может получить тот водитель, который за десять лет не стал виновником ни одного ДТП. Тариф надо будет умножать на КБМ, равный 0,46 [1].

Основная цель обязательного автострахования – защита граждан от финансовых рисков, связанных с дорожно-транспортными происшествиями

(ДТП) и обеспечение возмещения ущерба, причиненного другим участникам дорожного движения.

Финансовое мошенничество является значительным препятствием на пути к достижению этой цели, поскольку существует вероятность злоупотребления страховой системой с целью получения неоправданных выплат или избегания уплаты страховых взносов.

Коррупция является актуальной проблемой в сфере обязательного автострахования, которая подрывает доверие граждан к этой системе и отрицательно влияет на деятельность страховых компаний.

Отрицательное влияние на обязательное автострахование может также быть вызвано снижением доходов населения. В современных условиях роста рынка все больше граждан не могут позволить себе оплатить услуги страховых компаний, что может повлечь повышение риска для других участников дорожного движения.

Недостаток информированности и образования граждан в вопросах страхования является еще одним фактором, который мешает достижению основной цели страхования. Низкий уровень осведомленности может привести к неправильному пониманию условий договора и правил страхования.

Проблема мониторинга и контроля также оказывает влияние на автострахование. Слабая эффективность системы контроля и мониторинга может привести к нарушениям законодательства, что ухудшит положение необеспеченных граждан и повысит риск аварий и мошенничества.

Проблемы в области экономической безопасности оказывают отрицательное воздействие на обязательное автострахование. Увеличение числа незастрахованных граждан, снижение эффективности контроля и мониторинга, а также повышенный риск мошенничества - все это является последствиями кризиса в стране. Для достижения основной цели автострахования необходимо разработать меры, которые решат эти проблемы.

Финансовое мошенничество в автостраховании представляет серьезную угрозу, поэтому требуется принятие широкого спектра мер для его ликвидации.

Для сокращения уровня мошенничества до минимума необходимо улучшить законодательную базу в данной области, создав более строгие и эффективные нормы.

Внедрение современных технологий, включая GPS-трекеры и видеорегистраторы, помогут уменьшить риск мошенничества в автостраховании путем электронной фиксации.

Важным аспектом борьбы с мошенничеством является сотрудничество между страховыми компаниями и правоохранительными органами.

Создание и осуществление системы мониторинга и исполнения страховых выплат способствует обнаружению ложных страховых случаев и своевременному пресечению финансовых махинаций. Регулярное обновление контрольной системы и применение передовых технологий являются ключевыми факторами в борьбе с мошенничеством и обладают определяющим значением для достижения эффективности.

По статистике за 2022 год основная доля мошенничества приходится на ОСАГО (рис. 1), как и основная сумма ущерба (рис. 2) [3].

С целью сокращения числа таких преступлений Банк России с 01 января 2018 года ввел обязательное требование для всех страховых компаний – дополнить бланк страхового полиса QR-кодом (штрих-кодом). Так же подлинность полиса ОСАГО можно определить через официальную базу страховщиков ОСАГО [4].



Рис. 1. Статистические данные по направленным заявлениям о мошенничестве



Рис. 2. Статистические данные по сумме ущерба за мошенничество



Борьба с финансовым мошенничеством и коррупцией в автостраховании должна охватывать законодательные, контрольные, образовательные и кооперативные меры. Совместными усилиями можно добиться эффективного решения проблем.

Низкая эффективность системы контроля и мониторинга оказывает значительное влияние не только на страхование, но и на все области работы. Для повышения эффективности систем необходимо:

1. Анализировать текущие системы контроля и мониторинга. Выявить возможные проблемные зоны.

2. Разрабатывать и внедрять новые методы и технологии контроля и мониторинга, позволяющие более эффективно отслеживать и контролировать процессы.

3. Обеспечить обучение персонала, отвечающего за системы контроля и мониторинга, позволяющие более эффективно отслеживать и контролировать процессы.

4. Проводить регулярный анализ и оценку эффективности систем контроля и мониторинга, чтобы оперативно вносить изменения и улучшения.

5. Установить механизмы поощрения и мотивации сотрудников за эффективность и качество работы в области контроля и мониторинга.

6. Регулярно обновлять и адаптировать системы контроля и мониторинга с учетом изменяющихся требования и условий работы.

Необходимо придерживаться данных мероприятий для повышения эффективности систем контроля и мониторинга.

Для улучшения осведомленности клиентов по вопросам страхования сотрудникам страховой компании необходимо:

1. Создать понятные и легко доступные информационные ресурсы для клиентов.

2. Обеспечить открытое и прозрачное общение с клиентами.

3. Использовать современные технологии (онлайн-чаты, мобильное приложение и веб-сайты) для предоставления клиентам легкого доступа к информации о страховании.

4. Организовывать семинары, вебинары или индивидуальные консультации, чтобы предоставить клиентам дополнительное образование о страховании.

5. Страховым компаниям необходимо отслеживать изменения в правовых и рыночных условиях страхования и обеспечивать своим сотрудникам актуальную информацию

На рынке автострахования государство имеет роль обеспечения финансовой безопасности владельцев автомобилей и создания системы, которая поддерживает стабильность и безопасность в стране.

Одна из проблем в области автострахования заключается в том, что полисы становятся непосильными для некоторых водителей, что может привести к неплатежам по страховым взносам и увеличению количества нестрахованных автомобилей на дорогах.

Для решения этой проблемы государство может разработать программу социальной поддержки для владельцев автомобилей с низким уровнем дохода. Решение проблем, связанных с экономической безопасностью и обязательным автострахованием, требует тщательного подхода. Это может включать создание программ социальной поддержки, улучшение системы контроля и мониторинга и усиленную работу с населением по информированию о важности страхования. Решение этих проблем является важным для улучшения экономической безопасности страны и обеспечения финансовой защиты.

### Библиографический список

1. Лапушкина, О. ОСАГО-2022: скидка для водителей и повышение тарифов регионам / Ольга Лапушкина [Электронный ресурс] // AUTONEWS: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/61daf0169a7947697e28bbf9> (дата обращения: 05.10.2023).

2. Котенева, О. ОСАГО в новых границах: как изменится стоимость «автогражданки»? / Ольга Котенева [Электронный ресурс] // banki.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10959254> (дата обращения: 09.10.2023).

3. Ефремов, С. Ущерб от страхового мошенничества в 2021 / Сергей Ефремов [Электронный ресурс] // Рамблер: [сайт]. – Режим доступа: [https://auto.rambler.ru/news/47832816/?utm\\_content=auto\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=sorylink](https://auto.rambler.ru/news/47832816/?utm_content=auto_media&utm_medium=read_more&utm_source=sorylink) (дата обращения: 09.10.2023).

4. Черкасов, Н. Е. Автострахование – современные проблемы на примере компании «АльфаСтрахование» / Черкасов Н.Е. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.pnzgu.ru/files/eb/doc/WgIEhinbhXq6.pdf#:~:text=C%201%20января%202018%20года,автостраховщиков%20и%20определить%20подлинность%20документа> (дата обращения: 25.10.2023).

© Некрасова А.Д., 2023

М.В. ПЕТРОВ, А.П. ГЛУШКОВ

*Glushkov-shura02@bk.ru*

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАХОВЫХ УСЛУГ ЗА 2023 ГОД

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу изменений использований страховых фондов в 2023 и прогноз на 2024. В данной статье исследуются количество и структура использования страхования в России.

*Ключевые слова:* страхование, прогноз.

За 1-ое полугодия 2023-го рынок страхования подскочил на 23% в сравнении с прошлым годом. Объем страховых премий составил 1,073 трлн. рублей. Рынок страхования будет расти 3,3% до конца года. Рынок страхования жизни ожидает умеренный восстановительный рост на уровне 7%. Ограничения которые были наложены санкциями в отношении российской экономики, экономически нестабильная конъюнктура оказали влияние на динамику страховой отрасли в 1-м полугодии 2022 года, что в итоге дало рынку значительного падения и застоя, однако в 2023 год все процессы идут на восстановление (рис. 1).



*Рис. 1.* Квартальная динамика премий и выплат страховщиков

В страховании автокаско, ОСАГО и ДМС была отмечена положительная тенденция в росте премий. Этот рост был обусловлен увеличением стоимости страхования в связи с высокой инфляцией. Кроме того, дефицит комплектующих во всех крупнейших видах страхования (за исключением автокаско) также способствует увеличению премий. В то же время, страхование автокаско демонстрирует незначительный рост, так как спрос на

дорогостоящие полисы снизятся, а продажи более доступных полисов с ограниченным набором рисков и франшизой увеличатся. Кроме того, дефицит новых автомобилей также повлияет на динамику рынка. Однако расширение тарифного коридора в ОСАГО, которое произошло в сентябре 2022 года, поддержит рост премий в этой категории страхования в 2023 году.

Ожидается, что темпы роста страховых премий в автокаско и ОСАГО составят около 7-8%, вызванные ростом стоимости страхования и недостатком запчастей. В автокаско наблюдается снижение спроса на дорогие полисы, что приведет к незначительному росту премий. В ДМС основным фактором роста будут инфляционные изменения цены на медицинские товары и услуги, но экономическая деятельность компаний по снижению общих издержек и снижение спроса со стороны физических лиц будут ограничивать рост сегмента до 3–4%. В страховании имущества граждан и юридических лиц ожидается умеренный рост на уровне 6–7% и 5–6% для прочего имущества физических и юридических лиц соответственно, вызван данный рост в первую очередь инфляцией.

«Эксперт РА» ожидает:

– рост: 7%;

– сегменты страхового рынка с положительной динамикой премий: большинство;

– сегмент страхового рынка с ростом в зоне около нуля: автокаско;

– основные факторы, определяющие развитие рынка автомобильного страхования в 2023 году:

– повышенные уровни инфляции;

– повышенная ключевая ставка;

– дефицит товаров (автомобилей и запасных частей);

– убытки от инвестиционной деятельности в 2022 году приведут к:

– уменьшению частоты сделок;

– переходу к более консервативной стратегии инвестирования.

Большая часть рынка страхования сосредоточена в руках ТОП-10 компаний, которые контролируют около 92% всех сборов. Компании продолжают активно работать над развитием своих продажных каналов и предпочитают прямые продажи, чтобы лучше удовлетворять потребности клиентов.

Исследование Банки.ру показывает, что во 2-ом квартале 2023 года замедлился темп роста страховых сборов, который наблюдался со 2-ой половины 2022 года.

### **Прогноз на 2024 год**

Аудиторская компания КПМГ прогнозирует, что к 2024 году сборы российских страховщиков достигнут 2,3 трлн рублей, что на 53% больше, чем в прошлом году. Рынок страхования будет ежегодно расти на 11,6%, и оба сегмента – страхование жизни и другие виды страхования, включая автострахование, ДМС и страхование имущества, будут вносить свой вклад в

его развитие. Важно отметить, что эти прогнозы не учитывают возможные изменения в экономической ситуации или на рынке страхования.

В «Эксперт РА» считают:

– изменение средних темпов прироста рынка в ближайшие три года будут в районе 10%;

– сборы рынка перевалят за 2 трлн. руб.

Наиболее перспективными сегментами на следующие четыре года станут автострахование, ДМС, включая страховки выезжающего за рубеж, и страхование имущества.

По всем крупнейшим видам страхования в 2023 году будет наблюдаться положительная динамика премий. В то же время:

– динамику ОСАГО поддержит расширение тарифного коридора;

– темпы прироста премий в сегменте составят примерно 7–8%;

– динамика премий в сегменте страхования прочего имущества граждан будет носить умеренный характер (6–7%);

– в страховании прочего имущества юридических лиц будет рост на уровне 5–6%.

В заключение хотелось бы отметить, что 2023 год демонстрирует стабильное усиление концентрации российского страхового рынка.

Сборы по страхованию имущества юридических лиц составят более 139 млн рублей (в сравнении со 132 млн рублей в 2022 году). Сборы по страхованию имущества физических лиц прогнозируются на уровне 87 млн рублей, рост сборов окажется на уровне 6–7% (по сравнению с 82 млн рублей в прошлом году). Дальнейшая динамика кредитного страхования будет определяться темпами прироста кредитов физическим лицам. По прогнозам АКРА, к концу 2023 года он составит 13–18%, а премии этого сегмента вырастут в процентном соотношении на 36 по сравнению с 2022 годом.

### **Библиографический список**

1. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков / [Электронный ресурс] // Банк России: [сайт]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review\\_insure\\_23Q1.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45053/review_insure_23Q1.pdf) (дата обращения: 18.10.2023).

2. Янин, А., Любарская, О. Прогноз развития страхового рынка на 2023 год: тише едешь – дальше будешь [Электронный ресурс] // Эксперт | РА: [сайт]. – Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/insurance/forecast\\_2023/?ysclid=lnvz1j0ubu569690437](https://raexpert.ru/researches/insurance/forecast_2023/?ysclid=lnvz1j0ubu569690437) (дата обращения: 16.10.2023).

3. Басова, О. Проверка жизнью [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6237082> (дата обращения: 16.10.2023).

4. Как менялся рынок страхования во II квартале 2023 года: исследование Банки.ру / [Электронный ресурс] // Банки.ру: [сайт]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/research/?id=10992446&ysclid=lnvz4q4wiv713953017> (дата обращения: 18.10.2023).

© Петров М.В., Глушков А.П., 2023

А.И. ПОЛИШОВА

*polishova47@gmail.com*

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу актуальных проблем добровольного медицинского страхования в нашем государстве. В ходе работы обнаружены проблемы добровольного медицинского страхования в России и пути их решения, рассмотрена статистика количества договоров, которые заключили по добровольному медицинскому страхованию в нашей стране.

*Ключевые слова:* добровольное медицинское страхование, проблемы добровольного медицинского страхования, рынок добровольного медицинского страхования.

Добровольное медицинское страхование (ДМС) основано на государственных программах и дает возможность гражданам получать дополнительные медицинские и прочие услуги, которые не включены в обязательные программы медицинского страхования. Существуют два типа ДМС: индивидуальный и коллективный.

Целью ДМС является стимулирование государства и работодателей заботиться о здоровье населения. Основной принцип добровольного медицинского страхования – экономическая выгода для всех сторон. Данный принцип способствует «саморегулированию» системы и взаимодействию между участниками рынка.

ДМС сегодня в России является перспективным видом страхования, что подтверждается количеством заключенных договоров и числом застрахованных лиц.

В отличие от полиса обязательного медицинского страхования, ДМС предоставляет более качественную и удобную медицинскую помощь. Поэтому ДМС следует рассматривать как дополнение к системе ОМС.

Договор ДМС представляет собой исключительно гражданско-правовую сделку и регулируется Гражданским кодексом РФ. Выполнение обязательств по договору осуществляется субъектами медицинского страхования в соответствии с законодательством России [3].

На сегодняшний день большая часть рынка ДМС занимается корпоративными клиентами, которые составляют около 80% всех продаж. Это происходит потому, что стоимость корпоративного ДМС с учетом скидки за количество значительно ниже, чем стоимость индивидуальных полисов на

одного человека. Только люди с проблемами со здоровьем (такие как хронические заболевания) заинтересованы в индивидуальном ДМС, но их процент в секторе корпоративных клиентов невелик. Компаниям выгодно страховать своих сотрудников, поскольку качественная медицинская помощь сокращает время их болезни и, как следствие, время их отсутствия на работе.

ДМС становится все популярнее как вид страхования, поскольку все больше компаний стремятся поддерживать здоровье своих сотрудников на высоком уровне.

Проблемы ДМС в России и пути решения:

1. Недостаточная осведомленность населения о ДМС и его преимуществах. Для решения проблемы недостаточной осведомленности населения о ДМС и его преимуществах, требуется проведение образовательных мероприятий и предоставление более доступной информации потенциальным клиентам.

2. Высокая стоимость услуг. Стоимость услуг по ДМС в России бывает очень высокой. Этот фактор делает ДМС недоступным для населения. Стоимость полиса начинается от 15 тысяч рублей в год и может достигать до нескольких сот тысяч рублей. Цена полиса зависит от уровня медицинского обслуживания. Чтобы справиться с высокой стоимостью услуг по ДМС в России можно разработать более доступные тарифы и внедрить государственные программы поддержки, направленные на расширение доступа к медицинской страховке.

3. Небольшое количество клиник и специалистов, подписавших договор со страховыми компаниями. В России существует множество страховых компаний, которые предлагают ДМС, но не все клиники и специалисты готовы иметь с ними дело. Это в свою очередь ограничивает выбор пациентов и затрудняет получение необходимой медицинской помощи. В Уфе всего 16 клиник на 1 131 000. Путь решения данной проблемы – это расширение числа клиник, которые будут сотрудничать с ДМС.

4. Ограниченный охват медицинских услуг. ДМС не покрывает все медицинские услуги, что может привести к существенным финансовым затратам на дополнительную медицинскую помощь [1]. Для решения этой проблемы можно создавать более полные пакеты медицинской страховки, которые будут включать больше медицинских услуг.

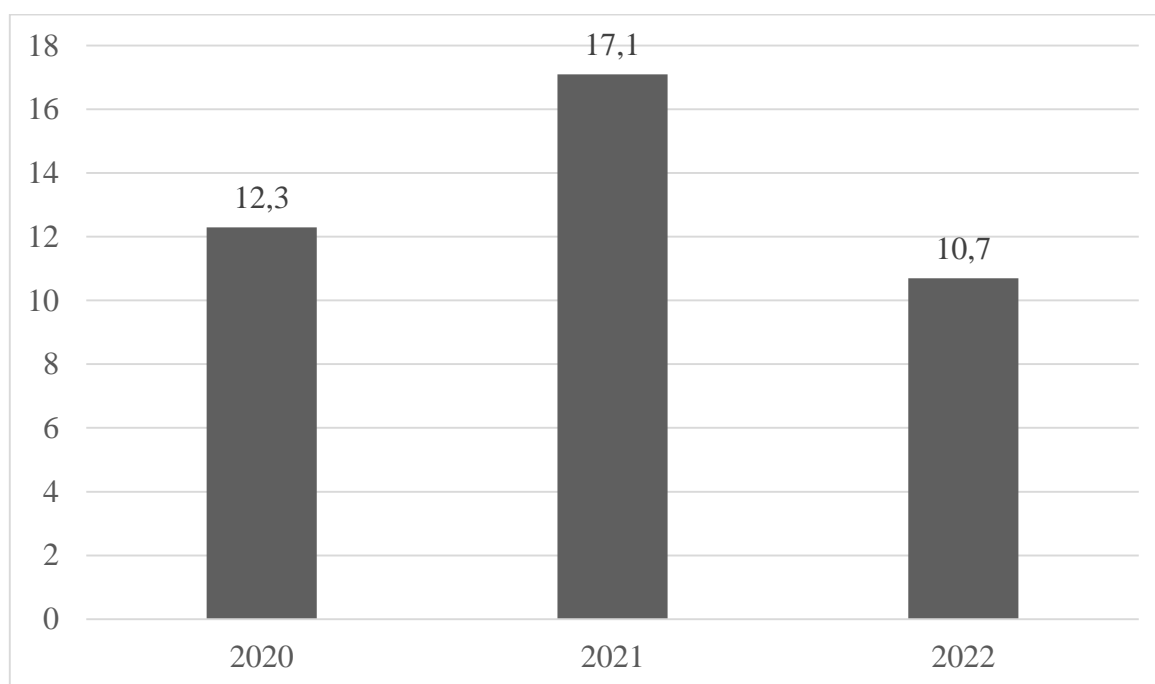
5. Недостаточная квалификация медицинского персонала. Даже если пациент обращается за медицинской помощью по ДМС, нет гарантии, что ему предоставят услуги высококвалифицированные специалисты. Это может снизить качество медицинской помощи и негативно сказаться на здоровье пациента. Чтобы решить эту проблему, необходимо проводить регулярные проверки квалификации персонала и обеспечивать им обучение.

В связи с вышеупомянутыми проблемами, приобретение ДМС в России не всегда является оптимальным выбором для получения медицинской помощи. Однако правильный выбор страховой компании и сочетание

медицинских услуг, предоставляемых в рамках полиса ДМС, могут существенно улучшить качество медицинской помощи.

Количество заключенных договоров ДМС в России снизилось на 6,4% до 10,7 миллионов единиц в 2022 году (в сравнении с 17,1 миллионами в 2021 году) (рис. 1).

В отсутствии учета медицинского страхования для выезжающих за границу, число лиц, которые оформили страховой полис возросло на 633 тысячи человек. Связанно данное как с работниками, которые получают ДМС в рамках социального пакета, так и с индивидуальными клиентами. Данная перемена обусловлена увеличением спроса со стороны физических лиц на «Мини-ДМС», чекапы и договоры с телемедицинской составляющей.



*Рис. 1.* Число заключенных договоров страхования по добровольному медицинскому страхованию в России за 2020–2022 гг.

Из опыта прошлых кризисов видно, что чаще всего страховщики и клиенты находят компромисс в том случае, когда возникает необходимость сокращения расходов на ДМС. Они предпочитают вносить изменения в программы или условия оплаты, а не отказываться от заключения договоров. В результате этого клиенты, которым необходимо ограничить свои расходы на ДМС, могут выбрать более доступные медицинские учреждения или сократить программы. Так же есть вариант перенести часть расходов на сотрудников с помощью франшизы.

В настоящее время система добровольного медицинского страхования динамично изменяется: в связи со снижением покупательской способности граждан из-за ситуации в мире, разрабатываются новые программы и усеченные полисы [4].



От показателя развитости обязательного медицинского страхования, а также от доступности и качества услуг, которые предлагают в рамках этой системы зависит успех ДМС на рынке в нашей стране. Целесообразно рассмотреть возможность внесения в законодательство норм, предполагающих наделять граждан правом выбора между системами добровольного и обязательного медицинского страхования, обеспечить внедрение в систему ОМС рыночных механизмов [2].

Для обеспечения успешного развития данного сегмента страхового рынка необходимо в ближайшем будущем систематически решить существующие проблемы, чтобы сохранить важную отрасль с социальной точки зрения и обеспечить доступ населения и предприятий к высококачественным услугам по приемлемым ценам.

### **Библиографический список**

1. Баранников, Р.Ф. Эффективная деятельность страхового подразделения в период пандемии / Р.Ф. Баранников // Цифровая экономика и финансы: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 93–97 (дата обращения: 20.09.2023).

2. Махдиева, Ю.М. Проблемы и направления развития добровольного медицинского страхования в России и регионах / Ю.М. Махдиева, Н.Р. Асекова // Финансовые инструменты регулирования социально-экономического развития регионов: материалы V Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – 2020. – С. 107–113 (дата обращения: 11.09.2023).

3. Орланюк-Малицкая, Л.А. Страхование: учебник для вузов, 2020. – 481 с. (дата обращения: 08.09.2023).

4. Саввина, В.В. Современное состояние добровольного медицинского страхования / В.В. Саввина // Результаты современных научных исследований и разработок: материалы X Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2020. – С. 122–124. (дата обращения: 07.10.2023).

5. Центральный Банк РФ: официальный сайт – Москва. – Обновляется в течение суток. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru> / (дата обращения: 09.09.2023).

© Полишова А.И., 2023

К.В. САЛИЕВА

salieva.ksyu@gmail.com

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ВАЛЮТНЫЕ РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу влияния валютных рисков на деятельность предприятия. В ходе работы выявлены предприятия подверженные данному риску, рассмотрена статистика изменения курса доллара к рублю, а так же методы управления валютными рисками.

*Ключевые слова:* валютный риск, страхование валютных рисков.

Риск – неотъемлемая часть нашей жизни, он присутствует во всех ее сферах, в том числе и на валютном рынке, отличающийся особой непредсказуемостью. Нестабильность данного рынка отражается в постоянных изменениях в мировой экономике, а 2022 году он подвергся колоссальным изменениям из-за санкций, принятых рядом стран по отношению к Российской Федерации и последствий ограничений в пандемию COVID-19. Этим обусловлена актуальность рассмотрения основных положений валютных рисков и ее влияние на деятельность организаций.

Валютный риск представляет собой вероятность того, что изменение курса валюты приводит к одному или нескольким событиям или же действий государственных органов, которые влияют на валютные ценности, что и ведет к улучшению или ухудшению финансового положения предприятий [1]. Данный вид риска опасен тем, то он вызывает появление больших убытков компании.

К такому риску наиболее восприимчивы организации, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность (в дальнейшем ВЭД). К 2022 году число таких компаний уменьшилось (рис. 1).

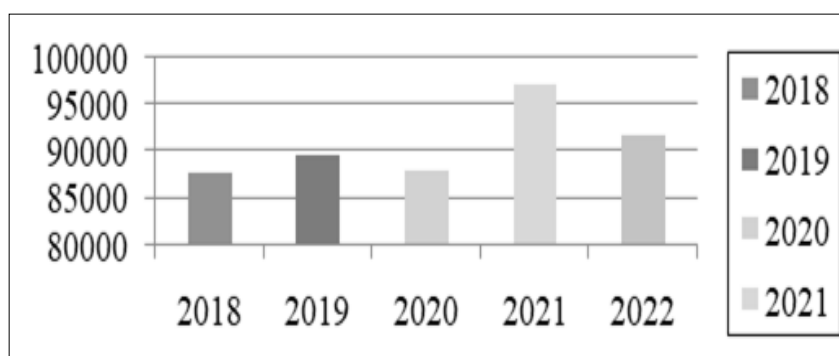


Рис. 1. Количество участников во внешнеэкономической деятельности

Из диаграммы можно сделать вывод о том, что спад участников (фирмы, индивидуальные предприниматели, физические лица и т. д.) происходил в кризисные моменты, именно в 2020 и 2022 года, и это самые уязвимые года для компаний занимающихся ВЭД так как именно в этот период курс валюты менялся и вероятность валютного риска росла (рис. 2). Это было связано с тем, что в 2020 году вели карантинные ограничения для борьбы с COVID-19, а в 2022 году в связи с политической обстановкой в мире, которая привела к введению санкций против России [2].



Рис. 2. Курс доллара к рублю с 1995 по 2022 гг., руб.

На примере взаимодействия рубля и доллара можно рассмотреть валютный риск. Из диаграммы следует вывод о том, что стоимость доллара в течение 19 лет относительно стабильно росла, скачок произошел в 2008 году это было связано с кризисом того года. Ситуация повторилась в 2014 году (присоединение Крыма к РФ) и 2022 году (начало СВО). Если доллар в начале 2022 года стоил 75 рублей, то к середине марта доллар стал стоить 120 рублей, связано это было с введением санкций против России.

Для того чтобы рубль окончательно не упал, государственные власти ввели жесткие меры валютного контроля, это привело к росту рубля и падению доллара. Однако из-за мер, принятых властью, курс рубля стал сильно зависеть от соотношения экспорта и импорта. Другими словами предложение валюты на рынке было достаточно большим, вследствие того что экспортеры меняли деньги, полученные после продажи нефти, а спрос на валюту резко уменьшился, так как импорта стало меньше [3].

Эти колебания курса валюты привели к тому, что многие компании, предприятия, фирмы оказались подвержены валютному риску.

Для наглядного примера исследуем влияние валютного риска на финансовый результат следующей компании ПАО «ФосАгро» (табл. 1).

Таблица 1

## Анализ отчетов о финансовых результатах, млн руб.

Наименование	2020 год в млн руб.	2021 год в млн руб.	2022 год в млн руб.	Темп прироста, %	
				2022/2020	2022/2021
ПАО «Фосагро»					
Выручка	253 879	420 488	569 527	1,24	0,35
Финансовые доходы/расходы, в т. ч.:	26 670	164 134	228 340	7,56	0,39
– доход (убыток) от курсовой разницы	-26 449	-531	11 485	- 1,43	- 22,63
Чистая прибыль/убыток	16 921	129 674	175 268	9,36	0,35

По табличным данным можно сделать вывод о том, что рассматриваемая организация имеет положительную динамику роста прибыли, несмотря на то, что в 2020 и 2021 году у нее имелись отрицательные курсовые разницы. Это связано с тем, что компания оперативно управляет своими валютными рисками, что в итоге привело в 2022 году положительной курсовой разнице и дополнительному доходу.

Для управления валютными рисками в экономике имеются два метода – внутренний и внешний. Первый метод связан с использованием административных ресурсов компании для управления валютными рисками с целью сокращения затрат и получения дополнительного дохода. Второй подход подразумевает применение финансовых инструментов для управления валютными рисками ради снижения затрат, возникающих из-за колебаний валютного курса (рис. 3).



Рис. 3. Методы управления валютными рисками

Метод компенсации заключается в создании закрытой валютной позиции, когда денежные потоки в одной валюте могут уравновешивать друг друга при совпадении сумм к оплате и получению и сроков платежа. Это приводит к тому, что денежный поток становится однонаправленным. Многонациональные компании могут использовать этот метод, поскольку он предполагает платежи и поступления в разных валютах с взаимной компенсацией сторон. Однако эффективность этого метода может снижаться, если денежные потоки не происходят одновременно в обоих направлениях. Возможно возникновение проблем с ликвидностью и нарушение установленного валютного курса из-за рисков изменения цен на товары и условий поставок [5].

Валютная оговорка, указанная в соглашении, определяет стоимость сделки. Она не относится к вопросу оплаты, поскольку все расчеты, согласно статье 317 Гражданского кодекса РФ, производятся только в рублях. Эта оговорка влияет на стоимость сделки. Однако у этого метода есть и минусы. Если стороны не продумают подробно порядок применения этого механизма в договоре, они не смогут правильно им управлять. Если валютный курс внезапно изменится, то прибыльность сделки может стать нулевой. Сторона, которой потребуются деньги для выполнения своих обязательств, столкнется с наибольшими негативными последствиями [6].

Выбор валюты в платежных документах может снизить валютные риски для экспортера, например, если используется фактурирование в национальной валюте. Также возможна валютная нейтрализация, при которой экспортер выставляет экспортные счета в той валюте, в которой оплачивает свой импорт. То есть, валюта поступлений совпадает с валютой затрат. Однако покупатель, возможно, захочет получать счета в своей валюте. Это может быть невыгодно экспортеру, и сделка может сорваться. Более того, для некоторых товаров (например, нефти и определенных видов сырья) счета традиционно выставляются в долларах США [5].

Компания может покупать валюту на бирже или в банке с целью ее последующего использования. При этом она прогнозирует свои потребности в валюте и стремится приобрести ее в нужном объеме на бирже или через банк, исходя из текущей ситуации и текущего курса. Однако у данного метода есть недостатки, такие как длительность операций и необходимость наличия специального брокерского счета с оплатой комиссии брокеру, что влечет за собой дополнительные расходы для компании [6].

Страхование валютных рисков предполагает передачу риска страховой организации, которая в случае наступления негативных последствий компенсирует убытки от валютного риска. Но вероятность риска случайна, и вы можете понести значительные расходы, связанные со страхованием. Использование этих методов может значительно снизить убытки компании.

В связи с непрерывно растущей значимостью валютных рисков для деятельности компаний, такими рисками необходимо управлять в целях снижения изменчивости доходов и уменьшения неожиданных убытков. Для эффективной практики управления валютными рисками требуется обладать

комплексной теоретической базой, которая описывает валютные риски с разных сторон.

### Библиографический список

1. Валютный риск: от определения к классификации – тема научной статьи по экономике и бизнесу. КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/valyutnyy-risk-ot-opredeleniya-k-klassifikatsii?ysclid=1ff91qqwrp771425145> (дата обращения: 08.04.23).

2. Курс доллара к рублю по годам (Таблица график) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infotables.ru/statistika/95-tseny-tarify/1327-kurs-dollar-tablitsa>.

3. Хроника взлетов и падений: итоги 2022 года для рубля // НТВ.Ru (ntv.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ntv.ru/novosti/2740884/?ysclid=1ffe1xpobm897160802> (дата обращения: 08.04.23).

4. Влияние валютного риска на финансовые результаты деятельности компаний. КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-valyutnogo-riska-na-finansovye-rezultaty-deyatelnosti-kompaniy/viewer> (дата обращения: 06.04.23).

5. Внутренние методы управления валютными рисками. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/66797/ekonomika/vnutrennie\\_metody\\_upravleniya\\_valyutnymi\\_riskami?ysclid=lg14u8pn23505617436](https://studme.org/66797/ekonomika/vnutrennie_metody_upravleniya_valyutnymi_riskami?ysclid=lg14u8pn23505617436) (дата обращения: 09.04.23).

6. Способы минимизации валютных рисков в бизнесе международных грузоперевозок. КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-minimizatsii-valyutnyh-riskov-v-biznese-mezhdunarodnyh-gruzoperevozok/viewer> (дата обращения: 09.04.23).

© Салиева К.В., 2023

Е.А. СЕМЕНОВА

*ekaterinasa2002@icloud.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МЕТОДЫ БОРЬБЫ СО СТРАХОВЫМ МОШЕННИЧЕСТВОМ В РОССИИ**

*Аннотация:* статья посвящена анализу влияния страхового мошенничества на экономику России, а также на финансовое положение и конкурентоспособность страховых компаний. Авторы рассматривают основные методы борьбы со страховым мошенничеством, выявляют проблемы и перспективы их развития, а также предлагают рекомендации по улучшению эффективности борьбы со страховым мошенничеством в России.

*Ключевые слова:* страховое мошенничество, страховая безопасность, экономическая безопасность, страховой рынок.

Страховое мошенничество в России – это преступление, предусмотренное статьей 159.5 Уголовного кодекса Российской Федерации (УК РФ), которая была введена в действие с 1 января 2016 года. По этой статье наказывается совершение обмана или злоупотребления доверием при заключении или исполнении договора страхования или перестрахования, а также представление заведомо ложных сведений о наступлении страхового случая или о размере причиненного ущерба. Кроме статьи 159.5 УК РФ, деятельность в сфере страхования регулируется Законом Российской Федерации от 27 ноября 1992 года № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации», который устанавливает общие принципы и правила осуществления страхового дела, а также права и обязанности участников страховых отношений.

В настоящее время сфера страхования в России остается одной из наиболее динамичных и перспективных отраслей финансовой деятельности, играя ключевую роль в обеспечении экономической стабильности и финансовой безопасности как отдельных граждан, так и корпоративных клиентов. Однако, в контексте этой динамичной индустрии, наблюдается серьезная угроза в виде страхового мошенничества, что представляет собой значительную проблему как для страховых компаний, так и для общества в целом.

Страховое мошенничество представляет собой умышленное нарушение правил и условий страхового договора с целью получения незаконной выгоды за счет страховщика или других застрахованных лиц. Данная форма деятельности может проявляться в подделке или искажении документов,

симуляции или усугублении ущерба, подаче завышенных или ложных претензий, сговоре с экспертами, врачами, сотрудниками страховых компаний или правоохранительных органов, использовании подставных лиц или объектов страхования, участии в организованных преступных группировках и так далее. Такое поведение наносит значительный ущерб как макроэкономическому, так и микроэкономическому уровням. Макроэкономические последствия связаны с влиянием страхового мошенничества на экономику страны в целом, а также на социальную сферу и национальную безопасность. Микроэкономические последствия связаны с влиянием страхового мошенничества на финансовое положение и конкурентоспособность страховых компаний, а также на интересы и права застрахованных лиц и потребителей страховых услуг.

В соответствии с представленными данными Министерства внутренних дел (МВД), в течение 2022 года страхование обязательной гражданской ответственности (ОСАГО) проявилось как предпочтительная сфера для мошеннической деятельности на страховом рынке России. Приблизительно 90% всех случаев страховых мошенничеств пришлось на ОСАГО. Общий объем ущерба составил 1,7 миллиарда рублей.

Согласно статистике страховщиков, порядка 6–8% мошенничеств приходилось на каско, на страхование жизни и здоровья – 2,4%, на страхование имущества – 1,6%. Основные мошеннические схемы в ОСАГО – это постановочные ДТП, в КАСКО – лжеугоны, сокрытие обстоятельств страхового случая.

Согласно информации, представленной Всероссийским союзом страховщиков, из общей суммы ущерба, заявленной российскими страховщиками в МВД за 2022 год, на ОСАГО приходилось 5,4 тысячи заявлений на общую сумму 1,7 миллиарда рублей. В отношении имущества и гражданской ответственности было подано 119 заявлений на общую сумму 600 миллионов рублей, в сфере КАСКО – 424 заявления на 500 миллионов рублей, а в области страхования жизни и здоровья было представлено 140 заявлений на 100 миллионов рублей. Помимо этого, 58 заявлений по прочим видам мошенничества были зарегистрированы на общую сумму также в 100 миллионов рублей.

Обнаружение страхового мошенничества является критически важным элементом в непрерывной борьбе против мошеннических действий в страховой индустрии России. Данный процесс, известный как выявление мошенничества в страховании, играет ключевую роль в выявлении и подтверждении действий, нацеленных на незаконное получение страховых выплат или более выгодных условий в страховых сделках. Он включает в себя использование различных техник и передовых технологий для выявления подозрительного поведения и тщательного анализа данных с конечной целью установления существования мошеннических схем, разрабатываемых лицами, замешанными в страховых махинациях.

Эффективное выявление мошенничества в страховании имеет стратегическое значение, так как это обеспечивает надежность и честность



страховой системы. Рассмотрим подробнее инструменты и методы, которые применяются для выявления страхового мошенничества в России.

Первым важнейшим инструментом является анализ данных и статистики. Этот метод основан на тщательном исследовании информации, собираемой страховыми компаниями и правоохранительными органами. Процесс начинается с интенсивного анализа разнообразных данных, включая информацию о клиентах, договорах страхования, обстоятельствах страховых случаев и выплаченных суммах.

В ходе анализа данных осуществляется выявление аномалий и несоответствий, которые могут указывать на потенциальные случаи мошенничества. Аналитики исследуют информацию, ищут необычные паттерны и несоответствия между данными в страховых заявлениях и реальными событиями. Важной частью процесса является выявление образцов мошенничества, включая схожие обстоятельства или поведение клиентов, которое повторяется в разных случаях. В случае выявления страховые компании и правоохранительные органы принимают меры. Это может включать в себя дополнительное расследование, уголовное преследование мошенников, отказ в выплатах по страховым случаям или пересмотр условий страхования.

Вторым фактором в выявлении мошенничества является использование современных технологий и методов исследования. Применение блокчейн-технологий и других инноваций позволяет создавать прозрачные и безопасные системы страхования, а также надежно хранить и передавать данные. Технологические инструменты способствуют точному и быстрому выявлению подозрительных образцов и мошенничества.

Выявлению мошенничества в страховой сфере способствуют и эксперты, которые проводят анализ страховых случаев, изучая документацию, собирая свидетельства и проверяя детали. Они специализируются на выявлении подозрительных обстоятельств, таких как несоответствие между медицинскими диагнозами и отчетами, странное поведение клиентов и необычные обстоятельства страховых случаев. Важно, чтобы эксперты сотрудничали с правоохранительными органами, чтобы пресекать мошенничество и поддерживать честность в страховой системе.

Международное сотрудничество в страховой деятельности помогает в обмене информацией и опытом, позволяет улучшить методы выявления и предотвращения мошенничества. Зарубежные партнеры могут предоставить ценную информацию о схожих случаях мошенничества и новых методах мошенников, что помогает страховым компаниям и правоохранительным органам быть более бдительными и эффективными в выявлении мошеннических схем.

Сотрудничество с общественностью и соблюдение законодательства также важны для выявления мошенничества так как она может предоставить ценную информацию о подозрительных случаях, а соблюдение

законодательства создает основу для эффективной работы правоохранительных органов.

С учетом актуальности и сложности проблемы страхового мошенничества в России, необходимо разработать и реализовать эффективные методы борьбы с этим явлением, учитывая специфику российского страхового рынка, законодательства и менталитета.

Методы борьбы со страховым мошенничеством в России включают юридические, технические, организационные и информационные подходы, целью которых являются предотвращения, выявления и пресечения незаконных действий и схем, направленных на незаконное получение страховых выплат и иных выгодных условий в контексте страховых операций.

В научной литературе и практике выделяют различные подходы к классификации методов борьбы со страховым мошенничеством, но в общем виде они могут быть сгруппированы по следующим критериям:

1. По субъектам применения: государственные (правоохранительные, судебные, надзорные, законодательные) и частные (страховые компании, профессиональные ассоциации, экспертные организации, общественность). Государственные субъекты имеют полномочия в области наказания мошенников и установления правил и норм для страхового рынка, в то время как частные субъекты могут активно участвовать в профилактике и выявлении мошенничества.

2. По времени применения: профилактические (предупреждающие, превентивные) и реактивные (выявляющие, пресекающие, восстанавливающие). Профилактические методы направлены на предотвращение мошенничества, включая меры, предпринимаемые до возникновения страховых случаев. Реактивные методы применяются для выявления, пресечения и восстановления убытков после того, как мошеннический акт уже совершен.

3. По способу применения: организационные (административные, управленческие, контрольные) и технологические (информационные, аналитические, экспертные). Организационные методы включают в себя административные, управленческие и контрольные меры. Эти методы связаны с организацией деятельности страховых компаний, ассоциаций и надзорных органов. Технологические методы основаны на использовании информационных, аналитических и экспертных инструментов, включая современные технологии, такие как анализ данных и блокчейн. Эти методы помогают в обнаружении аномалий и подозрительных образцов.

Согласно проведенному анализу, страховое мошенничество в России представляет собой значительную угрозу для страховых компаний, особенно в контексте ОСАГО. Данное явление характеризуется множеством методов и схем, используемых мошенниками для незаконного получения страховых выплат.

Для эффективного противодействия страховому мошенничеству в России применяются разнообразные стратегии и методы, но важно отметить, что

разработка и внедрение методов борьбы с мошенничеством должны учитывать специфику российских условий и особенности страхового рынка. Это позволит обеспечить эффективность мер противодействия.

### **Библиографический список**

1. Денисенко, О.И. Рост числа случаев мошенничества в период самоизоляции и организационно-правовые методы борьбы с мошенниками // Вестник Самарского юридического института. – 2021. – № 4 (45). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rost-chisla-sluchaev-moshennichestva-v-period-samoizolyatsii-i-organizatsionno-pravovye-metody-borby-s-moshennikami>.

2. Мартыненко, Д.Д., Нефедова, Т.И. Мошенничество в сфере страхования // Вестник ПензГУ. – 2022. – № 4 (40). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/moshennichestvo-v-sfere-strahovaniya-3>.

3. Сидорина, Т.В., Шуляренко, Е.И., Никитин, С.А. Мошенничество в сфере страхования // Вестник евразийской науки. – 2021. – № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/moshennichestvo-v-sfere-strahovaniya-2>.

© Семенова Е.А., 2023

А.М. ХАСАНОВА

*khasanovaaiza5@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## РЫНОК СТРАХОВАНИЯ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ

*Аннотация:* в данной статье рассматривается анализ рынка страхования недвижимого имущества. Значимость проведения исследования данного вопроса объясняется все возрастающей ролью страхования как ключевого фактора в уменьшении рисков в условиях современной рыночной экономики. В статье были определены основные проблемы, перспективы развития имущественного страхования, так же была рассмотрена динамика премий и т. д.

*Ключевые слова:* страховой рынок; андеррайтинг; страхование имущества.

Целью данного исследования является динамика, выявление проблем и перспектив страхования недвижимого имущества и поиск путей их решения.

Согласно данным Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) две трети россиян (62%) в целом положительно относятся к страхованию имущества [1]. Это свидетельствует о том, что страхование является важным инструментом для защиты материальных интересов граждан.

Наиболее заметный рост был отмечен в I квартале 2023 года в сегментах рынка «Жизнь» и «Имущество физических лиц». В обоих представленных случаях темпы роста значительно превысили 56%, что говорит о растущей популярности данного вида страхования среди населения. Данные представлены ниже на рис. 1.

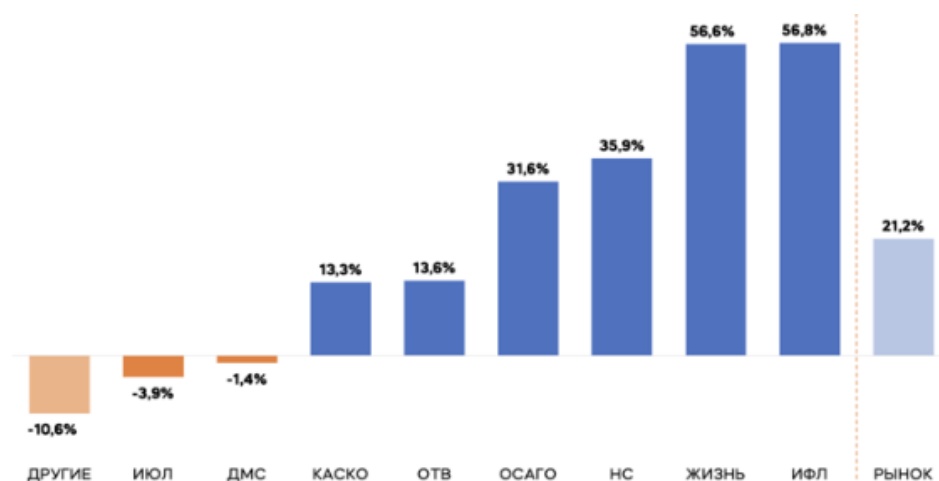


Рис. 1. Рост сегментов рынка на 1 кв. 2023 года

В целом, не более 30,4% россиян страхуют свою квартиру. Наибольший процент приходится на квартиры, находящиеся в собственности. По данным диаграммы, представленной на рис. 2, можно сделать вывод о том, что реже всего россияне страхуют недвижимость, которую сдают в аренду.



Рис. 2. Страхование недвижимости, % респондентов

Следует отметить, что страхование недвижимого имущества физических лиц играет крайне важную роль в российском обществе. Этот вид страхования обеспечивает гарантию гражданам на возмещение ущерба в случае повреждения их имущества.

По итогам третьего квартала 2022 года Банк России опубликовал обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. Выручка в сфере страхования имущества юридических лиц в третьем квартале выросла на 12,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В сфере страхования имущества физлиц – на 0,7%. Сокращение средней страховой премии может быть связано с предпочтением потребителями более доступных видов страхования имущества.

На динамику страховых премий положительное влияние оказали ряд факторов, включая увеличение количества договоров на страхование недвижимости и повышение страховой стоимости имущества.

В настоящий момент были идентифицированы 10 лучших компаний, предоставляющих услуги по страхованию недвижимости. Эти компании предлагают широкий диапазон услуг, включая онлайн-продажу страховых полисов и различные варианты страхования. При составлении рейтинга страховых компаний учитывался также уровень выплат, то есть то, сколько компания компенсирует клиентам в качестве ущерба из собранных с продаж полисов средств. Рейтинг страховых компаний представлен в табл. 1.

## Рейтинг страховых компаний

Место в рейтинге, компания	Цена полиса, Р в год	Уровень выплат*
1. Манго	3 960	87,9%
2. Всероссийская страховая компания (ВСК)	5 220	33%
3. Макс	7 000	30%
4. Ингосстрах	4 995	40,7%
5. Согаз	5 850	19,1%
6. Сбербанк страхование	3 289	8,2%
7. АльфаСтрахование	3 600	32,2%
8. Тинькофф Страхование	6 150	32,2%
9. Абсолют Страхование	5 940	30,7%
10. Хоум Кредит Страхование	2 997	13,7%

\* Процент отражает долю средств, выделяемых страховой компанией в виде компенсации, которая выплачивается клиентам.

Рост и развитие страхования недвижимости зависит от ряда важных факторов. В одном из них заключается принятие Закона о страховании жилья от стихийных бедствий, который обуславливает увеличение количества людей, владеющих недвижимостью. Кроме того, рынок страхования личного имущества имеет потенциал для роста, особенно в результате разработки инновационных продуктов, например, «Умного дома».

Сделки, связанные с жилой недвижимостью и представляющие повышенный риск, включают в себя:

- 1) расселяемыми коммунальными квартирами;
- 2) квартирами, имеющими дефекты;
- 3) по доверенностям;
- 4) передачу собственности по наследству;
- 5) квартиры, в которых смена права собственности происходила несколько раз;
- 6) квартирами, в которых право собственности возникло на основании решения суда.

Директор департамента электронной коммерции «АльфаСтрахование» А. А. Косачев отметил, что лидером является страхование загородной недвижимости. Многие люди были вынуждены проводить больше времени в своих загородных домах из-за пандемии 2020 года. Естественным следствием этого стала необходимость защитить свое постоянное место жительства. По данным компании «Ингосстрах», пандемия послужила драйвером роста страхования загородного имущества. Таким образом, в 2020 году было застраховано 200 тысяч сельских домов. При общем сборе 1,8 млрд руб. и произведены выплаты на сумму 634,5 млн руб.

По данным компании «АльфаСтрахование», за последние шесть месяцев 2022 года количество договоров страхования недвижимости в России выросло на 17%. Выросли и страховые суммы по договорам страхования жилья – в общей сложности почти на 20%.

В 2022 году вторичный рынок страхования ипотеки стал существенно больше первичного.

По оценкам Аналитического центра Банки.ру на страхование квартир на вторичном рынке придется 21,7 млрд руб. страховой премии, на первичный – около 14,5 млрд руб., в то время как страхование домов принесет около 3,8 млрд руб. Прочие объекты, в том числе постройки на земельных участках, парковочные места для автомобилей, комнаты в квартирах и т. д., принесут около 2,6 млрд руб. страховой премии. Данные представлены ниже на рис. 3.



Рис. 3. Оценка сборов премии по страхованию в 2022 году, млрд руб.

Сборы премии по страхованию квартир составляли 85%, а частных домов – около 10%. Примерно 5% составляют другие виды недвижимости. Данные представлены на рис. 4.

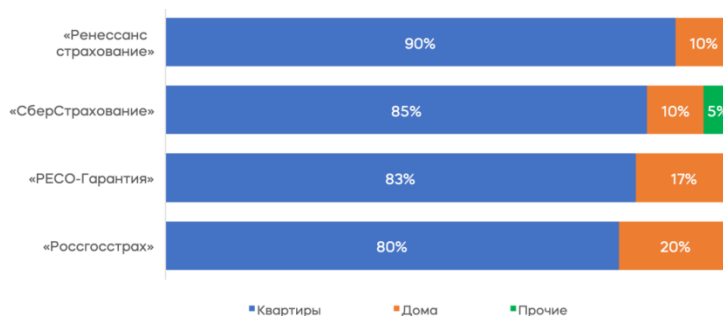


Рис. 4. Структура премии по страхованию

По загородной недвижимости наблюдается значительный рост страховых сумм – в среднем на 25%. Взносы по страхованию квартир растут медленнее, в некоторых регионах рост достигает 10%.

Сегмент страхования недвижимого имущества физических лиц продолжает демонстрировать постоянный рост. Высокие цены на

недвижимость, увеличение числа ипотечных кредитов действуют как важные факторы, способствующие увеличению продаж.

Количество договоров страхования будет увеличиваться с более высокой динамикой. Спрос на страхование от чрезвычайных ситуаций будет увеличиваться среди россиян в связи с поэтапным вступлением в силу соответствующих законов и активной разъяснительной работой страховщиков и региональных властей. Это поможет повысить информированность населения об этом виде страхования и его значимости для каждого человека.

Тем не менее, полтора года назад страхование недвижимости столкнулось с некоторым спадом спроса. В марте 2022 года в России количество желающих приобрести недвижимость в виде квартир, дач, загородных домов и земельных участков сократилось на 37%. Страхование недвижимости стало дефицитным из-за стагнации рынка недвижимости.

Так же к основным проблемам, которые следует отметить, относится:

1. Низкая осведомленность о страховой деятельности.

Другими словами, это уровень понимания людьми необходимости страхования, их знания о том, как работают страховые компании, и их готовность использовать страховые продукты для компенсации возможных убытков при непредвиденных обстоятельствах.

2. Неправильная оценка рисков.

Лучшее решение заключается в предоставлении продукта, который будет покрывать полный пакет рисков.

3. Мошенничество со стороны страхователей и со стороны страховщиков.

Решить данную проблему можно путем повышения качества андеррайтинга. Иными словами, при заключении договора страхования необходимо провести предстраховую экспертизу и личный осмотр объекта страхования. К решению проблемы мошенничества со стороны страховщиков можно прийти через повышения контроля над деятельностью внутри организации.

Развитие имущественного страхования требует значительных изменений в системе подготовки специалистов и повышении уровня профессионализма участников страхового рынка. Необходимо увеличить численность специалистов, работающих в сфере страхования, а также привлечь к сотрудничеству высококвалифицированных специалистов, таких как актуарии, аварийные комиссары и аджастеры.

Кроме того, важным аспектом является коммуникация с потребителями страховых услуг через страховые образовательные программы и совершенствование страховых продуктов. Это позволит улучшить понимание и уровень доверия потребителей к страховым продуктам, что в свою очередь способствует успешному развитию рынка страхования имущества.



## Библиографический список

1. Алиев, Б.Х. Основы страхования: учебное пособие / Б.Х. Алиев, Ю.Н. Махдиева. – Москва: Юнити–Дана, 2014. – С. 317.
2. Годин, А.М. Страхование: учебник. / А.М. Година, С.Р. Демидова, С.В. Фрумина. – Москва: Дашков и К, 2014. – С. 423.
3. Проблемы и перспективы развития имущественного страхования в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48181/1/rfp\\_2016\\_2\\_100.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48181/1/rfp_2016_2_100.pdf).
4. Рейтинг страховых компаний имущества физических лиц. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.infullbroker.ru/companies/>.
5. Услуги страхования имущества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.asn-news.ru/news/52150>.

© Хасанова А.М., 2023

УДК 36.368.8

Э.Ф. ШАЙНУРОВА

*elvira.shainurova@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Ю.Т. МАНСУРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СТРАХОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ. ОСОБЕННОСТИ КИБЕРСТРАХОВАНИЯ В РОССИИ**

*Аннотация:* в данной статье затрагивается актуальная для современной действительности тема страхования информационных рисков. Рассматриваются основные тенденции и состояние рынка киберстрахования. Перечислены основные проблемы, препятствующие развитию страхования киберрисков в России.

*Ключевые слова:* киберстрахование, киберриск, информационные риски, киберпреступность, кибератака.

Современный цифровой мир оказался уязвимым, что наглядно подтвердили две масштабные кибератаки – WannaCry и Petya. Под удар попали сотни тысяч компьютеров по всему миру. Жертвами кибератаки стали устройства в различных странах Европы и США. Вирусы-шифровальщики успешно проникли в сеть не только частных компаний, но и государственных учреждений, таких как заводы Renault во Франции, Национальная служба здравоохранения в Великобритании и множество госучреждений в России. Вирус-вымогатель, с необычным именем Petya, оказался мощнее и опаснее и менее чем за несколько часов сумел заразить нефтяные компании России, были атакованы компьютерные системы «Роснефти» и «Башнефти». Эти события привлекли всемирное внимание, ведь в настоящее время кибербезопасность является одной из самых отстающих сфер национальной безопасности для всех стран мира [1].

Информационные и коммуникационные технологии постоянно обновляются, следовательно, происходит стремительное развитие технологий обработки и хранения информации. Поэтому особый интерес для бизнеса и государства представляет киберпреступность. Эта проблема актуальна для всех стран мира. Для наиболее эффективного функционирования государства необходимо постоянное обновление цифровых технологий, следовательно, должны быть предусмотрены механизмы защиты.

Согласно данным доклада о Состоянии преступности в России, составленном МВД РФ, за период с января по май 2023 года в стране выявлено 261 тысяча случаев киберпреступлений, что на 27,5% выше по сравнению с таким же периодом прошлого года. Особое внимание в 2022 году киберпреступники обратили на все ключевые отрасли экономики. За 2022 год было совершено 403 атаки на государственные организации России, это на 25% больше, чем в 2021 году. Далее по количеству атак идет промышленность – 223 случая.

Злоумышленники были нацелены на прекращение производственных процессов в данной сфере [2].

С увеличением числа киберпреступлений возрастает и причиняемый ими ущерб. При таком высоком росте киберпреступности можно прогнозировать, что к 2025 году потери от кибератак достигнут 10,5 триллионов долларов, в то время как в 2022 году эксперты их оценивали в размере 8 триллионов долларов в год. По прогнозам в России потери должны были составлять 165 миллиардов рублей в 2022 году, но нестабильная геополитическая ситуация в мире привела к удвоению ущерба [3].

В данный момент абсолютной защиты от кибератак не существует, есть только способы снизить вероятность разрушительных последствий. Возможным вариантом решения проблемы является киберстрахование, где можно переложить ответственность за киберриски на страховщика.

Киберстрахование (страхование киберрисков) – это страховой продукт по защите киберрисков компаний, чей бизнес прямым или косвенным образом связан с обработкой и хранением данных. Кибератакам могут быть подвержены любые компании вне зависимости от их масштаба, так как они наиболее уязвимы для хакеров [4].

Страховым случаем для возмещения потерь по киберстрахованию является взлом информационной системы страховщика. Это может стать причиной серьезных последствий, спровоцировать банкротство.

Киберстрахование способствует повышению устойчивости и безопасности компании, обеспечивает защиту клиентов от финансовых потерь. Следовательно, общий уровень кибербезопасности возрастет.

В нынешней геополитической ситуации киберстрахование в России является перспективным направлением страховой защиты. Парадоксально, несмотря на то, что у российских страховщиков сомнения по поводу этого вида страхования, эксперты в России оценивают годовые убытки экономики от киберпреступлений в размере 600–650 миллиардов рублей.

Практика Запада показывает, что ввод штрафов за утечку данных повысил спрос на киберстрахование. В России киберстрахование не настолько востребовано, чаще всего это лишь способ дополнительной оценки потенциального ущерба. Еще одной проблемой является ограниченное число страховщиков, предлагающих такую услугу. Киберстрахование используется всего лишь в шести из 100 компаний [5].

Позволить себе киберстрахование могут лишь крупные компании и организации с высокими финансовыми возможностями и масштабной системой информационных технологий. Где недопустимо даже незначительное нарушение работы отдельных сегментов, что повлечет за собой серьезные проблемы, на восстановление которых уйдет много времени. Страховые выплаты по киберстрахованию помогут восстановить часть потерь и возместить простой.

В полисе можно предусмотреть защиту от рисков:

- утраты информации;
- хищения интеллектуальной собственности;
- незаконного использования вычислительных ресурсов;
- вымогательства;

- хищения денежных средств;
- нарушения конфиденциальности и разглашение персональных данных;
- ущерб деловой репутации;
- утрате, гибели или повреждению готовой продукции, сырья, материалов.

На стоимость данной услуги будет влиять набор рисков, страховая сумма и франшиза это все определяется индивидуально страховой компанией.

Отличительными чертами киберстрахования в России являются проблема недостаточной осведомленности о киберстраховании, а, следовательно, непонимание клиентами сути всей важности данного вида страхования и неготовность страховых компаний к внедрению данного продукта. До тех пор, пока в списке приоритетных задач крупных компаний не будет страховки от киберрисков, данная проблема будет актуальной. Но и в свою очередь страхователь должен разработать комплексную систему информационной безопасности, что позволит повысить общую защищенность компании и ее ИТ-инфраструктуры, а страхование станет завершающим этапом в этом процессе.

Из-за новизны продукта на рынке мало готовых решений для киберстрахования. Следует отметить, что есть 9% компаний, которые столкнулись с кибератакой, не имея киберполиса. Этот полис позволил бы им восстановиться гораздо быстрее в этом случае [5].

У российских компаний есть значительный интерес к услугам страхования киберрисков. Тем не менее, процедура киберстрахования все еще нуждается в модернизации. Создание контролирующего органа на государственном уровне значительно повысит актуальность данного вида страхования и положительно повлияет на информационную безопасность компаний. Считаю, что введение обязательного страхования киберрисков по образцу обязательного страхования гражданской ответственности автовладельцев и урегулирование стоимости киберстраховки является решением проблемы.

### **Библиографический список**

1. Десять самых громких кибератак XXI века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/600702d49a79473ad25c5b3e> (дата обращения: 08.10.2023).

2. Киберпреступления в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infobezopasnost.ru/blog/news/kolichestvo-kiberprestuplenij-v-2023-godu-vyroslo-rochti-na-30/> (дата обращения: 10.10.2023).

3. Статистика киберпреступлений 2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clickfraud.ru/statistika-kiberprestuplenij-2023/> (дата обращения: 08.10.2023).

4. Иванов, И.К. Кибер-страхование: как обеспечить информационную безопасность бизнесу // Большой портал для малого бизнеса. – 2016. – № 16. – С. 13–24.

5. Тренды страхования киберрисков на российском рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rtsolar.ru/upload/iblock/1ca/etarrfiectgl0isf0018b90h0mwsq49z/trendy\\_strakhovaniya\\_kiberriskov\\_na\\_rossiyskom\\_rynke.pdf](https://rtsolar.ru/upload/iblock/1ca/etarrfiectgl0isf0018b90h0mwsq49z/trendy_strakhovaniya_kiberriskov_na_rossiyskom_rynke.pdf) (дата обращения: 07.10.2023).

© Шайнурова Э.Ф., 2023

## СЕКЦИЯ 7.10. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 33.334.01

М.Б. АВАНЕСОВА

*17\_margo@mail.ru*

Науч. руковод. – асс. Д.И. ХАМИДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ОЦЕНКА ПОТРЕБНОСТЕЙ В РАЗВИТИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Аннотация:* данная статья посвящена оценке потребностей в развитии персонала в современных условиях. В данной статье исследуется потребность в персонале в сфере финансов и бухгалтерии, а также в сфере информационных технологий.

*Ключевые слова:* персонал, организация, анализ, финансы.

Управление развитием персонала – это процесс, в рамках которого осуществляется планирование, организация и контроль деятельности, направленной на повышение компетенций, навыков и знаний сотрудников внутри организации. Эта система включает в себя различные этапы, каждый из которых играет важную роль в достижении целей, связанных с развитием персонала, такие как систематическое изучение потребностей в развитии персонала, определение конкретных целей и задач, разработку программ обучения и развития, а также оценку и измерение результатов.

Управление развитием персонала основано на понимании того, что сотрудники являются наиболее ценным ресурсом организации, а их регулярное развитие является одним из основных факторов успеха. Цель управления развитием персонала состоит в том, чтобы обеспечить каждому работнику возможность реализовать свой потенциал, развить свои навыки и компетенции и внести максимальный вклад в достижение целей организации.

В рамках управления развитием персонала осуществляются различные мероприятия, такие как обучение и развитие, коучинг и наставничество, программы профессионального развития, оценка и обратная связь, а также планирование карьеры и продвижение сотрудников. Данные аспекты направлены на формирование стимулирующей и поддерживающей среды, которая служит опорой росту и развитию каждого сотрудника.

На сегодняшний день рынок труда нуждается в специалистах, обладающих расширенными компетенциями в информационных технологиях. Проведем анализ статистических данных, используя сервис поиска персонала hh.ru.

Динамика hh.индекса:

Данный показатель указывает на недостаточность специалистов в тех или иных областях через соотношение количества активных резюме к вакансиям.

Резюме считается активным, если оно открыто для работодателей, и за последние два месяца соискатель хотя бы раз откликнулся на вакансии, обновил резюме или отредактировал его. Чем ниже индекс, тем ниже конкуренция среди соискателей в этой области.

На основе информации, представленной на рис. 1 по динамике hh. индекса по сфере информационных технологий можно выявить тенденцию к увеличению спроса на персонал в области информационных технологий, так с января 2022 года данный показатель с 5,9% вырос в аналогичном периоде в 2023 г. до 9%. В целом динамика прослеживается стабильной и идет на увеличение, что подтверждает спрос в данной сфере.

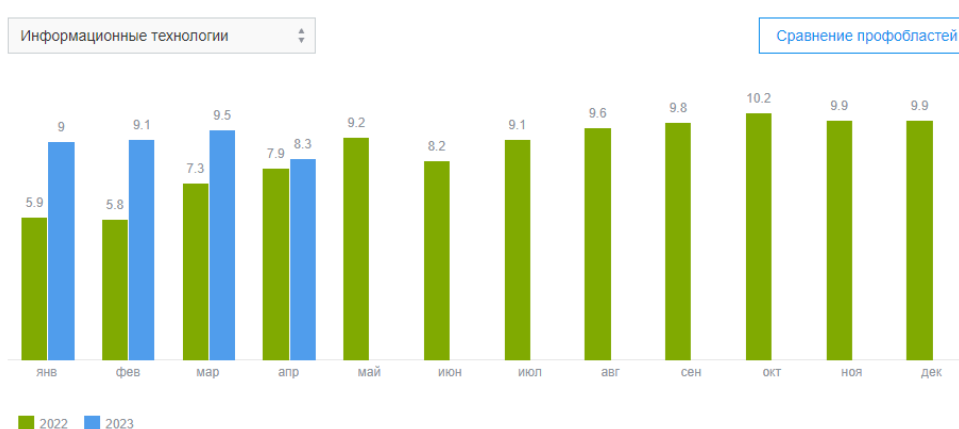


Рис. 1. Динамика hh. индекса по сфере информационных технологий

На основе информации, представленной на рис. 2 по динамике hh. индекса по сфере финансов и бухгалтерии можно выявить тенденцию к снижению спроса на персонал в области финансов и бухгалтерии, так с января 2022 года данный показатель с 10, 7% упал в аналогичном периоде в 2023 г. до 8,5%. В целом динамика идет на спад, что подтверждает, что спрос в данной сфере сократился к 2023 г.



Рис. 2. Динамика hh. Индекса по сфере финансов и бухгалтерии

При сравнении областей «финансы, бухгалтерия и информационные технологии» на рис. 3 можно сказать, что спрос на сферу финансов и бухгалтерии находился в положительной динамике, но к апрелю 2023 г. резко снизился, что говорит о спаде спроса на данную сферу.

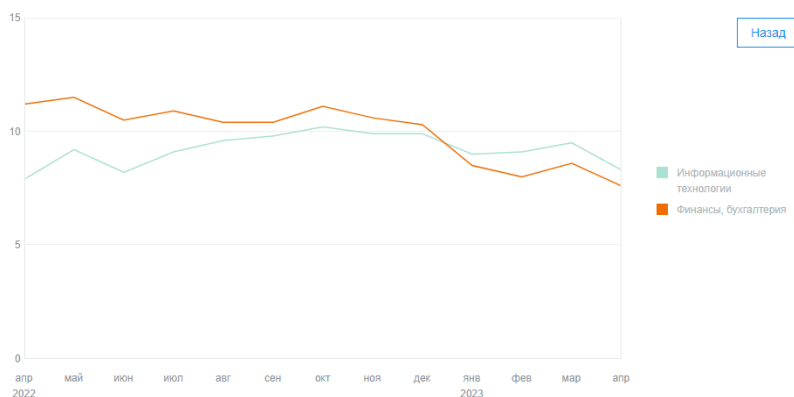


Рис. 3. Диаграмма сравнения областей «финансы, бухгалтерия и информационные технологии»

Спрос на сферу информационных технологий имел положительную динамику и с каждым месяцем возрастал, но к апрелю 2023 г. резко снизился, что говорит о спаде спроса на данную сферу.

#### Динамика вакансий:

Данный показатель говорит об изменении общего количества вакансий, в какой степени изменился спрос на сотрудника среди работодателей на всем рынке.

Рассчитывается за текущий месяц по отношению к тому же месяцу предыдущего года.

На основе информации, представленной на рис. 4 по вакансиям в сфере финансов и бухгалтерии можно выявить тенденцию к повышению спроса на сотрудников среди работодателей в области финансов и бухгалтерии, так с апреля 2022 года данный показатель с -6% возрос в аналогичном периоде в 2023 г. до 39%. В целом динамика является стабильной и идет на увеличение, что подтверждает, что спрос вакансий в данной сфере увеличился к 2023 г.

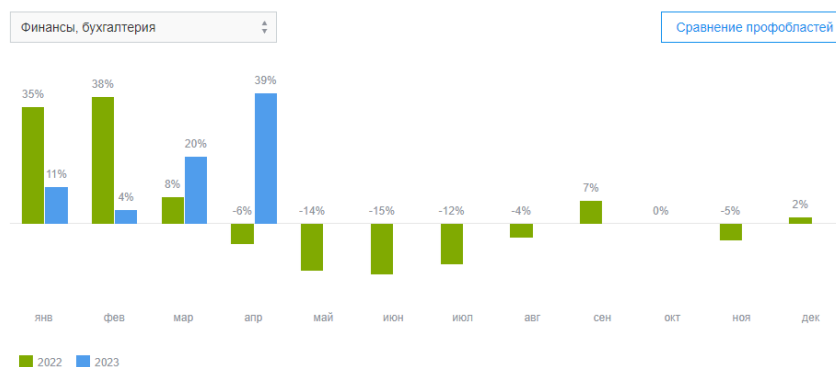


Рис. 4. Динамика вакансий в сфере финансов и бухгалтерии

На основе информации, представленной на рис. 5 по вакансиям в сфере информационных технологий можно выявить тенденцию к снижению спроса на сотрудников среди работодателей в области информационных технологий, так с апреля 2022 года данный показатель с 10% снизился в аналогичном периоде в 2023 г. до -10%. В целом динамика идет на спад, что подтверждает, что спрос на сотрудников среди работодателей в данной сфере снижался к 2023 г.

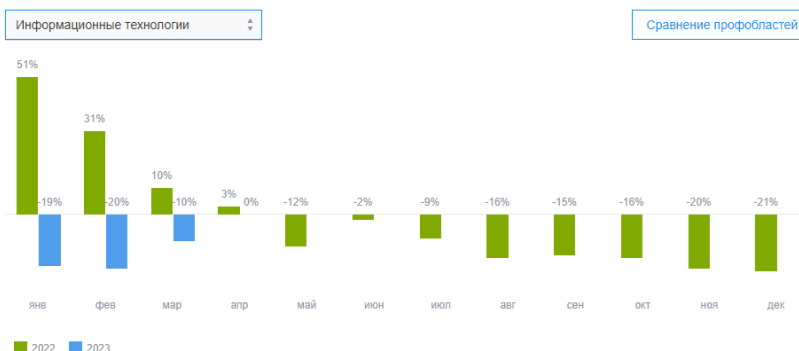


Рис. 5. Динамика вакансий в сфере информационных технологий

При сравнении областей «финансы, бухгалтерия и информационные технологии» можно сказать, что спрос на сотрудников среди работодателей на сферу финансов и бухгалтерии находился в хаотичной динамике, но к апрелю 2023 г. резко возрос, что говорит о увеличении спроса на данную сферу.

Спрос на сферу информационных технологий имел отрицательную динамику и с каждым месяцем снижался, но к апрелю 2023 г. резко возрос, что говорит о увеличении спроса на сотрудников в данной сфере.

Динамика резюме:

Данный показатель указывает на изменения количества резюме соискателей на рынке [3].

Рассчитывается за текущий месяц по отношению к тому же месяцу предыдущего года.

На основе информации, представленной на рис. 6 по динамике резюме в сфере финансов и бухгалтерии можно выявить тенденцию к снижению количества резюме соискателей на рынке в области финансов и бухгалтерии, так с апреля 2022 года данный показатель с -4% снизился в аналогичном периоде в 2023 г. до -5%. В целом динамика является отрицательной, что подтверждает, что количество резюме соискателей на рынке снизилось к 2023 г.



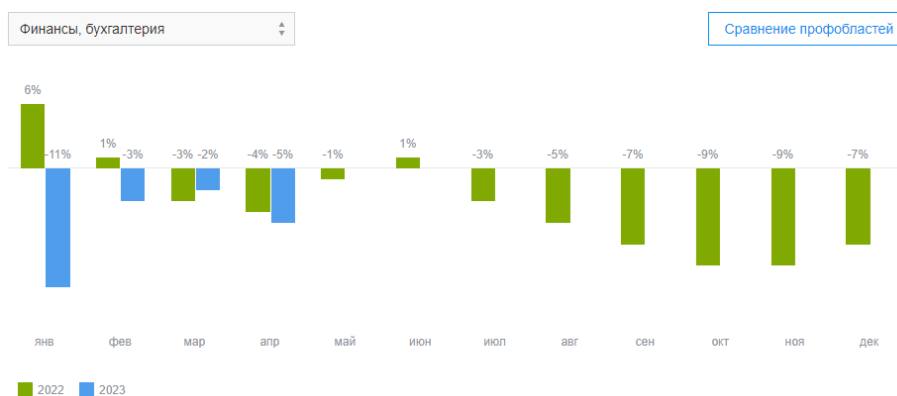


Рис. 6. Динамика резюме в сфере финансов и бухгалтерии

На основе информации, представленной на рис. 7 по динамике резюме в сфере информационных технологий можно выявить тенденцию к снижению количества резюме соискателей на рынке в области информационных технологий, так с апреля 2022 года данный показатель с 46% снизился в аналогичном периоде в 2023 г. до 5%.

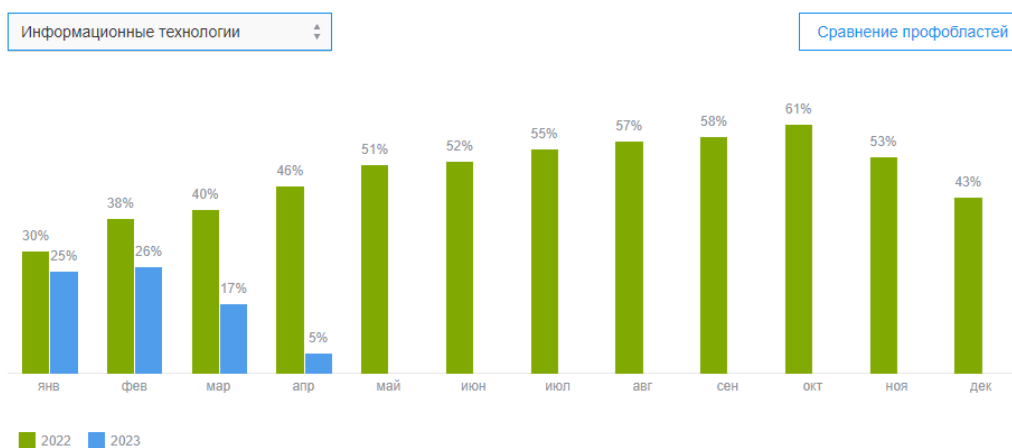


Рис. 7. Динамика резюме в сфере информационных технологий

В целом динамика является отрицательной, что подтверждает, что количество резюме соискателей на рынке снизилось к 2023 г.

Итак, проведя анализ рынка труда в различных отраслях, можно сделать вывод о выявленной потребности в квалифицированных специалистах в сфере финансов и бухгалтерии, а также в сфере информационных технологий.

В современном мире сфера финансов и бухгалтерии играет ключевую роль в экономике, за счет этого появляется спрос на востребованных специалистов, обладающих глубокими знаниями и навыками в данной сфере. Следовательно, это может быть связано с нестабильной экономической ситуацией, потребность в принятии обдуманных финансовых решений, а также соблюдения законодательства.

В то же время развитие информационных технологий привело к появлению новых требований к персоналу. Стремительный прогресс в сфере

информационных технологий открывает широкие перспективы для развития бизнеса и требует наличия квалифицированных специалистов в данной сфере.

Таким образом, выявленная потребность в персонале в сфере финансов и бухгалтерии, а также в сфере информационных технологий свидетельствует о важности этих направлений и необходимости подготовки и привлечения квалифицированных специалистов. Организациям в свою очередь, необходимо активно разрабатывать стратегии по привлечению, развитию и удержанию персонала в данных сферах, предлагая привлекательные условия труда, обучение и повышение квалификации, а также инвестировать в разработку и внедрение цифровизированных систем по управлению персоналом, которые помогут управлять персоналом более эффективно.

### **Библиографический список**

1. Сервис поиска персонала / [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ufa.hh.ru> (дата обращения: 29.10.2023).

2. Гилева, Т.А. Инновационная стратегия предприятия: учеб. пособие / Т. А. Гилева; Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: УГАТУ, 2007. – 207 с. (дата обращения: 29.10.2023).

3. Громова, И.И. Создание и реализация стратегии управления персоналом. Учебное пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 320 с. (дата обращения: 29.10.2023).

4. Моисеева, Т.С., Михайлова, Н.А. Управление персоналом в современных организациях. – Нижний Новгород. – 2012. – 133 с. (дата обращения: 29.10.2023).

5. Семина, Е.А. Управление персоналом: современные подходы и технологии / Вестник Академий знаний. – 2020. – № 36. – С. 216–220 (дата обращения: 29.10.2023).

© Аванесова М.Б., 2023

УДК 336.225.67

А.О. АКАФЬЕВ, Э.И. ХАМАТОВА

*hamatova2004@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. Г.Р. АНТИПИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ**

*Аннотация:* статья посвящена проблеме цифровизации экономики с помощью внедрения налогового мониторинга предприятия и влиянию этого на безопасность страны. Анализируются понятия «налоговый мониторинг», «безопасность».

*Ключевые слова:* налог; система налогообложения; налоговый мониторинг; безопасность страны; бухгалтерская отчетность; цифровизация экономики.

Система налогового контроля является важной частью в обеспечении экономической безопасности страны. В современных условиях налоговый контроль, как и в целом, экономическая система, переходят в автоматизированный электронный вид, который позволяет упростить процесс обработки и проверки налоговой и бухгалтерской отчетности предприятий.

Налоговый мониторинг - система цифрового автоматизированного онлайн-взаимодействия налогового органа и организации, а также удаленного доступа к информационным системам налогоплательщика и его бухгалтерской и налоговой отчетности.

Налоговый мониторинг проводится с целью регулирования спорных ситуаций с налоговыми органами. Налоговый орган при этом напрямую связан с бухгалтерской и налоговой отчетностью организации через информационную систему, которая позволит полностью автоматизировать обмен документами между налоговым органом и участниками налогового мониторинга.

Проведение налогового мониторинга невозможно без соблюдения условий, регламентированных законодательством Российской Федерации. Существует ряд первичных условий, без которых организация не сможет перейти на новую форму налогового контроля.

Рассмотрим все виды организаций, которые могут стать участниками налогового мониторинга [2]:

1) представители крупного и среднего бизнеса, которые соответствуют установленным законом суммовым критериям (Федеральный закон от 29.12.2020 № 470-ФЗ: общая сумма налогов компании должна превышать 100 миллионов рублей; доход и стоимость чистых активов должны составлять более 1 миллиарда рублей);

2) участники соглашений о защите и поощрении капиталовложений;

3) участники промышленных кластеров, которые заключили специальный инвестиционный контракт (СПИК);

4) резиденты территорий опережающего экономического развития (ТОЭР).

Помимо первичных требований по переходу на мониторинг организации необходимо проверить готовность информационных систем организации, оценить работу системы внутреннего контроля согласно требованиям приказа ФНС России от 25.05.2021 № ед-7-23/518, разработать «дорожную карту» по переходу на налоговый, подать документы в налоговый орган, получить ответ о проведении налогового мониторинга. Если все условия соблюдены, то ФНС примет решение о проведении налогового мониторинга [5].

В настоящий момент участники мониторинга могут выбрать один из трех способов информационного взаимодействия с налоговым органом – передавать документы по телекоммуникационным каналам связи через оператора электронного документооборота, предоставлять информацию с помощью «витрины данных» или открыть доступ к информационным системам организации (1С, SAP или иной информационной системе). С 2024 года планируется полностью отказаться от телекоммуникационных каналов связи и перейти к единому каналу обмена информацией с помощью автоматизированной информационной системы (далее АИС) «Налог-3». Далее представим интерфейс пользователя АИС «Налог-3» (рис. 1).

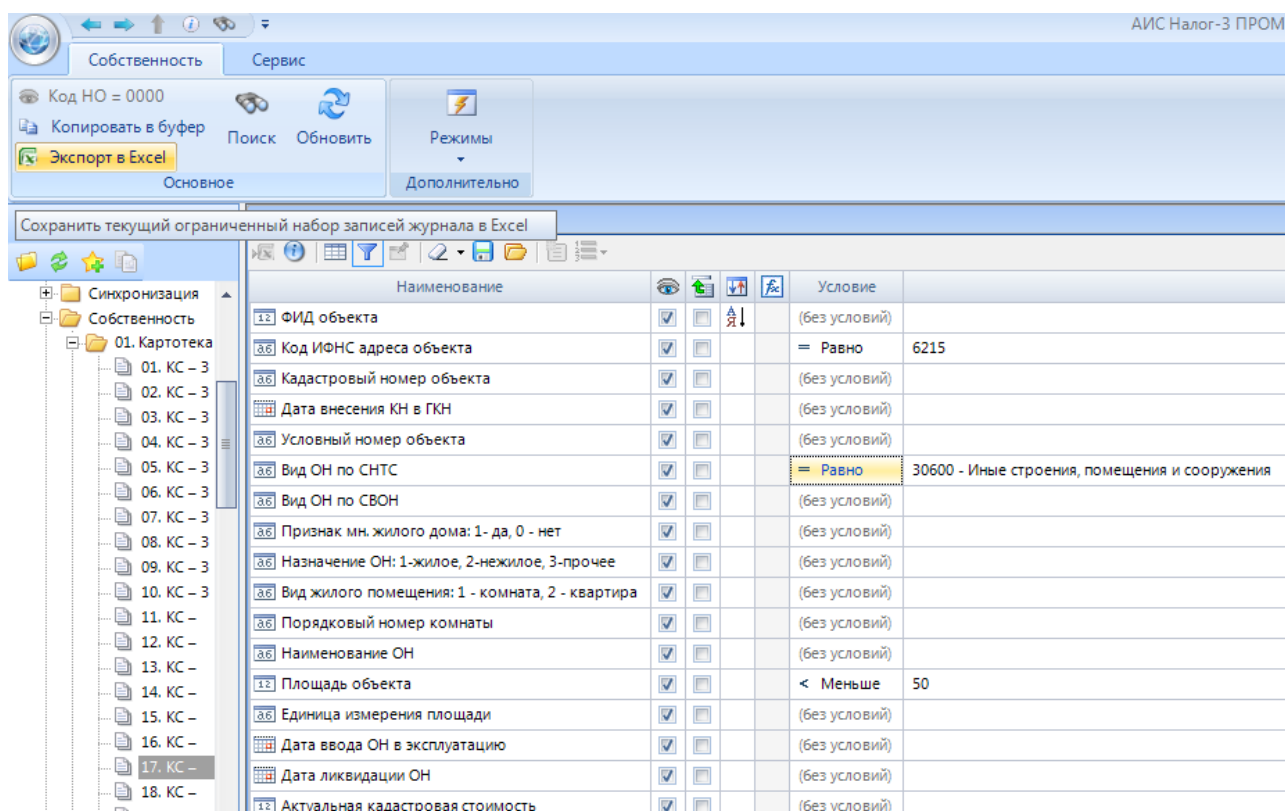


Рис. 1. Интерфейс пользователя АИС «Налог-3»

Витрина данных – электронная информационная база организации по налоговому и бухгалтерскому учету, к которой предоставляется доступ ФНС.

Структура взаимодействия состоит из организации, витрины данных организации, облачного хранилища со стороны организации, АИС «Налог-3», облачного хранилища со стороны налогового органа и инспектирующего налогового органа (рис. 2). При этом взаимодействие с территориальными налоговыми органами и организацией не происходит в срок проведения налогового мониторинга. Выездные и камеральные проверки полностью не исключены при проведении налогового мониторинга. Федеральная налоговая служба в праве, в случае выявления нарушений инспекции, проводящей налоговый мониторинг, или в случае невыполнения организацией мотивированного мнения, назначить выездную проверку организации.

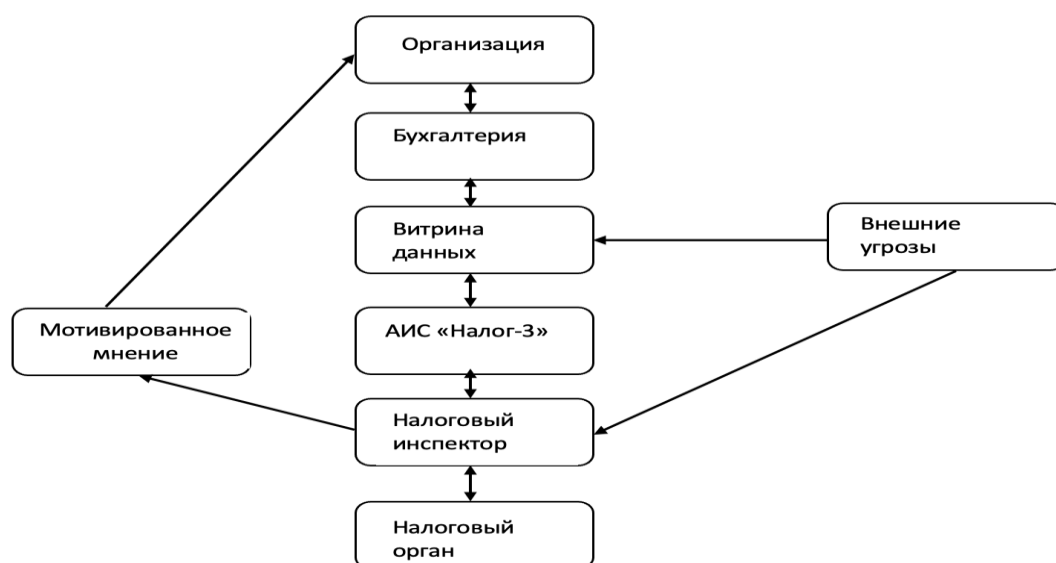


Рис. 2. Структура налогового мониторинга

Плюсы проведения налогового мониторинга:

- частичное освобождение налогоплательщика, в отношении которого ведется налоговый мониторинг, от традиционных налоговых проверок;
- возможность получения у налоговиков мотивированных разъяснений по тем или иным вопросам налогообложения;
- освобождение налогоплательщика от ответственности за те его действия, что обусловлены следованием мотивированным разъяснениям.

С одной стороны, витрина данных приводит к затратам организации, поскольку введение систем для проведения налогового мониторинга требует денежных вложений со стороны организации от 500 тыс. рублей до нескольких миллионов рублей, к этому добавляются расходы на обслуживание витрины данных, также внедрение требует от организации либо создавать и обслуживать новую систему самостоятельно, либо с привлечением других организаций. Оба подхода требуют высокой степени защиты информации, а в последнем случае

организация доверяет доступ к бухгалтерской и налоговой отчетности сторонней организации [4].

С другой стороны, создание витрины данных увеличивает стоимость компании, что в дальнейшем может позитивно сказаться на ее развитии. В любом случае, такая информационная система должна соответствовать всем требованиям для подключения к АИС «Налог-3». Не стоит исключать возможные ошибки при создании витрины данных, а также перебои в работе витрины [3].

При создании витрины данных необходимо также создать облачное хранилище для передачи данных непосредственно в систему АИС «Налог-3». Обмен информацией должен происходить в защищенном режиме, согласно стандартам информационной защиты данных ФСБ класса КСЗ. В настоящее время утверждено три варианта аппаратных средств криптографической защиты канала связи. Они представлены на официальном сайте ФНС России. Участники налогового мониторинга могут использовать в работе любой из следующих аппаратных средств криптографической защиты канала связи.

1. АО «ИнфоТеКС»:

- кластер из линейки ПАК VIPNet Coordinator HW;
- одиночный экземпляр из линейки ПАК VIPNet Coordinator HW.

2. ООО «Код Безопасности»:

- кластер из линейки АПКШ Континент ИРС;
- одиночный экземпляр из линейки АПКШ Континент ИРС.

3. ООО «Фактор-ТС»:

- кластер из линейки Дионис;
- одиночный экземпляр из линейки Дионис.

При выявлении спорных или подозрительных операций в ходе налогового мониторинга, инспекция вправе выдвинуть мотивированное мнение, которое является обязательным к исполнению для организации и при его исполнении в установленный срок, даже в случае нарушения, на организацию не будут наложены штрафные санкции. Если оно не будет исполнено, то ФНС вправе инициировать выездную проверку фирмы.

Несмотря на то, что налоговый мониторинг был введен в 2016 году и обладает множеством преимуществ, всего 15% (445) компаний, которые соответствуют критериям, перешли на налоговый мониторинг. Еще 6,2% (189) полностью готовы перейти. И лишь 78,8% (2345) компаний соответствуют требованиям, но не обладают соответствующей инфраструктурой или желанием переходить на налоговый мониторинг [1].

Из этих данных можно сделать вывод о нехватке человеческих ресурсов для создания витрин данных и их обслуживания, а также выполнения требований по стандартизации системы для АИС «Налог-3». Создание витрины данных, набор персонала, обучение персонала, подача заявки на проведение налогового мониторинга в самом лучшем исходе занимает год. Неизвестно, как будет функционировать АИС «Налог-3». Система находится в стадии внедрения и может работать некорректно. Стоит опасаться и возможной

«пробюджетной» политики со стороны налоговой инспекции, которая при налоговом мониторинге может нанести организации весомый ущерб. Кроме этого, неизвестна судебная практика по спорным моментам с налоговой инспекцией, что также может отпугивать компании от проведения налогового мониторинга. Утечка данных о налоговой и бухгалтерской отчетности организации при передаче информации в налоговый орган, может угрожать экономической безопасности компании.

При идеальном функционировании системы налогового мониторинга ФНС упростит ведение налоговой отчетности и обеспечит налоговую безопасность организации и страны в целом.

### **Библиографический список**

1. Налоговый мониторинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://налоговыймониторинг.рф>.
2. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/).
3. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities\\_fts/12987871/](https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/12987871/) (дата обращения: 24.03.2023).
4. ИнфоСофт. Блог [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://is1c.ru/about/pc/article/nalogovyy-monitoring-integratsiya-s-ais-nalog-3>.
5. Судебные и нормативные акты РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sudact.ru>.

© Акафьев А.О., Хаматова Э.И., 2023

Л.Р. АМИРХАНОВА, Э.Д. АХМАДЫШИНА

*amirkhanovaliraa@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. Г.Р. АНТИПИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **КИБЕРАТАКИ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация:* статья посвящена кибератакам, которые представляют серьезную угрозу экономической безопасности. В статье описываются цели нападений хакеров на сферу финансов; приведены примеры, касающиеся темы кибератак, а также методы борьбы с ними в сфере экономической безопасности.

*Ключевые слова:* кибератаки; экономическая безопасность; экономический терроризм; угрозы; методы борьбы.

Современное российское общество переживает изменение привычного образа жизни. Процесс глобализации в различных областях усложняет структурные связи конкретного общества. Эти факторы стимулируют напряженность в отношениях и приводят к конфликтам. В связи с этим существуют различные группы, которые пытаются добиться результатов с помощью терроризма и экстремизма. Эти явления в сфере экономической безопасности могут психологически воздействовать как на людей, так и на различные сферы общества в целом.

Для успешной борьбы с данными явлениями обществу необходимо понимать и знать их преступную сущность.

В данной научной работе раскрывается тема кибератак более детально, приводятся актуальные примеры, поясняются методы борьбы и раскрывается вся суть влияния на экономическую безопасность.

Кибератаки – это действия, проводимые с помощью специальных программных и аппаратных средств на компьютерные сети и компьютерные системы с целью нарушения их работоспособности или для вредоносного управления компьютерным оборудованием или инфраструктурой, либо разрушения целостности данных или завладения информацией (данными) [1].

Кибератаки могут быть направлены против организаций, государств или отдельных пользователей и могут принимать различные формы, включая вирусные, хакерские и сетевые атаки.

Они могут привести к краже личных данных, потере данных, нарушению конфиденциальности, повреждению или сбою системы, а также к финансовым потерям или ущербу репутации.

Это может иметь серьезные последствия для экономики, включая потерю рабочих мест, сокращение инвестиций, рост инфляции и общее ухудшение уровня жизни населения.



С развитием цифровых технологий кибератаки стали одной из наиболее опасных форм экономического терроризма. Злоумышленники могут осуществлять кибератаки на финансовые учреждения, компании и критически важную инфраструктуру с целью подрыва экономики.

Экономическая безопасность является таким состоянием, которое характеризуется стабильностью экономического и финансового состояния, эффективностью нейтрализации негативных факторов и противодействия их влияния на всех стадиях деятельности [2].

В системе показателей-индикаторов экономической безопасности можно выделить основные компоненты: уровень и качество жизни; темпы инфляции; уровень (норму) безработицы; темпы экономического роста; бюджетный дефицит и так далее.

Статья 3 Закона «О безопасности» гласит, что «угроза безопасности – это совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества и государства. Реальная и потенциальная угроза объектам безопасности, исходящая из внутренних и внешних источников опасности, определяет содержание деятельности по обеспечению внутренней и внешней безопасности».

Кибератаки могут привести к серьезным экономическим потерям и негативно повлиять на жизнь обычных людей. Они могут быть направлены, как против государств, так и против отдельных компаний или групп людей.

Далее рассмотрим основные особенности кибератак [3].

1. Анонимность: кибератаки могут быть проведены анонимно, из-за чего процесс выявления и пресечения нападения становится затруднительным.

2. Масштабность: кибератаки могут быть запланированы и выполнены из любой точки мира, что делает их масштабными и позволяет злоумышленникам обойти географические ограничения.

3. Сложность: кибератаки могут быть очень сложными и требовать специализированные знания. Злоумышленники могут использовать узконаправленные техники и методы, чтобы обойти защиту системы и предотвратить свое обнаружение.

4. Универсальность: кибератаки могут быть направлены на одного пользователя или организацию, а также на целые сети или даже государства. Они могут иметь разные уровни сложности и последствий в зависимости от назначенной цели.

5. Скорость: кибератаки могут быть выполнены молниеносно и оперативно. Крупные злоумышленники стараются использовать автоматизированные инструменты для быстрого проникновения в систему.

6. Адаптация: кибератаки постоянно развиваются и быстро приспособиваются к новым технологиям и методам их пресечения. Злоумышленники постоянно ищут новые уязвимости и способы обойти защиту, поэтому необходимо постоянно обновлять и совершенствовать системы безопасности.

7. Интегративность: кибератаки могут включать в себя не только технические аспекты, но и социальные. Злоумышленники могут использовать манипуляцию и обман для получения незаконного доступа к желаемым данным.

Последствия кибератак могут быть различными и зависят от типа атаки, цели и уровня защиты системы. Некоторые из возможных последствий включают:

1) потеря данных: кибератаки могут привести к потере или уничтожению важной информации, такой как личные данные клиентов, финансовая информация или интеллектуальная собственность;

2) нарушение конфиденциальности: злоумышленники могут получить доступ к личной информации, такой как данные пользователей, что может привести к утечкам в открытый доступ или использованию ее в своих незаконных целях;

3) экономические потери: кибератаки могут привести к финансовым потерям для организаций и отдельных пользователей. Например, один самых распространенных случаев, кража денег с банковских счетов пользователей.

4) повреждение репутации: успешные кибератаки могут нанести ущерб репутации организации или частного лица. Например, утечка конфиденциальных данных клиентов может привести к потере доверия со стороны потенциальных клиентов и партнеров;

5) прекращение работы: кибератаки могут привести к прекращению работы системы или сервиса. Например, некоторые атаки могут перегрузить сеть и привести к недоступности веб-сайта или онлайн-сервиса;

6) нарушение безопасности: успешные кибератаки могут привести к нарушению целостности системы и дать злоумышленнику возможность провести более масштабную атаку или неправомерно использовать полученные данные;

7) потеря времени и ресурсов: расследование и восстановление утраченных ресурсов после цифровой атаки может потребовать значительных временных и финансовых возможностей и сил. Это может повлечь за собой задержку, или даже остановку работы целых систем.

8) угроза национальной безопасности: отдельные кибератаки могут оказать серьезное влияние для национальной безопасности, включая кибершпионаж, кибертерроризм или кибервоенная деятельность.

В целом, кибератаки могут иметь серьезные последствия для организаций, государств и отдельных пользователей. Поэтому важно принимать и совершенствовать меры и способы защиты систем для избежания или быстрой ликвидации подобных нападений.

В современном постиндустриальном обществе атаки кибермошенников имеют все больший вес перед иными проблемами за счет огромных потерь для всей экономической сферы.

Разберем данное явление более детально на конкретных примерах [4].

Рассмотрим случай, произошедший в 2020 году, когда преступники из Свердловской области похитили у банка 1 миллион рублей с помощью уникальной схемы. В преступлении были задействованы три мошенника, образующих группировку, которые в последствие были задержаны.

Как сообщает пресс-служба МВД РФ, группировка занималась хищением денежных средств у одного из банков города Екатеринбурга путем несанкционированного списания средств в счет оплаты бензина на автозаправочных станциях Екатеринбурга и Свердловской областях [4].

«Мошенническая схема заключалась в следующем. Злоумышленники опускали топливный пистолет в заправляемую емкость или в топливный бак автомобиля, вводили на дисплее терминала сумму, на которую необходима заправка, равную сумме денежных средств на карте, и таким образом авторизовали процесс заливки горючего. Когда бензин начинал поступать, через личный кабинет мошенники меняли счет с положительным балансом на счет без денег. В связи этим банк был вынужден допускать овердрафт (перерасход кредитуемых средств) на карте мошенников и оплатить заправку за свой счет» [4].

«Водителям, чаще всего таксистам, мошенники продавали бензин за полцены. С помощью вышеописанной схемы, ранее не встречавшейся полицейским, злоумышленники получили незаконным способом у банка более 1 миллиона рублей, совершив 30 фактов хищения» [4].

Экстренная ситуация произошла во время атаки в декабре 2022 года: злоумышленники разместили украденные данные на веб-ресурсе, который имитировал как внешний вид сайта-жертвы, так и его название, связанное с IP-адресом. Клонированный сайт находился в публичном доступе, чтобы обеспечить видимость украденных документов: данных сотрудников, информации об активах и расходах, финансовых данных партнеров и даже сканов важных документов (в основном паспортов).

Для полного понимания масштабов происходящих кибератак, необходимо проанализировать общее количество случаев нападения за последние пять лет (рис. 1).

Можно сделать вывод, что финансовая отрасль (26%) наиболее часто подвергалась кибератакам и кибернападениям. Это связано с наличием в данной сфере наиболее ценной и прибыльной информации для преступников. Самый мощный скачок пришелся на 2020 год. По данным, количество кибератак на финансовые организации увеличилось на 400%. На сегодняшний день лишь единичным компаниям удалось избежать утечки или успешного нападения.

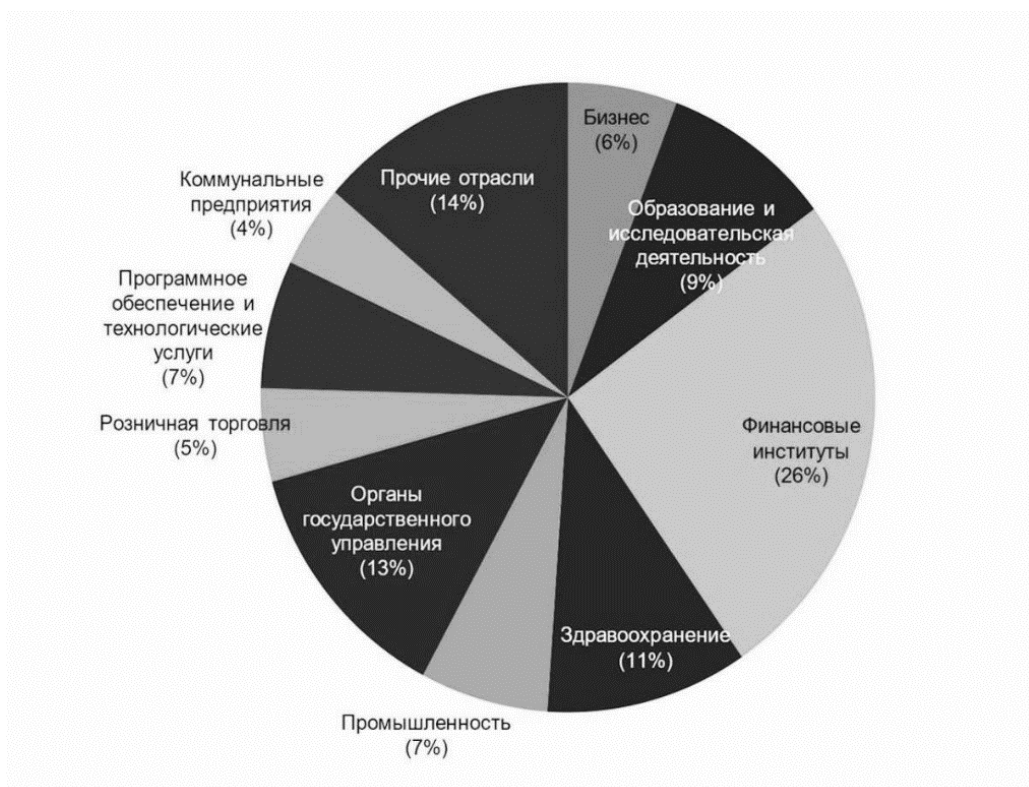


Рис. 1. Количество кибератак в различных областях за период 2018–2023 гг.

Рассмотрим более подробно статистику кибератак за 2022 год и начало 2023 года (рис. 2). Количество кибератак в первом полугодии 2023 года выросло примерно в два раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [5].

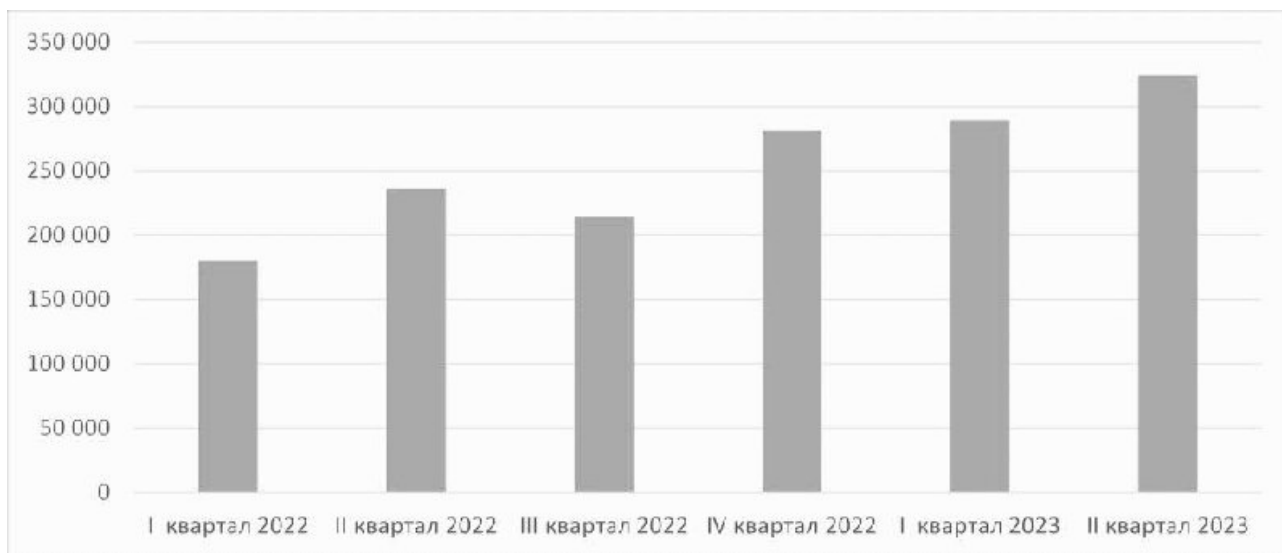


Рис. 2. Количество кибератак за 2022–2023 гг.

Стремительное увеличение нападений происходит из-за роста технологий и быстрой адаптации вирусных программ к действующим защитным механизмам. Большинство кибератак являются успешными еще при стадии анализа преступником программного обеспечения желаемого устройства.

Далее представим статистику объемов несанкционированных операций с использованием банковских карт (рис. 3).

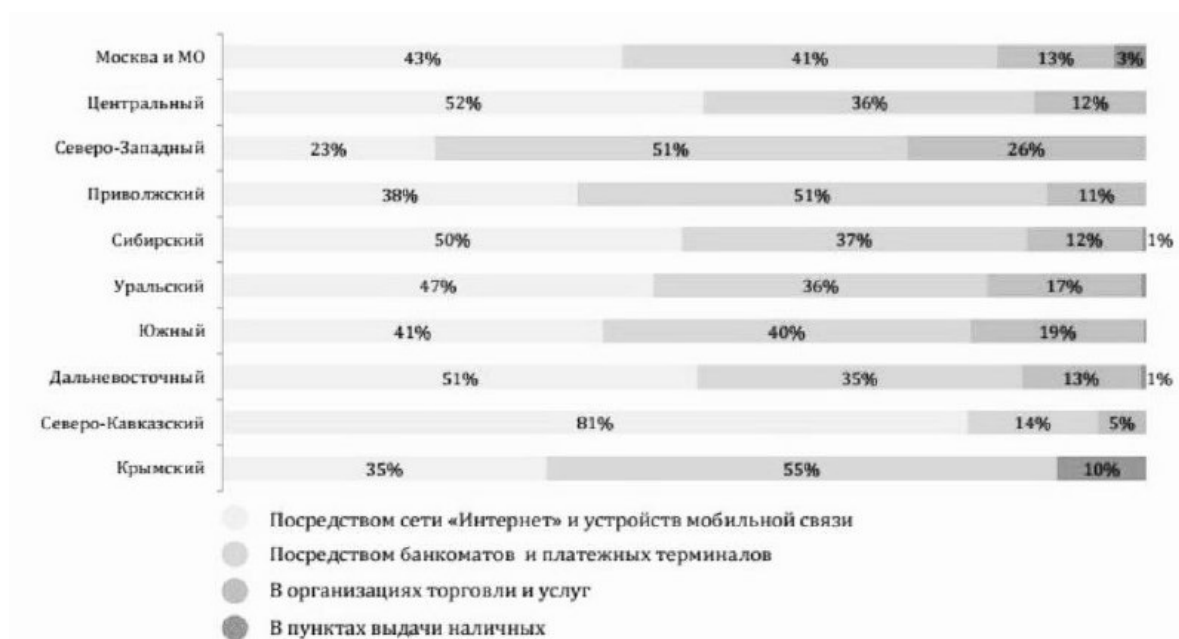


Рис. 3. Общее количество несанкционированных операций с использованием банковских карт

С увеличением популярности онлайн-операций с деньгами произошел и рост дистанционных мошеннических операций с кражей данных банковских карт.

Перечислим некоторые методы, с помощью которых преступники могут завладеть данными банковской карты:

- рассылка по электронной почте писем «от банка», в котором жертву просят ввести в форму номер банковской карты, срок ее действия и CVV код под видом проверки или активации неких бонусов;

- звонки по телефону с представлением себя как сотрудника банка. Зачастую мошенники сообщают ложную информацию о попытке кражи денежных средств со счета, и дабы обезопасить свои сбережения, убеждают жертву перевести деньги на продиктованный ими счет, или продиктовать данные своей карты;

- создание сайтов-клонов популярных Интернет-магазинов и торговых площадок. Обычный пользователь может легко попасться на подобную уловку, не заметив незначительные отличия от оригинальной веб-страницы. Оплачивая несуществующую покупку путем введения данных своей банковской карты, клиент рискует потерять все свои сбережения, предоставив мошенникам всю необходимую для этого информацию.

«В первой половине 2023 года злоумышленники украли с банковских счетов и карт граждан в общей сложности 4,5 миллиарда рублей. По сравнению со средними значениями 2022 года объем похищенных средств вырос почти на

30%" – сообщил в начале июля 2023 года глава департамента информационной безопасности ЦБ РФ Вадим Уваров» [4].

«Он также отметил, что банками за первые три месяца 2023 года было отражено 2,7 миллиона атак кибермошенников на счета клиентов, что дало возможность не допустить кражу более 700 миллиарда рублей. При этом Банк России в первом квартале 2023 года стал инициатором блокировки почти 97 тысяч номеров телефонов, направленных и намеренно созданных для мошеннической деятельности, а также направил информацию о 7 тысяч подозрительных Интернет-ресурсах в Генеральную прокуратуру» [4].

Причинами роста нападений становятся следующие факторы: атаки хорошо организуются, в них участвуют как ряды специальных групп, так и отдельные мошенники, а также то, что злоумышленники используют новые технологии, или умело адаптируют старые.

Все то, что было представлено выше – лишь верхушка айсберга, но и она создает реальные угрозы в нашей действительности.

Рассмотрим далее основные методы борьбы с кибератаками.

1. Использование многоуровневой защиты: это включает использование разнообразных уровней защиты, таких как антивирусы, системы обнаружения вторжений и другие технологии, которые помогают защитить финансовые системы от кибератак. Подобную защиту рекомендуют использовать не только крупным компаниям, но и обычным пользователям гаджетов и различных Интернет-ресурсов;

2. Обучение персонала: обучение персонала является ключевым элементом борьбы с кибератаками. Сотрудники должны быть обучены основам кибербезопасности, чтобы найти возможность распознать и предотвратить наступающую угрозу без дополнительной помощи;

3. Мониторинг и анализ: мониторинг и анализ активности в сети помогают выявить непривычную активность и предупредить о существующих или потенциальных угрозах;

4. Использование шифрования: шифрование является важной частью обеспечения безопасности данных, поскольку оно обеспечивает базовую защиту личной информации;

5. Резервное копирование данных: данный процесс помогает восстановить данные в случае потери или повреждения. Данную процедуру необходимо осуществлять каждому, чтобы не потерять информацию безвозвратно;

6. Сотрудничество с другими компаниями и правительственными организациями: подобное содействие может помочь вовремя совершенствовать защитные системы от кибератак путем обмена информацией о новых поступающих угрозах в реальном времени.

В Российской Федерации также предприняты определенные законопроектные меры по борьбе с кибератаками. Так по мере увеличения подобных мошеннических атак 10 сентября 2020 года была создана межведомственная группа для борьбы с киберпреступностью.

Статьей 159.3 УК РФ предусмотрена ответственность за мошенничество с использованием электронных средств платежа. В этой сфере Россия находится в общемировом тренде – рассмотрены самые современные финансовые инструменты, которые могут использовать злоумышленники. Статьей предусмотрено наказание вплоть до лишения свободы со штрафом.

Таким образом, кибератаки в сфере экономической безопасности встречаются все чаще и становятся более опасными. Они могут привести к утечке конфиденциальной информации, потере денежных средств и нарушению работы компании в целом. Для защиты от подобных атак необходимо повышать уровень кибербезопасности, включая обучение сотрудников, использование новейших технологий безопасности и систематические проверки безопасности. Кроме того, компании могут обратиться к специальным целевым компаниям, предоставляющим услуги в области кибербезопасности, или использовать модель франчайзинга, чтобы заручиться поддержкой ведущих компаний в этой области. В любом случае, защита от кибератак должна быть приоритетом в нашем продвинутом информационном мире.

### **Библиографический список**

1. Электронный ресурс «Академия информационных систем: словарь терминов». – Режим доступа: [https://www.infosystems.ru/library/glossary/slovar-terminov-po-informatsionnoy-bezopasnosti/?sphrase\\_id=109764](https://www.infosystems.ru/library/glossary/slovar-terminov-po-informatsionnoy-bezopasnosti/?sphrase_id=109764).

2. Джораев, В.О. Экономическая безопасность предприятия // В. О. Джораев, Ф.Б. Рысаев, Л.А. Тугаева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3/viewer>.

3. Быков, А.О., Простосердов, М.А. Основы информационной безопасности: учебное пособие. – Режим доступа: <https://patriotspport.moscow/wp-content/uploads/2023/09/osnovy-informacionnoj-bezopasnosti.uchebnoe-posobie.pdf>.

4. TADVISER.Государство.Бизнес.Технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru>.

5. Positive technologies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru>.

© Амирханова Л.Р., Ахмадышина Э.Д., 2023

Л.Р. АМИРХАНОВА, Э.Д. АХМАДЫШИНА  
*amirkhanovaliraa@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Н. ШЕРЫШЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РЕАЛИЗАЦИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация:* статья посвящена рассмотрению понятия кадровой безопасности и исследованию ее влияния на экономическую безопасность. В статье рассматриваются главные составляющие данной области. Также выявлены основные проблемы и тенденции, проведен анализ по подбору и отбору персонала на примере нескольких предприятий.

*Ключевые слова:* кадровая безопасность; экономическая безопасность; квалификация кадров; угрозы.

Экономические отношения в настоящее время имеют огромное значение в формировании благополучия государства, а кадровая безопасность, в свою очередь, приобретает особую важность. Важным аспектом обеспечения экономической безопасности страны является эффективное управление персоналом. Успех любой организации зависит не только от качества товара или оказываемой услуги, но и от работников, которые напрямую влияют на все процессы предприятия. Поиск квалифицированных специалистов в определенной области является неотъемлемой частью в данных процессах.

Одними из важнейших факторов успешной работы являются профессионализм и знания выбранных кадров, которые и определяют эффективность работы. Недостаточно квалифицированный персонал может принимать ошибочные решения, которые способны негативно повлиять на предприятие или даже государство, что непосредственно воздействует на управление экономикой и национальную безопасность страны в целом.

Для анализа влияния кадровой безопасности на экономическую безопасность, рассмотрим базовые понятия.

Кадровая безопасность представляет собой совокупность принципов, методов, форм организационного механизма по разработке целей, задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание ответственного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации [1].

Экономическая безопасность является таким состоянием, которое характеризуется стабильностью экономического и финансового состояния,



эффективностью нейтрализации негативных факторов и противодействия их влияния на всех стадиях деятельности [2].

Это явление рассматривает такие вопросы, как: защита национальных интересов, защита экономических ресурсов и инфраструктуры, борьба с экономическими преступлениями, контроль над экспортом технологий и другие меры.

Взаимосвязь между человеческими ресурсами и экономической безопасностью заключается в том, что квалифицированные руководители и работники являются важнейшими факторами успешного развития экономики страны и обеспечения ее безопасности. Недобросовестная работа неквалифицированных кадров может привести к экономическим проблемам, ущербу национальной безопасности и потере доверия со стороны иностранных инвесторов. Поэтому развитие системы персонала предприятия на предприятиях является необходимым условием для обеспечения экономической безопасности страны.

Кадровая безопасность, рационально используя все необходимые ресурсы, способствует уменьшению расходов, предотвращению угроз, а впоследствии и корпоративных убытков.

Более того, для необходимого взаимодействия между экономической и кадровой безопасностью требуется мониторинг и анализ сложившейся ситуации. Предприятие должно справляться с изменениями в экономике и принимать определенные меры с целью защиты своих интересов и обеспечения безопасности кадрового состава.

Факторы, представляющие угрозы безопасности персонала предприятия делятся на внешние и внутренние.

К внешним факторам относят: лучшие условия для стимулирования у конкурентов, внешнее давление на сотрудников, инфляционные процессы и прочее.

К внутренним факторам относятся: недостаточная квалификация сотрудников, слабая организация системы обучения и несоответствующая должности квалификация работников.

Более того, кадровая безопасность включает в себя определенные инструменты, к которым относятся подбор и отбор персонала, обучение и развитие сотрудников, стимулирование и мотивация персонала, управление производительностью, соблюдение законов и нормативных актов, конфиденциальность и защита данных, управление рисками, антикризисное управление [3].

Роль кадровой безопасности в обеспечении экономической безопасности включает в себя обеспечение сохранности и надежности человеческих ресурсов, что является важной частью результативного функционирования организации. Кадровая безопасность разрешает задачи, связанные с предотвращением угроз и рисков, относящихся к персоналу, которые могут привести к негативным последствиям.

В целях выявления основных характеристик по подбору и отбору персонала, мы решили провести анализ на разных предприятиях (табл. 1).

Таблица 1

Анализ политик подбору и отбору персонала на разных предприятиях

Название	Основные характеристики
1	2
ОАО «Газпром»	<p>ОАО «Газпром» с целью набора квалифицированного персонала использует такие методы, как применение комплексной системы поиска персонала, осуществление отбора кандидатов на конкурсной основе, совершенствование взаимоотношений с учебными заведениями высшего и среднего профессионального образования, проведение профессиональной и психологической оценки персонала. Первичный отбор заключается в «конкурсе резюме»: кандидат на должность заполняет три документа – бланк-резюме анкету «Ценностные ориентации при выборе рабочего места» и тест «Коммуникативность и адаптация работника в коллективе».</p> <p>Методы отбора персонала могут быть следующими:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предварительная отборочная беседа. Основной целью является оценка уровня образования работника, внешнего вида и личностных качеств;</li> <li>2. Анкетирование. Работники, прошедшие первый этап, должны заполнить бланк заявления анкеты. Основной целью этого этапа является выявление данных о здоровье, складе ума и ситуациях, с которыми приходилось сталкиваться. Также в анкете запрашивается точечная формулировка причин увольнения в прошлом. Собираются общие сведения об источниках мотивации и делаются предположения об отвлекающих факторах на работе;</li> <li>3. Собеседование. В процессе этого этапа происходит обмен информацией в виде вопросов и ответов. Целью данного этапа является рассмотрение и оценка кандидата на предмет его соответствия требованиям должности [4]</li> </ol>
ООО «Лукойл»	<p>Процесс состоит из четырех этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование заявки на подбор персонала;</li> <li>2. Поиск и первичный отбор (определение источника подбора, осуществление поиска кандидатов через определенные источники подбора, проведение предварительной оценки кандидатов, проведение беседы с wybranными кандидатами и составление предварительного списка кандидатов);</li> <li>3. Оценка соответствия кандидатов (проведение встречи и интервью с кандидатами; тестирование кандидатов с использованием психологических методик; тестирование на определение уровня технических знаний; составление окончательного списка кандидатов; отправка данных на согласование);</li> <li>4. Отбор кандидатов на должность (руководитель проводит собеседование с кандидатами и отправляет в отдел кадров аргументированное заключение) [5]</li> </ol>

1	2
X5 Retail Group	<p>Крупнейшая российская продуктовая розничная компания. В группу X5 входят супермаркеты «Перекресток», «Пятерочка», «Чижик», «Карусель», а также цифровые бизнесы «Vprok.ru Перекресток», 5Post, «Много Лосося» и медиа платформа <a href="http://Food.ru">Food.ru</a>.</p> <p>В рамках проекта автоматизированы все процессы подбора:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. подача заявки и ее согласование;</li> <li>2. подбор кандидатов на вакансию;</li> <li>3. Организация процесса собеседования (приглашение, уведомление, напоминания и планирование в календаре);</li> <li>4. Согласование кандидата с заказчиком;</li> <li>5. Получение обратной связи от заказчика;</li> <li>6. Процесс проверки кандидатов службой безопасности;</li> <li>7. Процессы формирования, согласование и отправки джоб офера;</li> <li>8. Поддержка процесса выхода кандидата [6]</li> </ol>

Таким образом, проведя анализ политик по подбору и отбору персонала на данных предприятиях, мы можем сделать вывод, что самым распространенным критерием по отбору персонала является собеседование и анкетирование. Данные этапы помогают выявить преимущества определенного кандидата и оценить его соответствия требованиям организации. Также определить наличие определенных личностных качеств.

С целью полного понимания характерных черт политик подбора и отбора персонала, мы составили таблицу 2 существующих критериев отбора персонала на разных предприятиях.

Таблица 2

## Сходства и различия политик в рассматриваемых организациях

Критерии отбора персонала	ОАО «Газпром»	ООО «Лукойл»	X5 Retail Group
1	2	3	4
Предварительная беседа	Основной целью является оценка уровня образования работника, внешнего вида и личностных качеств	Проводится предварительная оценка кандидатов на предмет соответствия квалификационным требованиям	Присутствует подбор кандидатов на вакансию
Анкетирование	Работники заполняют бланк заявления анкеты, с целью выявления данных о здоровье, складе ума и опыте	Анкетирование либо резюме	Процесс заключается в проверке кандидатов службой безопасности

1	2	3	4
Собеседование	Присутствует. Целью данного этапа является рассмотрение и оценка кандидата на предмет его соответствия требованиям должности	Проводится беседа с wybranными кандидатами, для уточнения данных и определения целесообразности приглашения кандидата на собеседование	Присутствует. Организация процесса включает в себя приглашение, уведомление, напоминания и планирование в календаре
Тестирование	Включает в себя числовые, логические, вербальные и психологические тесты	Тестирование с использованием психологических методик и на определение уровня технических знаний	Тестирование отсутствует
Источники привлечения персонала	Поиск внутри организации, внутренний конкурс, проявившиеся кандидаты, использование СМИ и агентства по трудоустройству	Осуществляется поиск необходимой кандидатуры внутри самой организации, среди самых проявившихся кандидатов и выезд в ВУЗы	Выбрана компания Mirapolis по подбору персонала
Кто проводит беседу	Специалист по подбору персонала.	Специалист по подбору персонала либо руководитель	Руководитель либо специалист по подбору персонала

Проанализировав составленную таблицу, мы можем сделать вывод, что организации имеют как сходства, так и отличия в политиках. С целью отбора персонала организации применяют необходимые психологические методики, чтобы выявить реакцию и состояние кандидата при определенных условиях. Для улучшения качества работы персонала, учитывается наличие прошлого опыта работы и причины увольнения. Также устанавливается испытательный срок с целью наблюдения за качеством выполняемой работы и умения работать и взаимодействовать в коллективе.

Таким образом, политика в области подбора, отбора и найма персонала очень важна для обеспечения экономической безопасности организации. Эта задача должна решаться очень тщательно и должна быть направлена на привлечение высококлассных экспертов, обладающих необходимыми знаниями и опытами в данной области.

Подбор и отбор персонала играет важную роль для организации любого масштаба, поскольку он позволяет найти сотрудников, которые будут трудиться на благо компании, содействовать ее развитию и вносить вклад в

эффективность компании. Поэтому необходимо работать над этим вопросом с особой ответственностью, а именно: разрабатывать и использовать определенную систему сотрудничества с кандидатами, а затем регулярно ее развивать. Успех компании напрямую зависит от ее работников, поэтому так необходимо собирать действительно сильных и эффективных сотрудников, которые будут выполнять свою работу ответственно и эффективно.

### **Библиографический список**

1. Калмыкова, О.Ю. Управление кадровыми рисками и кадровая безопасность организации: учебное пособие / О.Ю. Калмыкова, Н.В. Соловова. – Режим доступа: <http://repo.ssau.ru/handle/Uchebnye-posobiya/UPRAVLENIE-KADROVYMI-RISKAMI-I-KADROVAYA-BEZOPASNOST-ORGANIZACII-Chast-2-68170>.

2. Джораев, В.О. Экономическая безопасность предприятия / В.О. Джораев, Ф.Б. Рысаев, Л.А. Тугаева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-3/viewer>.

3. Махмудова, И.Н., Соловова, Н.В. Кадровая безопасность: организация и управление: учебное пособие. – Режим доступа: <http://repo.ssau.ru/bitstream/Uchebnye-izdaniya/Kadrovaya-bezopasnost-organizaciya-i-upravlenie-98335/1/978-5-7883-1755-7>.

4. Официальный сайт ОАО «Газпром». – Режим доступа: <https://www.gazprom.ru>.

5. Официальный сайт ООО «Лукойл». – Режим доступа: <https://lucoil.ru>.

6. Официальный сайт «X5 Retail Group». – Режим доступа: <https://x5club.ru>.

© Амирханова Л.Р., Ахмадышина Э.Д., 2023

А.А. ГИЛЬМИЯРОВА, Л.Ф. ИДИАТУЛИНА

*idiatulinalyaisyan@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Л.Н. РОДИОНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **КОРРУПЦИЯ И ЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ**

*Аннотация:* статья рассматривает важную роль коррупции в контексте обеспечения экономической безопасности предприятия, которое препятствует развитию гражданского общества и свободной экономики. Это явление оказывает серьезное влияние на экономическую безопасность предприятий, что в свою очередь негативно сказывается на развитии страны в целом.

*Ключевые слова:* коррупция, экономическая безопасность, предприятие, противодействие, угроза.

*Цель исследования:* оценить угрозу, которую представляет коррупция для экономической безопасности предприятия в Российской Федерации и определить необходимые меры для ее преодоления.

*Предмет:* коррупционные проявления в экономической сфере Российской Федерации, их влияние на функционирование предприятий.

*Объект:* Российская Федерация.

*Задачи:* изучить понятие коррупции и ее воздействие на экономическую безопасность предприятия; исследовать причины коррупционных проявлений, и предложить рекомендации по улучшению антикоррупционной политики на предприятиях

Коррупция является многогранным социально-экономическим явлением, которое представляет серьезную угрозу экономической безопасности предприятия в Российской Федерации. Коррупционная деятельность в экономической сфере проявляется в виде незаконных действий, направленных на получение выгоды в ущерб обществу и государству. Она приводит к нарушению законодательства и подрыву нормального функционирования рыночной экономики, что отрицательно влияет на экономическую безопасность предприятия и страны в целом.

Коррупция в экономической сфере часто связана с отсутствием адекватного правового регулирования и его несоблюдением, сложными бюрократическими процедурами, необоснованными требованиями чиновников и госорганов, а также низким уровнем правовой культуры в обществе. Все эти факторы способствуют развитию коррупционных схем и снижают контроль со стороны государства и общества.

Точных данных о коррупционных проявлениях на предприятиях в России сложно получить, поскольку многие случаи коррупции не доходят до суда и официальной статистики. Однако, некоторые исследования и отчеты предоставляют оценки масштабов проблемы.

В соответствии с исследованием Transparency International за 2022 год, Россия занимает 137 место в рейтинге восприятия коррупции в сравнении с 180 странами. Согласно исследованию, около 33% российских предприятий сталкиваются с коррупционными проявлениями при взаимодействии с государственными органами (рис. 1).

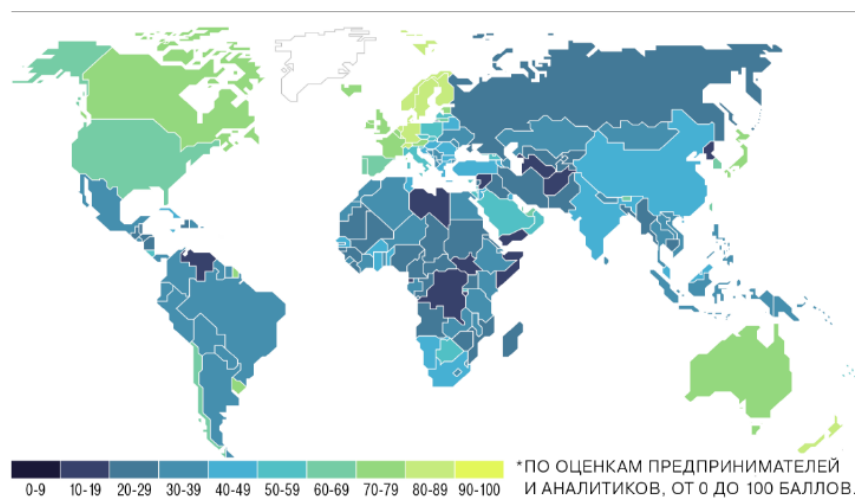


Рис. 1. Страны, считающиеся самыми коррумпированными в мире

Кроме того, согласно отчету Российского Союза Промышленников и Предпринимателей за 2020 год, коррупция приводит к значительным экономическим потерям для предприятий. Оценивается, что размер взяток и неправомерных платежей составляет от 5 до 10% от годового оборота ряда компаний. Также, коррупция часто приводит к ухудшению качества продукции и услуг, а также ухудшению конкурентоспособности на рынке.

Из представленных на рисунке данных видно, что количество обвинительных приговоров по коррупционным делам в России в целом растет с 2012 по 2016 годы, достигая максимального значения в 2016 году. Однако с 2017 по 2020 годы наблюдается снижение числа обвинительных приговоров; возможно, это связано с изменением приоритетов в работе правоохранительных органов или другими факторами. В 2021 году число обвинительных приговоров вновь возросло (15259 обвинительных приговоров), что может свидетельствовать о более активной борьбе с коррупцией в России (рис. 2).

Из представленной статистики можно сделать вывод, что количество зарегистрированных преступлений по статье 290 УК РФ («получение взятки») имеет нестабильный характер и может колебаться в зависимости от периода. В 2015 г. отмечен наибольший показатель числа зарегистрированных преступлений.

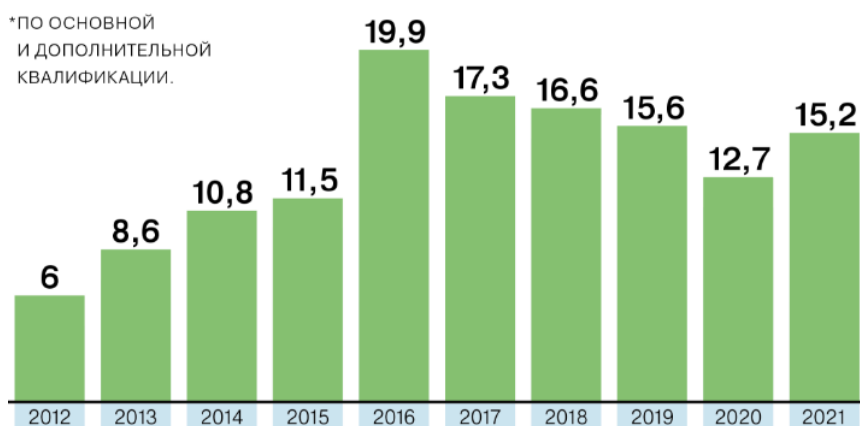


Рис. 2. Число обвинительных приговоров по коррупционным делам в РФ

В последующие годы этот показатель снизился и в 2017 году составил 3 188. Однако, начиная с 2018 года, наблюдается постепенный рост числа зарегистрированных преступлений по данной статье. В 2021 году количество зарегистрированных преступлений по ст.290 УК РФ составило 5 020 (рис. 3).

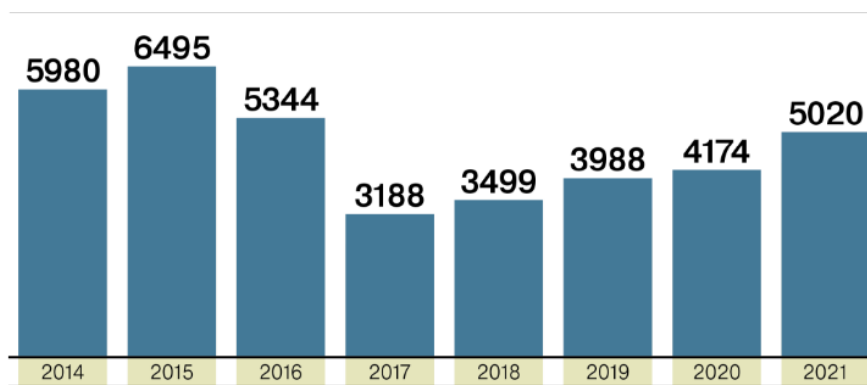


Рис. 3. Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ

Коррупция на предприятиях имеет множество отрицательных последствий.

Во-первых, она приводит к ухудшению деловой среды и снижению уровня экономической конкуренции. Коррумпированные предприятия могут получать незаслуженные преимущества в виде льгот или контрактов, что искажает рыночные условия и порождает несправедливость.

Во-вторых, коррупция часто ведет к утрате капитала и инвестиций. Предприниматели могут быть вынуждены платить взятки и взносы, чтобы получить нужные разрешения и согласования. Это ведет к росту издержек и делает инвестиции менее привлекательными.

Кроме того, коррупция создает неблагоприятные условия для развития предпринимательства и новых бизнесов. Когда предприниматели сталкиваются с вымогательством и взятками, они могут быть оттолкнуты от идеи начать собственное дело или продолжить развитие уже существующего. Это ограничивает экономическую динамику и инновационные возможности страны.



Борьба с коррупцией на предприятиях требует комплексного подхода. Прежде всего, необходимо создание прозрачной и открытой системы управления, где каждый член коллектива понимает свои обязанности и ответственности и обязан действовать в интересах предприятия, а не личной выгоды.

Также необходимо принимать меры по укреплению правового поля и ужесточению наказания за коррупционные преступления. Необходимо создание эффективных механизмов контроля и надзора за предприятиями, а также разработка этических кодексов и программ обучения по этике деловых отношений.

Наконец, необходимо активное включение общественности в борьбу с коррупцией. Широкая информированность и осведомленность о проблемах коррупции позволит сформировать общественное негодование и требование честности и прозрачности в деловых отношениях.

Таким образом, можем сделать вывод, что коррупция остается серьезной угрозой для экономической безопасности предприятий в России. Однако, решение этой проблемы не является невозможным. Для борьбы с коррупцией на предприятиях необходим комплексный подход:

1) усилить контроль и надзор: предприятия должны внедрять эффективные системы контроля, аудита и мониторинга, чтобы выявлять и предотвращать случаи коррупции. Это может включать в себя использование технологий, таких как цифровые системы учета и контроля;

2) развивать этические и управленческие принципы: предприятия должны установить ясные этические стандарты, которые должны соблюдаться всеми сотрудниками. Это может включать в себя тренинги по этике, создание этического кодекса поведения и наказания за нарушение этических стандартов;

3) создавать прозрачные бизнес-процессы: предприятия должны устранить скрытые сделки и неясные процедуры. Это может включать в себя публикацию информации о договорах, финансовых отчетах и процедурах закупок;

4) сотрудничать с государственными органами и правоохранительными структурами: предприятия должны активно сотрудничать с правоохранительными органами и государственными органами, предоставлять информацию о возможных случаях коррупции и поддерживать расследования;

5) продвигать открытость и прозрачность: предприятия должны демонстрировать свою прозрачность и открытость для общественности и публичности, предоставлять информацию о своей деятельности и финансовых показателях;

6) обучать и пропагандировать антикоррупционную культуру: предприятия должны осуществлять обучение сотрудников в области противодействия коррупции, а также пропагандировать антикоррупционную культуру среди своих партнеров, клиентов и поставщиков;

7) сотрудничать с неправительственными организациями: предприятия могут активно сотрудничать с неправительственными организациями, которые

занимаются борьбой с коррупцией и поддержкой прозрачности. Это может включать в себя участие в инициативах и проектах по борьбе с коррупцией.

Только посредством совместных действий государственных органов, правоохранительных структур, бизнес-сообщества и общественности можно достичь значимого прогресса в борьбе с коррупцией и обеспечить экономическую безопасность предприятий в России.

### **Библиографический список**

1. Федеральная служба государственной статистики. Коррупция в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/corruption> (дата обращения: 30.10.2023).

2. Генеральная прокуратура Российской Федерации. Противодействие коррупции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/activity/combating-corruption> (дата обращения: 29.10.2023).

3. Коммерсантъ. Коррупция в России и мире – в шести графиках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5708590> (дата обращения: 28.10.2023).

4. Индекс восприятия коррупции // Трансперенси Интернешнл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://transparency.org.ru/research/indeks-vospriyatiya-korruptsii> (дата обращения: 29.10.2023).

© Гильмиярова А.А., Идиатулина Л.Ф., 2023

А.А. ИЛЬИНА

*litra.anyal999@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. юрид. наук, доц. З.З. ТАЛЫНЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОБЗОР РЕШЕНИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О ПОДНЯТИИ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ НА УРОВЕНЬ 15%**

*Аннотация:* в статье рассмотрено решение Центрального Банка Российской Федерации от двадцать седьмого октября две тысячи двадцать третьего года о повышении ключевой ставки с 13% до 15%. Объясняются причины необходимости изучения данного вопроса. Приводится статистика значений ставки в период: с 2013 по 2023 год. Рассматриваются инструменты денежно-кредитной политики. Устанавливаются причины повышения уровня ключевой ставки.

*Ключевые слова:* ЦБ РФ, ключевая ставка, денежно-кредитная политика.

Вершина всем известной пирамиды потребностей А. Маслоу направлена к духовным потребностям. Они включают в себя стремление совершенствовать свои способности и развивать таланты, познавая мир и делая его лучше.

Данную потребность необходимо и доступно реализовывать на многих уровнях жизни человека. Например, в профессиональной деятельности.

Наша конференция проводится в рамках экономического образования. Какие цели должен поставить себе экономист, желающий удовлетворить духовные потребности? Давайте попробуем обозначить основные:

1. Быть в курсе событий. Это значит читать официальные каналы, проверенные СМИ, смотреть качественный контент на различных платформах, читать книги умных людей. Анализировать то, что происходит, находить совокупность причин событий и уметь прогнозировать возможные последствия. Интересоваться тем, что происходит вокруг, изучать чужую точку зрения и формировать личную позицию.

2. Сохранять трезвость суждений. Не вестись на пропаганду и провокации. Проверять источники информации, не распространять панику. Для начала исследовать новость: разобрать составляющие, проверить правдивость каждого суждения. И только затем выбрать стратегию поведения, основываясь на личном опыте и советах тех, кому можно доверять.

3. Вести просветительскую деятельность в меру своих возможностей и в соответствии с потребностями окружения. Получая экономическое образование, невозможно не изменить точку зрения, так как экономика – это не то, что заканчивается в момент, когда мы закрываем учебник. Экономика – это жизнь. Наша жизнь. Мы влияем на экономические процессы, а экономические

процессы влияют на нас. И важно разбираться в них не только самостоятельно, но и объяснять их своему окружению, повышая экономическую грамотность населения, которая, кстати, требует огромного внимания из-за своей значимости как в вопросах благополучия институтов государства, так и в рамках отдельной ячейки общества.

Экономическая теория важна. Ее полезно изучать для того, чтобы понимать суть события сегодняшнего дня, сопоставляя с прошедшими событиями, находя отличия и пытаясь прогнозировать, учитывая прошлый опыт.

Обратимся к одному из громких событий экономического сектора – поднятие ключевой ставки до уровня 15%. Данное решение было озвучено 27 октября 2023 года и вступит в силу с 30 октября 2023. Давайте разберемся с тем: что это значит и почему данное решение было принято. Это поможет сформировать точку зрения и оградиться от паники, которая охватывает тех, кто не знаком с механизмом работы такого инструмента денежно-кредитной политики, как ключевая ставка.

Начнем с понятия о ключевой ставке и механизма ее влияния на экономику. «Денежно-кредитная политика представляет собой совокупность денежно-кредитных инструментов и институтов денежно-кредитного регулирования» [3]. Все они могут регулировать денежные агрегаты – виды денег, которые отличаются между собой ликвидностью (рис. 1).



Рис. 1. Состав денежных агрегатов

Использование такого инструмента, как ключевая ставка, становится реакцией Центрального Банка на экономическую ситуацию. Ключевая ставка – «это процент, под который Банк России выдает кредиты коммерческим банкам и принимает от них деньги на депозиты» [2].

Рассмотрим на рис. 2 динамику изменения значений ставки с 2013 года (дата, когда данный инструмент был введен Центральным Банком). Значение, равное 15%, на графике еще не отражено, так как на момент написания данной работы данный уровень ставки не вступил в действие. Самое высокое значение ставки, равное 20%, уже вводилось ранее. Поэтому сегодняшние 15% – это не максимальный уровень.

На рис. 2 нами выделены два периода:

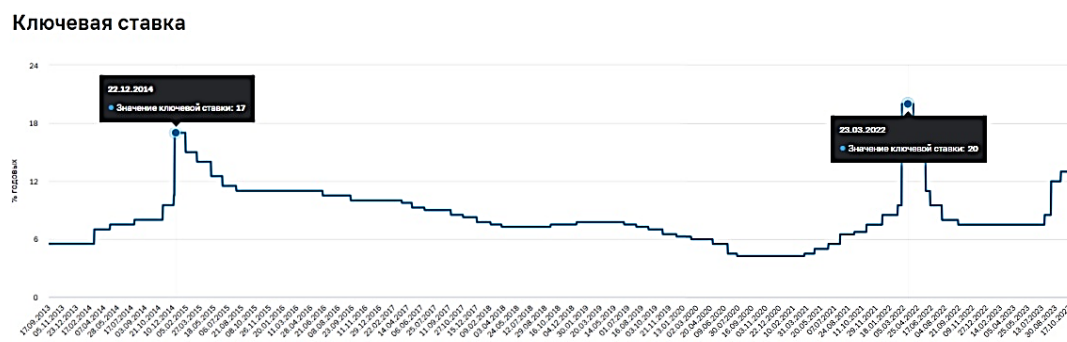


Рис. 2. Динамика значений ключевой ставки

Первый период – 2014 год, значение ключевой ставки равно 17%.

Второй период – 2022 год, значение ключевой ставки равно 20%.

Два эти года характерны кризисными положениями. Как отмечает Эльвира Сахипзадовна, в эти года уровень ставки повышался с целью достижения финансовой стабильности, но в 2023 цель иная, а именно: устойчивый характер замедления инфляции, которая: «по итогам 2023 года годовая инфляция сложится в диапазоне 7,0–7,5%. С учетом проводимой денежно-кредитной политики годовая инфляция снизится до 4,0–4,5% в 2024 году и будет находиться вблизи 4% в дальнейшем» [1].

Механизм влияния инструментов денежно-кредитной политики, проводимой Центральным Банком Российской Федерации отражен на рис. 3.

По различным причинам в ряде государств мы наблюдаем непростое положение. Мировой кризис влияет на ситуацию экспорта в нашей стране: более сдержанный темп роста экономических показателей будут ограничивать повышение цен на товары российского экспорта. То есть, если у государств нет денег, они не могут покупать наши товары по высокой цене, которая нам интересна. Значит, мы не можем получить достаточный уровень прибыли. Развивается ситуация кризиса (так как нет денежных поступлений за товары) и перенасыщения рынка, что, в свою очередь, повышает предложение и снижает цену товара (и снова приводит к кризису). При снижении объемов экспорта уменьшается объем валютной выручки. Расширение рублевого спроса на импорт при ограниченном поступлении экспортной выручки приводит к инфляции: «по данным Минэкономразвития РФ на 23 октября, инфляция в годовом выражении уже достигла 6,5%. Цены растут по целому ряду причин: это и дефицит бюджета, и нехватка рабочей силы, и высокий потребительский спрос, а также ослабление рубля. Именно из-за необходимости обуздать рост цен большинство аналитиков указывали на то, что от регулятора можно ожидать нового «ястребиного» сигнала. «Инфляционное давление и, самое главное, инфляционные ожидания в экономике остаются повышенными», – говорил Reuters Александр Фетисов, начальник отдела аналитики рынков капитала «Россельхозбанка» [4].

### Правила регулирования структуры денежной массы

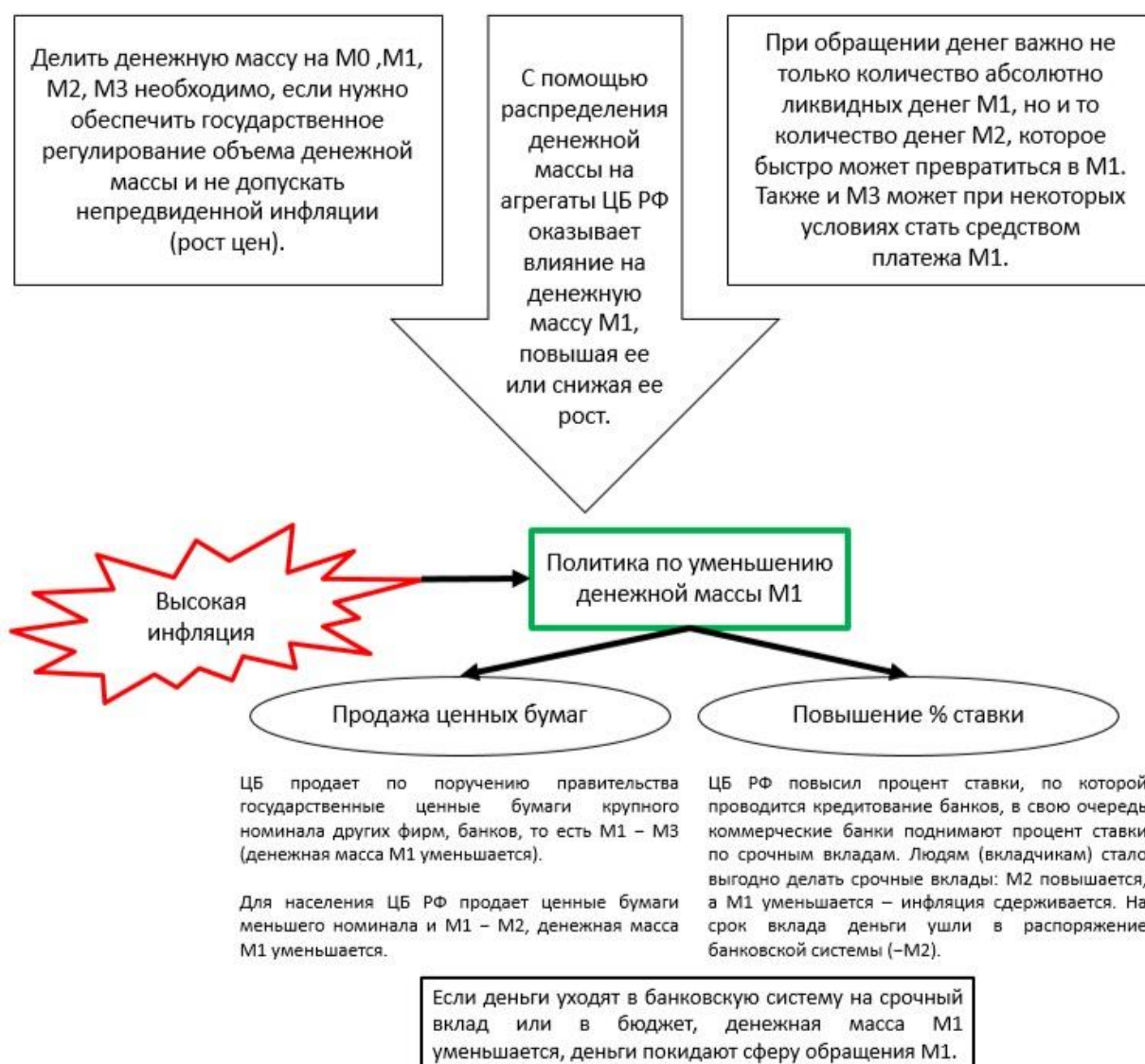


Рис. 3. Правила и методы регулирования денежной массы

В результате осмысления факторов, которые привели к повышению значения ключевой ставки, мы понимаем, что решение Центрального Банка по поводу повышения ключевой ставки имеет серьезные основания и направлено на улучшение экономической ситуации. А на различные размышления обывателей, считающих, что рост ключевой ставки – тенденция, направленная на усугубление ситуации в экономике, доступно отвечает Аслан Медалиев (управляющий Отделения Банка России по Республике Калмыкия): «Часто у нас спрашивают: почему нельзя взять и установить ставку на уровне, допустим, 1% годовых. Практика многих стран показывает, что, если так сильно снизить ключевую ставку, деньги значительно подешевеют и предложение не сможет поспевать за спросом. Обилие дешевых денег на руках у населения приведет к рекордному росту цен и обвалу экономики. Поэтому Банк России, постоянно

оценивая ситуацию, поддерживает ключевую ставку на таком уровне, чтобы инфляция оставалась стабильно невысокой и экономика работала» [2].

### Библиографический список

1. Банк России принял решение повысить ключевую ставку на 200 б.п., до 15,00% годовых / [Электронный ресурс] // cbr.ru: [сайт]. – Режим доступа: [https://www.cbr.ru/press/pr/?file=27102023\\_133000key.htm](https://www.cbr.ru/press/pr/?file=27102023_133000key.htm) (дата обращения: 27.10.2023).

2. Как ключевая ставка влияет на нашу жизнь / [Электронный ресурс] // cbr.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://cbr.ru/press/regevent/?id=24332#:~:text=Банк%20России%20использует%20ключевую%20ставку%2C,медленнее%2C%20то%20есть%20инфляция%20замедляется> (дата обращения: 25.10.2023).

3. Родионова, Л.Н., Курманова, Д.А., Даукаев, Ш.А. Деньги. Кредит. Банки: учеб. пособие; Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: УГАТУ, 2013. – 270 с.

4. Сюрприз от ЦБ – чего ждать после резкого повышения ставки? / [Электронный ресурс] // finam.ru: [сайт]. – Режим доступа: [https://www.finam.ru/publications/item/syurpriz-ot-tsb-chego-zhdet-posle-rezkogo-povysheniya-stavki-20231027-1700/?utm\\_source=push&utm\\_medium=browsers&utm\\_campaign=news\\_to\\_finam](https://www.finam.ru/publications/item/syurpriz-ot-tsb-chego-zhdet-posle-rezkogo-povysheniya-stavki-20231027-1700/?utm_source=push&utm_medium=browsers&utm_campaign=news_to_finam) (дата обращения: 27.10.2023).

© Ильина А.А., 2023

С.Ю. ЛАТЫШОВА

*svetlanalatysova4478@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. С.М. ДАВЛЕТШИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу инвестиционной привлекательности Республики Башкортостан и необходимости инвестиций в развитие региона. Они также обсуждают различные типы перестраховок и их особенности, включая страхование экзотических рисков и ретроспективное страхование. На основании полученных данных, предложены рекомендации и направления для развития инвестиционной привлекательности Республики Башкортостан.

*Ключевые слова:* инвестиции, метод экспертных оценок, инвестиционная привлекательность, Республика Башкортостан, фактор повышения экономической безопасности.

Экономическая безопасность региона связана с его способностями сопротивляться внешним и внутренним угрозам, которые могут препятствовать его экономическому развитию. Она включает защиту экономической системы от различных кризисов и рисков, в том и числе от финансовых. Это важно для обеспечения стабильности и роста экономики региона.

Однако инвестиционная привлекательность региона отражает его способность привлекать и удерживать инвестиции. Привлекательные регионы предоставляют выгодные условия для размещения капитала и осуществления бизнес-проектов инвесторами.

Из этого следует что экономическая безопасность и инвестиционная привлекательность региона тесно взаимосвязаны. Высокий уровень экономической безопасности способствует привлечению в экономику региона инвестиций и капитала. А инвестиции в свою очередь способствуют укреплению экономической безопасности региона.

Инвестирование в регионы России имеет огромную важность как для экономического развития страны в целом, так и для улучшения жизненных условий местных населения. Основными причинами важности инвестирования в региональное развитие являются создание новых рабочих мест, равномерное развитие регионов, развитие внутреннего рынка и повышение качества жизни,

В целом, инвестирование в регионы России является необходимым для достижения устойчивого экономического развития и улучшения качества жизни местного населения. Это способствует сокращению экономических



разрывов между регионами, развитию внутреннего рынка и привлечению иностранных инвестиций.

Инвестирование в Республику Башкортостан также является важным и необходимым для развития региона по таким причинам как общее развитие региона, создание рабочих мест и снижение безработицы, развитие промышленности и инноваций.

Республика Башкортостан, расположенная в центре России, является одним из нескольких крупных регионов страны, ведущих по показателям экономического развития. Благодаря особенному географическому положению, богатому природными ресурсами и высокому уровню инфраструктуры, регион представляет значительный потенциал для инвестиций.

Анализ инвестиционной привлекательности Республики Башкортостан является важной задачей для потенциальных инвесторов, а также для правительства региона. Этот анализ позволяет оценить текущую экономическую обстановку, анализировать инвестиционные возможности и риски, а также разрабатывать стратегии для привлечения инвестиций и развития региона.

Один из ключевых факторов, которые оказывают влияние на инвестиционную привлекательность Республики Башкортостан, является ее экономическое положение. Регион обладает разнообразными отраслями, такими как нефтегазовая промышленность, машиностроение, химическая и нефтехимическая промышленность, сельское хозяйство и другие, что позволяет создать широкие возможности для инвестирования в различные секторы экономики.

Другим важным фактором является наличие развитой инфраструктуры, которая обеспечивает эффективное функционирование бизнеса. Республика Башкортостан имеет хорошо развитую транспортную сеть, что облегчает доставку товаров и сырья и обеспечивает доступ к различным регионам страны и международным рынкам.

Для инвесторов также важным фактором должно являться наличие доступного трудового ресурса и квалифицированной рабочей силы. Регион имеет высокообразованное население и развитую систему образования, что способствует формированию высококвалифицированных кадров.

Из проведенного анализа методом экспертных оценок можно сделать следующие выводы. Свердловская область занимает первое место в рейтинге, имея достаточно высокие показатели Валового регионального продукта (далее - ВРП), инвестиций в основной капитал, индекса промышленного производства, численности официально зарегистрированных безработных и среднемесячной номинальной начисленной ЗП работников что можно увидеть табл. 1.

## Анализ инвестиционной привлекательности регионов России

Факторы Регионы	Валовой региональный продукт (в тек. основных ценах)	Инвестиции в основной капитал	Индекс промышленного производства	Численность официально зарегистрированных безработных	Среднемесячная номинальная начисленная ЗП работников	Индекс цен производителей промышленных товаров	Число занятого населения	Рейтинг
Республика Башкортостан	6	5	7	6	6	8	8	6,62
Свердловская область	7	8	6	6	6	8	9	7,30
Республика Татарстан	8	4	6	9	7	6	5	6,61
Пермский край	6	6	5	5	6	4	5	5,45
Челябинская область	5	7	5	6	5	6	6	5,82
Оренбургская область	4	6	4	5	4	5	4	4,68
Тюменская область	10	6	7	2	8	5	3	6,29
Удмуртская республика	3	5	6	4	4	6	4	4,58
Вес	0,2	0,16	0,12	0,13	0,14	0,15	0,12	1

Республика Башкортостан занимает второе место в рейтинге, также имея высокие показатели по большинству исследуемых параметров и уступая Свердловской области по ВРП, инвестициям в основной капитал и числу занятого населения.

Республика Татарстан и Тюменская область занимают третье и четвертое места соответственно, имея высокие показатели ВРП и инвестиций в основной капитал, но отстают по другим параметрам. Пермский край, Челябинская область и Удмуртская республика занимают средние позиции в рейтинге, имея средние значения большинства исследуемых параметров. Оренбургская область занимает последнее место в рейтинге, имея наименьшие показатели по большинству исследуемых параметров.

Таким образом, регионы с высокими значениями валового регионального продукта, инвестиций в основной капитал и другими показателями, обладают более развитой экономикой и лучшими условиями для трудоустройства.

Для того чтобы увеличить инвестиционную привлекательность Республики Башкортостан необходимо предпринять такие меры, как оказание поддержки малому и среднему бизнесу, улучшение качества образования и развитие научной сферы, реклама и маркетинг, расширение экспортного потенциала, развитие инфраструктуры

Необходимо активно привлекать иностранных инвесторов, проводить презентации и форумы с целью привлечения внимания и интереса к инвестиционным возможностям Республики Башкортостан. Также нужно направлять уже поступающие инвестиции на развитие транспортной, энергетической и социальной инфраструктуры, чтобы повышать привлекательность региона.

Для увеличения инвестиционной привлекательности региона необходимо создавать комфортные условия для развития бизнеса, предоставлять финансовую и консультационную поддержку, способствовать созданию и осуществлению новых бизнес-идей. Развитие образования и науки также является одним из важных факторов для привлечения инвестиций. Должны создаваться условия для обучения и работы высококвалифицированной рабочей силы и для инновационных исследований. А также необходимо

предпринять меры для развития экспортного потенциала Республики Башкортостан, что позволит привлечь больше инвестиций и повысить интерес со стороны потенциальных деловых партнеров.

### Библиографический список

1. ВРП Башкирии в 2022 году вырос на 3,5% / [Электронный ресурс] // РБК: [сайт]. – Режим доступа: <https://ufa.rbc.ru/ufa/12/09/2023/65005b9b9a7947c784e33b86> (дата обращения: 24.10.2023).

2. Инвестиционная привлекательность региона / [Электронный ресурс] // Студопедия: [сайт]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/investicii/investicionnaya\\_privlekatelnost\\_regiona/#faktery-investicionnoy-privlekatelnosti-regiona](https://spravochnick.ru/investicii/investicionnaya_privlekatelnost_regiona/#faktery-investicionnoy-privlekatelnosti-regiona) (дата обращения: 25.10.2023).

3. Информация о регионе / [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Республики Башкортостан: [сайт]. – Режим доступа: <https://investrb.ru/ru/bashkortostan/about/> (дата обращения: 25.10.2023).

4. Социально-экономическое положение Республики Башкортостан / [Электронный ресурс] // Росстат: [сайт]. – Режим доступа: [https://02.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad\\_07\\_80\\_2023.pdf](https://02.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad_07_80_2023.pdf) (дата обращения: 24.10.2023).

© Латышова С.Ю., 2023

Я.В. МУХАМАДЕЕВА

*yana.mykhamadeeva072002@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. Г.Р. АНТИПИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ**

*Аннотация:* оффшорные компании – это юридические структуры, зарегистрированные в странах с низкими налоговыми ставками и слабым законодательством в области финансового контроля. Они используются для минимизации налоговых обязательств, защиты активов и обеспечения конфиденциальности. Однако они также могут быть использованы для незаконной деятельности, такой как отмывание денег или уклонение от уплаты налогов.

*Ключевые слова:* оффшорный бизнес, оффшорные зоны, оффшоры, оффшорные компании.

Оффшорные области характеризуются территориями, где налоговые ставки невысокие либо отсутствуют, регистрации фирм жителей других стран упрощены, а также документы фирм никак не контролируются. Помимо этого, в оффшорных местах обеспечивается секретность о настоящих собственниках и работы фирмы.

Оффшорное предпринимательство представляет немаловажную значимость в международной экономике вместе с годичными потоками многомиллиардных валютных средств, а также тысячами оформленных фирм и банков. В данных местах сохраняются активы множества агентов руководящего состава государств, в том числе мировых известностей, спортсменов и бизнесменов. Оффшорное предпринимательство воздействует на экономическую концепцию нашего государства вместе с крупными вложениями в отечественную экономику и выводом денежных средств в оффшорные зоны.

Многочисленные фирмы в нашем государстве зарегистрированы в оффшорных зонах, а богатые жители сохраняют собственные накопления и активы. Но невзирая на важность оффшорного бизнеса, он обладает отрицательными чертами: включает убывание денежных средств, уход от налогов, а также применение оффшорных фирм с целью аферы, отмывания средств и финансирования противозаконных террористических организаций. Всемирное общество старается повысить контроль над работой оффшорных фирм, однако это невыгодно тем странам, которые представляют собой эти

самые оффшорные зоны, так как данный вид деятельности приносит им основной доход.

На нашей планете имеется ряд разновидностей оффшорных компаний (табл. 1).

Таблица 1

Виды оффшоров

Категория	Вид
Компания холдингового типа	– оперативно-холдинговые компании; – компании по владению недвижимостью; – компании по владению судами; – компании по владению объектами интеллектуальной собственностью
Торгово-посреднические фирмы	– экспортно-импортные; – закупочные и дистрибьюторские
Компании финансового профиля	– оффшорные банки; – финансовые посреднические компании (частичные банки); – страховые компании

Оффшоры используются российскими компаниями по нескольким причинам (рис. 1):

Причины использования оффшоров российскими компаниями (по данным опроса, %)



Рис. 1. Причины использования оффшоров российскими компаниями

1. Налоговые преференции: многие зарубежные юрисдикции предоставляют налоговые льготы для зарегистрированных там компаний. Это позволяет снизить налоговые затраты компаний и увеличить их прибыль.

2. Конфиденциальность: оффшорные компании предоставляют высокий уровень конфиденциальности и анонимности своим владельцам. Это может быть полезно, если компания хочет скрыть свои финансовые операции или сделки.

3. Защита активов: оффшорные юрисдикции предоставляют более высокий уровень защиты активов, например, от судебных и кредиторских претензий.

4. Упрощение бизнес-процессов: оффшоры также используются для упрощения бизнес-процессов, что может включать в себя уменьшение бюрократии или упрощение законодательства.

5. Доступ к международным рынкам: некоторые компании используют оффшоры, чтобы получить доступ к международным рынкам или для торговли с другими странами без необходимости регистрации там своей компании.

Однако следует отметить, что использование оффшоров может быть связано с некоторыми рисками и негативными последствиями, такими, как повышение налоговых потерь и угроза непрозрачности деятельности компании. Также в некоторых случаях использование оффшоров может рассматриваться, как неэтичное или незаконное поведение.

В 2022 г. число отечественных фирм, перебравшихся в специальные административные районы (САР), возросло практически в 2 раза по сравнению с предыдущим годом.

Специальные административные районы (САР) предполагают собою местности с эластичным налоговым порядком регулирования фирм, переводящихся с зарубежной юрисдикции в отечественную. Оффшорные предпринимательство обладает собственными достоинствами, такими как налоговые привилегии, секретность, охрана активов, облегчение бизнес-процессов и допуск к интернациональным рынкам.

Проблемы развития оффшорного бизнеса в мире:

1. Негативное отношение общества и правительств к оффшорным операциям, которые часто ассоциируются с нечестностью и уклонением от налогов.

2. Регулярное изменение законодательства и регулирования на международном уровне, что может приводить к дополнительным расходам и ограничениям для компаний.

3. Усиленное контролирующее давление на международном уровне, которое приводит к увеличению сложности и сокращению возможностей для бизнеса.

4. Неопределенность связанная с политической и экономической нестабильностью в некоторых регионах мира, что может повлиять на инвестиционный климат и законодательство.

5. Необходимость высокой степени конфиденциальности и защиты данных, которая может привести к высоким затратам на обеспечение безопасности.

Как бороться с оффшорным бизнесом (несколько возможных шагов):

1. Проведение налоговых реформ, которые были бы направлены на сокращение налоговых льгот и закрытие налоговых убежищ, которые позволяют компаниям избежать налогообложения.

2. Разработка механизмов для более тщательной проверки финансовой деятельности компаний и определения их связей с оффшорными центрами.

3. Подписание международных соглашений о налогообложении и предотвращении налоговых утечек.

4. Разработка более жестких правил для банков и финансовых организаций, которые обслуживают клиентов с оффшорными счетами.

5. Усиление международного сотрудничества в борьбе с оффшорным бизнесом, в том числе обмен информацией между странами.

### **Библиографический список**

1. Ворожихин, В.В., Милоголов, Н.С., Церенова, К.А. Международное налогообложение: размывание налоговой базы с использованием оффшоров – 2016. –192 с.

© Мухамадеева Я.В., 2023

А.Д. НЕКРАСОВА

nesraasovaa@gmail.com

Науч. руковод. – ст. преп. Г.Р. АНТИПИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВОЗДЕЙСТВИЕ ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* в статье проведен анализ воздействия организованной преступности на экономическую безопасность предприятия, определены причины возникновения организованной преступности среди экономических субъектов, предложены рекомендации по борьбе с организованной преступностью хозяйствующего субъекта.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность предприятия, организованная преступность.

Организованная преступность – это форма преступности, при которой преступная деятельность организуется, контролируется и координируется группами или структурами, участники которых могут быть связаны криминальными связями, властью, бизнесом. Ее деятельность направлена на получение незаконной выгоды, используя для этого различные преступные методы и технологии.

По приведенной статистике числа зарегистрированных преступлений экономической направленности можно увидеть, что в период за 2010–2022 гг. было заметное сокращение числа зарегистрированных преступлений на 40,3% (рис. 1) [1].



Рис. 1. Количество, зарегистрированных экономических преступлений



На первый взгляд, такая динамика свидетельствует о повышении эффективности работы контрольно-надзорных органов по предупреждению экономических преступлений. С другой стороны, снижение количества выявленных экономических преступлений может свидетельствовать об увеличении числа латентных преступлений, что связано с усложнением схем экономических преступлений, появлением новых способов маскировки и сокрытия и, в свою очередь, с повышением сложности их выявления органами государственного контроля и надзора.

Возникновение организованной преступности среди экономических субъектов объясняется различными причинами.

1. Стремление к получению незаконной прибыли. Некоторые компании могут прибегать к преступной деятельности с целью получения дополнительной прибыли. К ним относятся взяточничество, мошенничество, уклонение от уплаты налогов и другие преступления.

2. Ослабление контроля и надзора. Когда компании ослабляют контроль и надзор за своими сотрудниками, это может привести к возникновению преступных организаций. Сотрудники могут использовать авторитет и знания компании для совершения преступлений.

3. Неэффективные системы безопасности. Если в компании нет адекватных систем безопасности для защиты данных и средств, злоумышленники могут проникнуть в систему и использовать ее в преступных целях.

4. Усиление конкуренции на рынке. В условиях обострения конкуренции на рынке некоторые компании могут использовать криминальные методы для подавления конкурентов или получения незаконной прибыли.

5. Низкие морально-этические стандарты. Если компании не придают значения этическим и моральным нормам, то сотрудники могут совершать преступления, не задумываясь об этом.

6. Нежелание платить налоги. Компании, нежелающие платить налоги, могут использовать различные криминальные способы сокрытия своих доходов. Это приводит к тому, что они совершают различные злостные преступления.

Организованная преступность может оказывать существенное влияние на экономическую безопасность хозяйствующего субъекта. Рассмотрим несколько способов, которыми это может происходить.

1. Расстройство баланса сил в рыночной среде. Организованная преступность может проводить монопольные практики на рынке, такие как запугивание конкурентов и заражение рынка нелегальными продуктами или услугами. Это может привести к искажению цен и расстройству баланса сил на рынке.

2. Финансовые потери. Организованные преступные группировки могут предложить незаконные услуги, такие как отмыwanie денег, которые могут использоваться для финансирования других преступных действий. Хозяйствующие субъекты могут стать жертвой на таких махинациях и не

только потерять свои собственные деньги, но и подвергнуться риску уголовное преследование.

3. Ущерб репутации. Если хозяйствующий субъект сталкивается с организованной преступностью, это может нанести ущерб его репутации. Покупатели могут начать избегать его продукты и услуги, а партнеры могут отказаться сотрудничать.

4. Конфиденциальность информации. Организованная преступность может иметь доступ к конфиденциальной информации о бизнесе, такой как финансы, планы развития или клиентская база. Это может нанести ущерб репутации и финансовую позицию хозяйствующего субъекта.

5. Угроза безопасности сотрудников. Организованная преступность может использовать насилие и угрозы, чтобы достичь своих целей. Это может создать реальную угрозу для безопасности сотрудников и воздействовать на эффективность работы хозяйствующего субъекта.

Таким образом, организованная преступность может иметь серьезное влияние на экономическую безопасность хозяйствующего субъекта, и предприниматели должны принимать меры для защиты своих интересов.

Рекомендации по борьбе с организованной преступностью хозяйствующего субъекта представим ниже.

1. Укрепление внутреннего контроля и аудита. Организованные преступные группы зачастую пользуются слабостями внутреннего контроля и аудита, чтобы внедряться в компанию и проводить свои криминальные схемы. Поэтому важно расширить систему внутреннего контроля и аудита, включая налаживание механизмов мониторинга финансовых потоков, перспективных сделок, контроля за сделками с ценными бумагами и недвижимостью, а также укрепление процедур по проверке новых сотрудников.

2. Сотрудничество с правоохранительными органами. Для успешной борьбы с организованной преступностью необходимо активно сотрудничать с правоохранительными органами. Ведь только они могут обеспечить установление фактов преступных действий, их квалификацию, а также привлечение к ответственности виновных. Однако важно также защищать компанию от мошеннических схем со стороны недобросовестных сотрудников правоохранительных органов.

3. Обеспечение системы внутренней безопасности. Для защиты от организованной преступности необходимо уделить особое внимание внутренней безопасности хозяйствующего субъекта. Это может быть достигнуто путем контроля доступа к информации и материальным ценностям, регулярным проведением инструктажей для сотрудников по требованиям внутренней безопасности, а также созданием специальных комитетов или служб по внутренней безопасности.

3. Мониторинг рисков и внедрение системы обнаружения мошенничества. Хозяйствующий субъект должен проводить мониторинг возможных рисков действий организованных преступных групп, особенно с точки зрения мошеннических схем, и внедрять их решения в систему

налаживания внутреннего контроля. К примеру, внедрение специальных алгоритмов обнаружения мошенничества и контроля за финансовыми потоками позволят эффективно бороться с криминальными схемами, которые пользуются слабостями управленческих структур.

4. Образование и подготовка сотрудников. Кроме улучшения системы внутренней безопасности, важное значение также имеет подготовка и образование сотрудников хозяйствующего субъекта, которые должны знать, как предотвратить возможные мошеннические действия и реагировать на злоупотребления со стороны организованных преступников. Компания может организовывать регулярные инструктажи и тренинги по вопросам безопасности, обучение использованию системы внутреннего контроля и мониторинга финансов.

В целом, организованная преступность представляет серьезную угрозу для экономической безопасности хозяйствующих субъектов, которая может привести к существенным финансовым потерям и даже угрожать их существованию. Таким образом, необходимо всесторонне бороться с этой проблемой и принимать меры для защиты хозяйственной деятельности предприятий.

### **Библиографический список**

1. Зарегистрировано преступлений экономической направленности / [Электронный ресурс] // Портал правовой статистики: [сайт]. – Режим доступа: [http://crimestat.ru/offenses\\_chart](http://crimestat.ru/offenses_chart) (дата обращения: 23.10.2023).

© Некрасова А.Д., 2023

М.В. ПЕТРОВ

*nearhope@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Л.Н. РОДИОНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ФИНАНСОВЫЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ, СПОСОБЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу современных аспектов финансового суверенитета. В данной статье исследуется эффективность сегментов финансовой системы в России, также укрепление экономики, повышение уровня конкурентоспособности.

*Ключевые слова:* финансы, экономика, суверенитет, анализ, рынок, система.

Финансовая система является ключевым звеном любого государства, представляющей особую важность и значимость. Финансовая безопасность и финансовый суверенитет страны неотъемлемо связаны со стабильностью ее финансового сектора. В условиях глобализации отношений в современном мире, особо актуальность приобретают вопросы обеспечения безопасности и охраны суверенитета России [3].

Предметом статьи является финансовый суверенитет.

Объектом является Российская Федерация.

Задачи статьи:

- 1) определение понятия «финансовый суверенитет» и его значение для Российской Федерации;
- 2) анализ текущего состояния финансового суверенитета РФ и выявление проблемных аспектов;
- 3) рассмотрение возможных способов обеспечения финансового суверенитета РФ;
- 4) российский суверенитет в условиях санкций.

Цель заключается в изучении и оценке положения России в финансовом мире, а также ее возможностей и способностей управлять своими финансовыми ресурсами, сохранять и укреплять свой финансовый суверенитет.

Данной проблематикой занимаются многие ведущие специалисты, среди которых: А.Г.Аксаков (председатель Комитета Государственной Думы по финансовому рынку), Г. О. Греф (директор Сбербанка), М.Ю. Головин (директор Института экономики РАН), Э. С. Набиуллина (Председатель Центрального банка Российской Федерации) и др.

Финансовый суверенитет – это способность государства контролировать и управлять своей экономикой, включая финансовую систему, денежную

политику и налоговые ставки. Он обеспечивает государству независимость от внешних финансовых влияний и защищает его финансовую стабильность.

Важность финансового суверенитета для России заключается в том, что экономика страны очень зависит от внешних финансовых факторов, включая изменения мировых цен на нефть и газ, рублевый обменный курс и санкции [2]. Хороший уровень финансового суверенитета позволяет России минимизировать эти влияния, обеспечивая стабильность в экономике и финансовой системе (рис. 1).

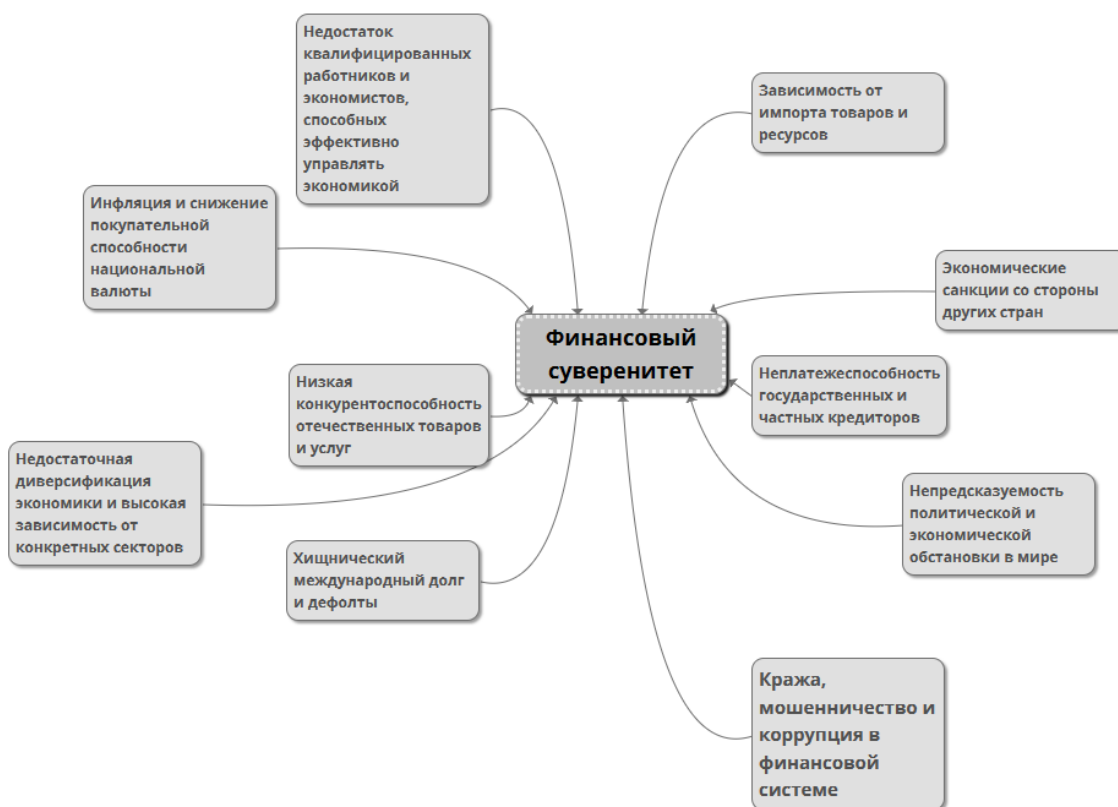


Рис. 1. Проблемы, составляющие угрозу фин. суверенитету

Проведем анализ финансовой системы РФ.

Следует отметить, что в нашей стране внесли законопроект о выходе из Международного валютного фонда (МВФ). Такая мера обосновывается проводимой МВФ в отношении России политикой, а также «санкционной политикой, особенно усилившейся с февраля 2022 г. по требованию руководства США и его сателлитов». Авторы проекта отмечают, что членство в МВФ не помешало вводить против России санкции в ответ на военную операцию на Украине, а сама организация не осудила ограничения. Москва считает вводимые санкции нелегитимными. Это может означать, что Россия будет менее зависима от международных финансовых институтов и сможет самостоятельнее определять свою экономическую политику. Однако это также может повлечь за собой негативные последствия, так как Россия может потерять доступ к финансовым ресурсам МВФ в случае кризиса.

«С 1992 г. Россия прошла долгий путь от должника до кредитора, получив от фонда около 22 млрд долларов в период с 1992 по 2003 годы (рис. 2). Еще в начале 1990-х МВФ был недоволен Россией, а России не нравились рецепты от клерков МВФ. С начала 2000-х, когда мировые цены на нефть поползли вверх, Россия в услугах фонда перестала нуждаться – деньги стали поступать благодаря природной ренте, а не воле кредитора» [5].

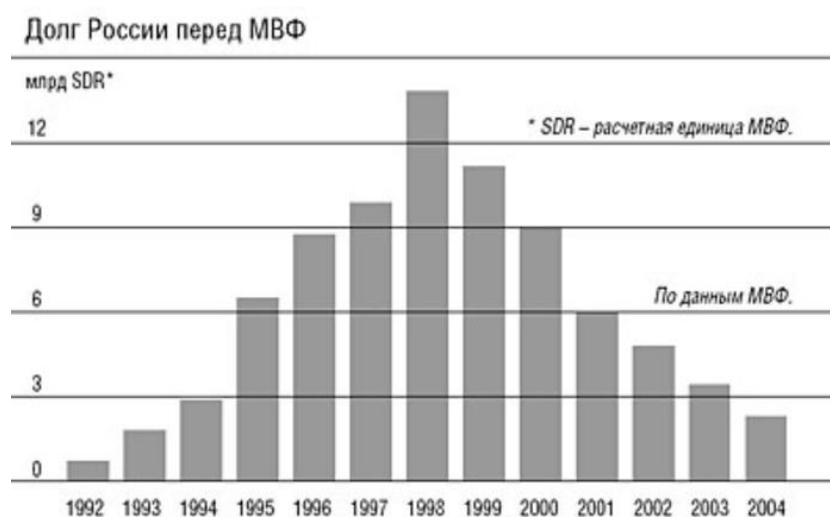


Рис. 2. Долг РФ перед МВФ

«С началом СВО МВФ превратилась в очередную площадку для противодействия России со стороны США. Во-первых, США запретили России менять SDR на доллары, лишив ее возможности получить 12,3 млрд SDR (17,5 млрд долларов) из средств фонда, выделенных для поддержки национальных экономик и борьбы с COVID-19. Другие страны деньги получили, но не Россия, а во-вторых, клерки фонда открыто выступают против России» [5].

«По долгам перед МВФ Россия расплатилась в 2005 году – деньги шли как на обеспечение внутренних потребностей, так и на погашение долгов (в том числе доставшиеся в наследство от СССР) перед Лондонским и Парижским клубом кредиторов. После 2005 г. Россия у фонда ничего не занимала» [5].

Что касается кредита, то стоит также отметить банк БРИКС, который как раз и создавался для критических ситуаций в странах «содружества», чтобы позитивно влиять на устойчивость и развитие экономик в государствах БРИКС, заявил отказом вкладывать деньги в нашу страну (наше государство является одним из пяти учредителей), выполняя ограничения Запада. Индия с Китаем отмалчиваются, ЮАР выступает у Запада гонимом по «мирным инициативам», и никто из них всерьез не поддержал Россию в ее нынешнем положении.

Чтобы обеспечить финансовый суверенитет России, необходимо принимать меры в четырех ниже следующих направлениях.

1. Развитие внутреннего рынка и укрепление экономической независимости, в том числе развитие инноваций и повышение конкурентоспособности сферы производства:

– развитие малого и среднего бизнеса;

- поддержка национальных производителей;
- развитие технологических инноваций;
- развитие инфраструктуры;
- развитие международного сотрудничества.

2. Диверсификация экономики и укрепление экспортного потенциала, чтобы снизить зависимость от экспорта нефти и газа:

- развитие нефтезаменяющих отраслей;
- развитие экспорта товаров с высокой добавленной стоимостью;
- развитие экспорта товаров с меньшей зависимостью от цен на нефть и газ;
- развитие экспорта на новые рынки;
- инвестирование в развитие инфраструктуры для экспорта.

3. Укрепление финансовой системы и повышение ее устойчивости, с целью минимизации рисков и создания благоприятных условий для роста экономики:

- развитие банковской системы;
- укрепление регулирования финансовых рынков;
- развитие альтернативных источников финансирования;
- укрепление системы страхования;
- развитие системы пенсионного обеспечения.

4. Развитие международных экономических связей, в том числе укрепление позиций России на международной арене, чтобы расширить экспортные возможности и привлечь инвестиции:

- развитие торговых отношений с другими странами;
- привлечение иностранных инвестиций;
- развитие международных научных и технологических связей;
- участие в международных организациях;
- продвижение национального бренда.

Чтобы эти меры были эффективными, необходимо продолжать улучшать инвестиционный климат в стране и работать над улучшением правовой базы для бизнеса. Только в таком случае будет достигнут реальный прогресс в обеспечении финансовой независимости Российской Федерации.

Денежные средства поступают для финансового суверенитета РФ можно брать из различных источников:

1) привлечение заемных средств на международных рынках. Россия может выпускать облигации и другие инструменты на международных рынках капитала для привлечения дополнительных средств;

2) привлечение иностранных инвестиций. Иностранные инвесторы могут вкладывать свои средства в различные проекты в России, что может способствовать развитию экономики и повышению финансовой суверенности;

3) налоговые поступления. Государство может увеличивать налоговые поступления за счет повышения ставок налогов или расширения налоговой базы;

4) приватизация государственных активов. Продажа государственных активов может принести дополнительные средства в бюджет и улучшить финансовую ситуацию страны;

5) развитие экспорта. Увеличение объема экспорта товаров и услуг может принести дополнительные доходы в бюджет и укрепить финансовую суверенность.

Санкции оказали серьезное влияние на российскую экономику, но Россия не стоит на месте. За последние годы Россия активно развивала свою экономику и финансовую систему, чтобы стать менее уязвимой к воздействию санкций [1].

Сегодня Россия имеет многое, что абсолютно необходимо для создания финансового суверенитета. Во-первых, Россия обладает значительными запасами природных ресурсов. Это позволяет России не только экспортировать сырье, но и иметь независимые источники доходов.

Во-вторых, Россия имеет сильную финансовую систему, которая позволяет нашей стране заявляться как международному рынку, так и привлекать зарубежных инвесторов. Благодаря этому Россия получает независимые источники финансирования.

В-третьих, Россия имеет достаточно денежных резервов, что позволяет нашей стране поддерживать стабильность своей экономики и финансового сектора в условиях санкций.

Однако необходимо отметить, что Россия не может полностью избежать последствий санкций. На нашей экономике есть отрицательное воздействие. Но мы делаем все возможное, чтобы соответствовать условиям и ограничениям, которые наложены на нашу страну.

Наша страна продолжает наращивать экономические и торговые отношения с другими странами, укреплять международное сотрудничество и привлекать иностранных инвесторов. Это позволяет России укреплять свою экономику и увеличивать ее устойчивость к внешним воздействиям.

В заключении хочу подчеркнуть, что Россия продолжает развиваться в условиях санкций и прилагает все возможные усилия для создания финансового суверенитета. Это позволит нам сохранять стабильность и рост, несмотря на внешние ограничения.

### **Библиографический список**

1. Ицкович, Б.Ф. Институциональное развитие системы органов финансово-хозяйственного контроля России. Практический аспект [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA: [сайт]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnoe-razvitie-sistemy-organov-finansovo-hozyaystvennogo-kontrolya-rossii-prakticheskii-aspekt?ysclid=lnx8fy5o5l448905362> (дата обращения: 19.10.2023).



2. Кудряшова, Е.В. Финансовая безопасность в иерархии целей стратегического планирования в Российской Федерации // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2019. – № 2. – С. 124–138.

3. Полухина, И.В., Леонова, И.П. Сущность финансовой безопасности и роль анализа финансового состояния для обеспечения экономической безопасности организации // Материалы X Международной научно-практической конференции. – Воронеж: под редакцией Д.А. Ендовицкого, Н.Г. Сапожниковой, Т.Н. Панковой., 2023. – С. 190–195.

4. Почему Россия не выходит из МВФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro-investing.ru/pochemu-rossiya-ne-vyhodit-iz-mvf/?ysclid=lnuks258jc721991355> (дата обращения: 19.10.2023).

5. Лизан, И. Быть или не быть? Что России дает членство в МВФ и почему мы там остаемся [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ukraina.ru/20230809/1048568296.html?ysclid=lnvwkt4j2913466314> (дата обращения: 19.10.2023).

© Петров М.В., 2023

А.П. ПЕТРОВА

*Arinakarina00@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Н. ШЕРЫШЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ КАК УГРОЗА БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ**

*Аннотация:* в статье представлен анализ понятия конфликт интересов, причины возникновения конфликта интересов, а также рассмотрение проблемы эскалации конфликта интересов на примере банковской системы Швейцарии.

*Ключевые слова:* конфликт интересов; проблема конфликта интересов; банковская система Швейцарии.

В современной ситуации, когда происходит глобальное изменение мира, все чаще государства, частные организации и гражданские лица переходят в конфронтацию друг с другом. Это может происходить по различным причинам, но основополагающей является экономическая. Без финансовых средств ни одно государство, ни одна компания и ни один человек не способны существовать. Экономическая выгода во многом является движущей силой современного общества, когда же финансовые интересы начинают разниться, происходит конфликт.

Конфликт интересов – ситуация, при которой личная заинтересованность какого-либо человека (группы людей) влияет или может повлиять на надлежащее, объективное и беспристрастное исполнение им трудовых обязанностей. Эта проблема проявляется в различных формах и на всех уровнях: экономической, политической, административной, научной и в другой деятельности. Конфликт интересов возникает между участниками общества, между органами управления и участниками общества, руководителями и подчиненными, между частными и государственными организациями, между государствами. Основополагающей причиной конфликта интересов выступает личная выгода, при этом личная заинтересованность ставится на уровень выше общественной или выше интересов организации и в конечном итоге приводит к расширению, переносу конфликта на более высокий уровень.

Проблема эскалации конфликта интересов прослеживается на примере банковской системы Швейцарии.

Швейцарская банковская система представлена тремя уровнями. Первый уровень занимает Швейцарский национальный банк, который осуществляет кредитно-денежную политику и совместно с Федеральным органом надзора за финансовым рынком отвечает за стабильное развитие всего финансового рынка. В отличие от других стран Швейцарский национальный банк является

частным акционерным обществом, держателями акций выступают кантоны (территориально-административные субъекты), кантональные банки и частные инвесторы. Второй уровень представлен частными банками. Наиболее крупными из них считаются транснациональные банки «UBS» и «Credit Suisse». На их долю приходится более 50% депозитов Швейцарии. Третий уровень банковской системы представлен банками кооперативного страхования и ссудными кассами, традиционной сферой деятельности которых являются операции по валютному и процентному арбитражу [4]. В правилах швейцарских банков на протяжении всей истории устанавливалась жесткая политика неразглашения сведений о клиентах, их финансовых сбережениях или активах, а также об их происхождении. Такая конфиденциальность прославила швейцарские банки, как у добропорядочных граждан, так и у представителей теневой экономики, как средство легализации финансовых активов [1].

В 2015 году французская газета Le Monde и Международный консорциум журналистов-расследователей (ICIJ) получили информацию о клиентах швейцарского банка группы HSBC примерно из 200 стран от источников в правительственных кругах Франции. Эти данные похитил и передал властям Германии за вознаграждение в 2,5 млн евро бывший сотрудник IT-отдела банка Эрве Фальчиани. Многие лица из переданного списка укрывали денежные средства от налогообложения или занимались легализацией активов. Это привело к большому мировому скандалу. Это была не первая и не последняя утечка данных. В связи с международным давлением, вызванным борьбой с отмыванием денег и уходом от налогов, банковская система Швейцарии была вынуждена раскрывать информацию о счетах своих клиентов, что вызвало конфликт интересов между банками и их клиентами [5].

В 2014 году швейцарский банк Credit Suisse официально признал себя в суде виновным в оказании помощи гражданам США в уходе от уплаты налогов и обязался выплатить \$2,6 млрд «Credit Suisse» стал первым за последние 20 лет крупным международным банком, признавшим вину в совершении уголовного преступления, и прежде всего разгласил данные клиентов [3].

В 2022 году повторно Министерство юстиции США подозревало «Credit Suisse» в том, что банк помогает американским клиентам скрывать доходы. В скором времени это подтвердилось и «Credit Suisse» выплатит 1,3 млрд долларов в пользу США. Также 2023 году банк «Credit Suisse» стал банкротом и в скором времени его поглотит банк-конкурент – «UBS». Из этого всего можно сделать вывод, что произошел конфликт интересов между частным банком Швейцарии и правительством США, в котором США оказалось победителем и свела всю политику Швейцарии о конфиденциальности банков на нет. Западные санкции против России не обошлись без участия Швейцарии. Она нарушила нейтралитет и заморозила счета российских граждан на сумму 7,94 млрд долларов, а также раскрыла данные об общей сумме вложений российских граждан на сумму 46,1 млрд швейцарских франков (50,3 млрд долларов США). Это привело к тому, что китайские компании и частные лица закрыли счета в частных банках,

из-за потери доверия, на сумму равную 10% ВВП Швейцарии, что в денежном соотношении составляет \$80 млрд. Кроме этого министр США подозревает частные банки «Credit Suisse» и «UBS» в помощи россиянам по уходу от западных санкций. На пике своего развития банки управляли более чем 60 млрд долларов для российских клиентов, которые приносили доход от 500 до 600 миллионов долларов в год, по данным Bloomberg.

Возможной причиной ухода швейцарских банков от политики безопасности данных клиентов, кроме международной борьбы с отмыванием денег и уходом от налогов, являются последствия экономического спада в 2020 году. Рост ВВП тогда составил -2,4%. Экономика же Швейцарии во многом зависит от импорта товаров и иностранных вложений. В 2023 году импорт товаров составлял 323 млрд долларов, что составляет примерно две трети от экспорта. Крупнейшими торговыми партнерами по импорту товаров в Швейцарию в 2021 году стали: Германия с долей 19,2% (62 млрд US\$); Великобритания с долей 11,2% (36 млрд US\$); США с долей 7,51% (24 млрд US\$); Италия с долей 7,43% (24 млрд US\$); Китай с долей 6,12% (19,7 млрд US\$); Франция с долей 5,82% (18,8 млрд US\$) [2] (рис. 1).

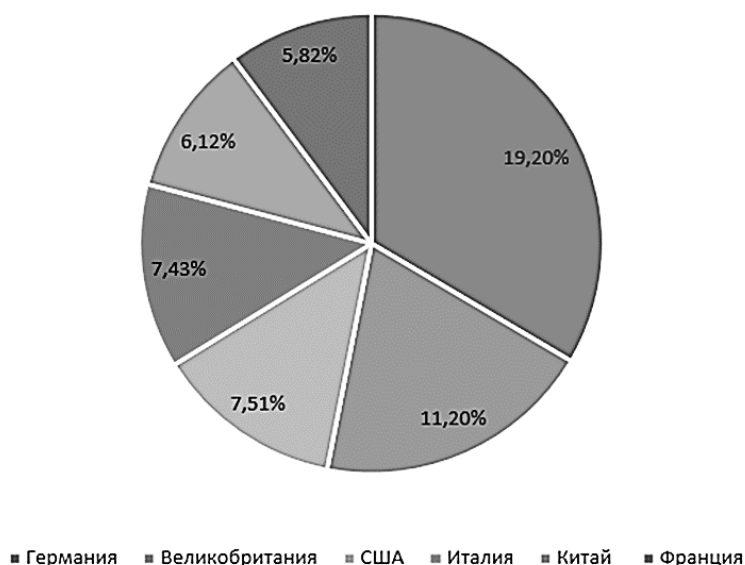


Рис. 1. Крупнейшие торговые партнеры по импорту товаров в Швейцарию

Все эти страны оказывают огромное экономическое и политическое влияние на Швейцарию, в том числе и на банковскую систему, несмотря на ее частный характер. Первоначально все началось с конфликта интересов. Продажа и публикация данных клиентов, в том числе деньги которых были не совсем легальны или не облагались налогами, переросла в мировой скандал, позднее государства начали совместно проводить мировую политику против ухода от налогов и отмывания денег, что стало одной из причин банкротства крупнейшего швейцарского банка «Credit Suisse». Безусловно, отмывание денежных средств и уход от налогообложения являются противозаконными действиями, но под этим предлогом оказывается прямое давление на

Швейцарию и косвенное давление на страны-клиенты швейцарских банков, что в конечном итоге приводит к эскалации конфликта.

С одной стороны, Швейцария и швейцарские банки должны сохранять нейтралитет, а с другой стороны сохранение этого нейтралитета приведет к конфликту с цепочкой стран, которые оказывают большое влияние на экономику и политику Швейцарии, что естественно не выгодно последней. Выбор в пользу Западных стран с одной стороны стабилизирует ситуацию в Швейцарии, а с другой стороны приводит к ухудшению ее экономических отношений со странами, не входящими в Западное объединение. Конфликты интересов, вызвавшие нарушение политики конфиденциальности банков, привели к дестабилизации экономической системы Швейцарии и ограничили ее возможности в сохранении нейтралитета в общей политике.

### **Библиографический список**

1. Федеральный департамент экономики Швейцарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wbf.admin.ch/wbf/en/home.html> (дата обращения: 18.10.2023).

2. Годовая статистика международной торговли товарами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://trendeconomy.ru/data/h2?commodity=TOTAL&reporter=Switzerland&trade\\_flow=Import&indicator=TV,YoY&time\\_period=2015,2016,2017,2018,2019,2020,2021](https://trendeconomy.ru/data/h2?commodity=TOTAL&reporter=Switzerland&trade_flow=Import&indicator=TV,YoY&time_period=2015,2016,2017,2018,2019,2020,2021) (дата обращения: 18.10.2023).

3. Деятельность банков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2475206> (дата обращения: 18.10.2023).

4. Банковская система Швейцарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.banki.ru/wikibank/bankovskaya\\_sistema\\_shveytsarii/](https://www.banki.ru/wikibank/bankovskaya_sistema_shveytsarii/) (дата обращения: 18.10.2023).

5. Комерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2475206> (дата обращения: 18.10.2023).

© Петрова А.П., 2023

УДК 331.44

Ю.И. РАХНИЙ

*rahni@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Н. ШЕРЫШЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация:* актуальность работы определяется тем, что успешное управление персоналом и обеспечение кадровой и экономической безопасности в настоящее время невозможно без использования социально-психологических методов.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, кадровая безопасность, управление персоналом, социально-психологические методы управления.

Экономическая безопасность – это ключевой фактор, который способствует развитию любой организации. Для того, чтобы достигнуть эту цель, необходимо максимально использовать имеющиеся ресурсы организации, а также обеспечить стабильное функционирование и кадровое развитие.

Одной из важных задач обеспечения эффективности организации является совершенствование системы кадровой безопасности. Кадровая безопасность – это одна из составляющих экономической безопасности.

Кадровая безопасность занимает важное место среди других элементов системы безопасности предприятия, так как персонал задействуется во всех процессах, осуществляемых на предприятии. Цель кадровой безопасности заключается в формировании стабильности функционирования, а также создании основы для роста.

От чего же зависит эффективное управление сотрудниками? Ответ прост и очевиден. Оно зависит от разработки грамотной кадровой политики и удовлетворенности персонала организацией. Грамотное управление персоналом играет важную роль, так как персонал является богатством и конкурентным преимуществом организации.

К ключевым задачам системы управления персоналом можно отнести:

- 1) правильную организацию процесса приема на работу;
- 2) проведение оценки профессиональных качеств сотрудников;
- 3) разработка мероприятий, которые повысят внутренний социально-психологический климат;
- 4) оценка реальных возможностей персонала;
- 5) разработка мер по вознаграждению сотрудников;
- 6) помощь в адаптации для новых сотрудников [1].

Эти задачи направлены как на развитие организации и эффективное функционирование, так и на развитие человеческих ресурсов.

Чтобы эффективно управлять персоналом мало обращать внимание только на задачи управления, следует также учитывать внешние и внутренние угрозы.

Ко внутренним угрозам относятся такие проблемы как:

- плохо разработанная система управления персоналом;
- примитивная система обучения;
- отсутствие результатов от системы мотивации сотрудников, и многие другие.

Кроме того, следует обратить внимание на внешние угрозы:

- более привлекательные условия мотивации у конкурентов;
- попытки конкурентов переманить сотрудников организации на свою сторону.

Существуют негативные факторы, которые могут оказать воздействие на сотрудников и влияют на внутренние процессы организации. К ним относятся внешние экономические изменения, зависимость сотрудников от различных факторов и инфляционные процессы. Для того, чтобы контролировать эти факторы существуют методы управления персоналом, которые делятся на три группы: принуждение (административные), побуждение (экономические) и убеждение (социально-психологические).

Подробно рассмотрим социально-психологические методы, в основе которых лежат законы двух сфер. Психология изучает поведение человека, изменение его действий и способы выявления условий, которые влияют на индивида. Социология расширяет сферу понятия об индивиде, объединяя несколько человек в единый коллектив.

Социально-психологические методы – это необходимость в системе управления персоналом и обеспечении кадровой безопасности. Они представляют собой способы воздействия, основанные на использовании социально-психологических факторов. К социально-психологическим факторам управления относится: формирование трудовых коллективов, установление социальных норм поведения, введение системы социального регулирования, социальное стимулирование, удовлетворение социальных потребностей, создание и поддержание социально-психологического благоприятного климата [2].

Для того, чтобы выявить применяемые в настоящее время социально-психологические методы управления было проведено исследование, в рамках которого респондентам предлагалось заполнить анкету.

В анкетировании приняло участие 50 человек из них 64% женщины и 36% мужчины. Самые большие категории опрошиваемых представлены в возрасте от 18–25 лет и от 36–45 лет.

В анкете участникам предлагалось ближе познакомиться с социально-психологическими методами управления персоналом и выбрать наиболее важные из них.

Для начала необходимо было определить знают ли респонденты о методах управления персоналом. Удалось установить, что о социально-психологическом методе знает 31 человек из 50 (рис. 1).



Рис. 1. Результаты исследования

Выяснилось, что большинство опрошенных сомневается в знании того, что включают в себя социально-психологические методы (рис. 2).



Рис. 2. Результаты исследования

Следующие вопросы были направлены на знакомство опрашиваемых с инструментами, которые применяются в социально-психологическом методе. Изучив результаты исследований (табл. 1, табл. 2, табл. 3), можно обозначить некоторые, наиболее интересные методы управления, такие как социально-психологические стимулы в мотивации трудовой деятельности, условия формирования благоприятного климата в коллективе и социальные планы развития человека и коллектива.

Таблица 1

Какие социально-психологические стимулы в мотивации трудовой деятельности подходят корреспондентам больше всего?

Варианты ответа	Количество проголосовавших	Удельный вес, %
1	2	3
Общественное признание	12	24



Продолжение табл. 1

1	2	3
Возможность участия в управлении	27	54
Гибкий график	32	64
Дополнительный отпуск	34	68
Личная похвала	12	24
Подарки за высокие результаты в работе и творческие достижения	28	56

Таблица 2

Какие из условий формирования благоприятного климата в коллективе корреспондентам интересны больше всего?

Варианты ответа	Количество проголосовавших	Удельный вес, %
Мероприятия по сплоченности	24	48
Командные ритуалы	10	20
Формирование корпоративного духа (Например, бесплатные обучающие курсы, мастер-классы или отдых для сотрудников)	36	72
Свободное выражение собственного мнения членами организации при обсуждении всех вопросов жизни коллектива	30	60
Удовлетворенность принадлежностью к учреждению	10	20
Высокая требовательность и доверие сотрудников друг к другу	22	44

Таблица 3

Какие из социальных планов развития корреспонденты предпочли бы больше всего?

Варианты ответа	Количество проголосовавших	Удельный вес, %
Повышение квалификации и образование рабочих мест	31	62
Поддержка конкретных социальных групп	10	20
Защита от социальных рисков (Например, охрана здоровья, пенсионное обеспечение, жилищные программы и т. д.)	37	74
Улучшение условий труда	30	60

Тот факт, что одно из первых мест среди всех социально-психологических методов управления, занимает именно группа «Условия формирования благоприятного климата в коллективе» легко объясним. Для современного мира, организации уже недостаточно быть просто хорошей. Социально-психологический климат играет важную роль в межличностных отношениях в коллективах, и оказывает влияние на все аспекты управления. Но

стоит отметить, что благоприятный психологический климат является результатом слаженной и упорной работы всего коллектива, а также грамотной деятельности руководителя в области управления.

Анализируя ситуацию, можно сделать вывод, что успешность организации в экономическом плане связана с эффективностью управления персоналом. Использование социально-психологических методов управления позволяет учитывать мотивы и потребности сотрудников, а также анализировать перспективы изменений, что в свою очередь способствует принятию оптимальных управленческих решений, которые влияют на общую экономическую безопасность организации.

### **Библиографический список**

1. Аверин, А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации / А.Н. Аверин. – 3-е изд. – М.: Флинта: МПСИ, 2018.

2. Базаров, Т.Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов / Т.Ю. Базаров. – М.: Издательство Юрайт, 2020.

© Рахний Ю.И., 2023

А.В. ТРИФОНОВА, Д.Р. УРАЗМЕТОВА

*trifonova.aljo15@yandex.ru, dianaurazmetova@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. юрид. наук, доц. З.З. ТАЛЫНЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПРИЧИНЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ ЕЕ АНАЛИЗ И ПУТИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

*Аннотация:* данная статья посвящена анализу причин преступности в сфере экономической деятельности. В данной статье исследуются факторы экономической преступности, представлены меры борьбы с экономической преступностью, также приведены статические данные экономической преступности.

*Ключевые слова:* преступность, экономика, экономическая преступность, организованная преступность, анализ, рынок.

В хозяйственной (экономической) сфере противоправные деяния (преступления) имеют различные причины, на которые влияют общая оценка и процессы социального развития. Выявление таких факторов преступности в этой сфере большое влияние имеет на непростую экономическую ситуацию в стране и возможности ее улучшения, а также политические и социальные противоречия и многие другие обстоятельства.

В связи с этим можно выделить несколько следующих факторов экономической преступности.

Среди социально-экономических факторов экономической преступности можно выделить следующие.

Во-первых, безработица – это один из главных показателей преступности, так как человек может столкнуться с финансовыми трудностями, что может повлечь за собой незаконный заработок денег;

Во-вторых, уровень жизни населения, который показывает насколько человек может быть финансово защищен;

В-третьих, инфляция может вызвать поляризацию населения по их уровню дохода, чем больше будет разница между богатым и бедным слоем населения, тем будет больше социальная напряженность и, следовательно, преступность населения;

Среди социально-политических факторов экономической преступности можно выделить следующие.

Во-первых, как фактор усиления экономического кризиса может стать политическая нестабильность, следовательно, подрвать статус государства как гаранта экономической стабильности и безопасности.

Во-вторых, способом распространения экономической преступности может стать незаинтересованность или низкий уровень участия граждан в борьбе с ней.

В-третьих, как социально-политический фактор можно выделить коррупцию, так как она непосредственно влияет на принятие антикризисных мер в сфере экономических преступлений.

Среди социально-правовых факторов экономической преступности можно выделить следующие.

Во-первых, можно выделить некоторые противоречия, а может даже и некоторые пробелы, в российском законодательстве, к примеру, в финансовом, налоговом или бюджетном, что может способствовать созданию благоприятной среды для преступлений в сфере экономики.

Во-вторых, уголовно-правовые нормы имеют очень сложную структуру, можно выявить некоторые несоответствия или даже «лазейки» для уклонения от ответственности, что может также послужить проблемой и, следовательно, увеличению экономической преступности.

Получается, что имеется много причин для преступности в хозяйственной сфере, и очень важно их понимать, чтобы бороться с ними. Поэтому крайне необходимо проводить комплексные меры, которые будут направлены на усовершенствование экономической ситуации и законодательства, борьбу с коррупцией и вовлечение граждан в предотвращение преступлений. Именно таким образом можно добиться снижения уровня экономических преступлений, следовательно, создать благоприятные условия для развития экономики и общества в целом.

Такие явления как экономические преступления и организованная преступность имеют связь между собой, так как организованная преступность может встраиваться в систему экономических, социальных и политических связей, и оказывать влияние на жизнь общества. Именно поэтому организованная преступность – угроза экономической безопасности страны. Данная угроза проявляется в прямых убытков, коррупции, снижения инвестиционной привлекательности и другом.

Рассмотрим статистику преступлений экономической направленности.

Делая выводы из рисунка 1 можно сказать, что с 2017 года по 2020 год число экономических преступлений стабильно. Анализируя 2021 году выросло число выявленных преступлений на 12,2 тысячи преступлений.

Рассматривая экономические преступления по регионам, то тут число таких преступлений разнится. В тройку регионов с наибольшим числом мелкого взяточничества вошли Республики Башкортостан (186), Дагестан (185) и Ставропольский край (175)

За период с 2018 года по 2020 год в стране зарегистрировано 30,5–31 тысяча преступлений (2018 год – 30 495, 2019 год – 30 991, 2020 год – 30 813). В структуре этих преступлений половина выявленных является взяточничеством, а каждый третий факт – мелкое взяточничество.



*Рис. 1.* Статистика преступлений по годам с 2017 по 2021 год

Имущественный ущерб от финансовых нарушений, по данным представленным Министерством Внутренних Дел Российской Федерации составляет почти 700 миллиардов рублей в 2021 году, если сравнить с 2020 годом, то наблюдается двукратный рост.

Так, можно выявить главные причины увеличения показателей материального ущерба от экономических преступлений:

- 1) увеличение числа квалифицированных махинаций, в том числе в сфере кредитования, с использованием электронных средств платежа и так далее;
- 2) изготовление фальшивых денежных знаков, купюр или ценных бумаг;
- 3) коррупции;
- 4) налоговых преступлений



Рис. 2. Статистика видов экономических преступлений в России и в мире

Наиболее часто выявляемыми экономическими преступлениями в России являются (рис. 2):

- 1) незаконное присвоение активов;
- 2) взяточничество;
- 3) мошенничество при закупках.

Незаконное присвоение активов – это вид мошенничества, непосредственно связанный с кражей или неправомерным присвоением сотрудником активов организации, оно может выражаться как в денежном эквиваленте, так и в физическом характере. Кроме того, неправомерное использование активов – это деяние, которое гораздо более потенциально и за которое труднее наказать, чем незаконное использование. В случае если схема хищения раскроется, то физическое или юридическое лицо которое несло финансовую ответственность, будут наказано и привлечено к уголовной ответственности в соответствии статьей 21 Уголовного кодекса Российской Федерации «Преступления против собственности», компания может даже не иметь возможности строить предположения о незаконном использовании активов.

Взяточничество и мошенничество с закупками относятся к одному из видов «коррупции», она может быть выявлена как на электронных площадках, так и внутри вашей организации, еще она включает запрещенные подарки и экономическое вымогательство для личных целей. Мошенники с помощью нелегальных схем получают доступ к сайтам закупки и создают иную

процедуру торгов, которая является фиктивной. Далее по схеме, в которой мошенники используют влияние компании для получения несанкционированной прибыли вопреки долгу перед работодателем, указывают фиктивный счет, с которого денежные средства быстро исчезают. Однако если взяточничество подлежит уголовному преследованию по ст. 204 «Коммерческий подкуп» Уголовного кодекса Российской Федерации, то конфликт интересов, реализованный в пользу стороны, выраженный в конкретной схеме закупок или продаж или в торговом сговоре, часто трудно определить, финансово оценить и привлечь к ответственности

Данные преступления, как правило, совершаются работниками компании, в это же число входят и руководители и это является общественно-опасным деянием.

Рассмотрим меры предупреждения организованной преступности.

Для того чтобы препятствовать организованной преступности необходимо принять следующие меры:

1) пересмотр нормативных правовых актов и принятие их нововведений, предотвращающих преступные посягательства в сфере экономических отношений;

2) создание специальных служб, которые будут ориентированы на безопасность и охрану общественного правопорядка;

3) улучшение материально-технического обеспечения и финансового обеспечения правоохранительных органов, введение последних новинок современных технологий для выявления преступлений;

4) пересмотр уже имеющихся нормативно-правовых актов в целях выявления новых способов юридических уловок для совершения экономических преступлений, а также мониторинг использования технических средств с целью выявления их уязвимости;

5) предупреждение, выявление или пресечение экономических преступлений можно осуществить с помощью большего количества оперативно-розыскных мероприятий;

6) ужесточение мер ответственности в Уголовном кодексе РФ, совершивших противоправные действия в сфере экономики, так как имеющееся наказание имеют малое влияние на лиц, которые совершили преступление;

7) предоставление компенсации потерпевшим за убытки, понесенные в результате совершения экономических преступлений;

8) информационная поддержка, то есть привлечение СМИ, ежемесячное публикование правоохранительными органами информации о борьбе с экономическими преступлениями и результаты негативных последствий.

Все эти меры по предупреждению организованной преступности направлены на повышение эффективности противодействия и снижение ее негативного влияния на экономическую безопасность страны.

Таким образом, предупреждение экономических преступлений представляет собой сложный, глобальный и многогранный процесс, предполагающий применение экономических, финансовых, организационно-

управленческих, правовых, технических, культурных, просветительских и других мер. В тоже время профилактика может быть эффективно только при всестороннем воздействии на причины экономических преступлений и условия, их порождающие.

### Библиографический список

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.10.2023).
2. Федеральный закон «О безопасности» от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ.
3. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
4. Постановление Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года» (с изменениями и дополнениями).
5. Стратегия обеспечения экономической безопасности до 2030 года, утвержденной указом Президента РФ № 208 от 13.05.2017.
6. Криминологический анализ преступности в сфере экономики: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriminologicheskiy-analiz-prestupnosti-v-sfere-ekonomiki> (дата обращения: 25.10.2023).
7. Министерство внутренних дел Российской Федерации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://мвд.рф/reports/item/28021552/> (дата обращения: 25.10.2023).

© Трифонова А.В., Уразметова Д.Р., 2023



Г.И. ФАТКУЛЛИНА

*gulnaz.fatkullina.02@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. И.В. ДМИТРИЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ МОШЕННИЧЕСТВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ**

*Аннотация:* в данной статье рассмотрены способы минимизации мошенничеств с использованием пластиковых карт. Были проанализированы статистические данные различных источников и выяснены способы кражи денежных средств, причины, как можно избежать данных ситуаций и какие решения принять, чтобы уменьшить мошенничества.

*Ключевые слова:* карты, мошенничества, хищение средств, защита, денежные средства, операции.

С каждым годом количество пользователей пластиковых карт увеличивается. И вполне понятно почему: это достаточно удобно, круглосуточный доступ к денежным средствам, многие действия, покупки можно выполнять через интернет и другое. Но помимо этого увеличивается и количество мошенничеств. И это может подтвердить статистика:

В первом квартале 2022 года банки РФ выпустили 341 млн карт, что является рекордным показателем за последние 10 лет. Основной причиной высокого спроса стал уход платежных систем Visa и Mastercard из России, из-за чего клиенты стали активно оформлять «Мир» и UnionPay. На кредитные карты тоже увеличился спрос. Но увеличилось и количество мошенничеств, злоумышленникам удалось украсть 14,1 млрд рублей у клиентов банков. Это связано с развитием новых дистанционных платежных сервисов и ростом электронных переводов, объясняется в сообщении ЦБ.

Чтобы понять, как минимизировать мошеннические операции, необходимо разобраться, как происходит кража денег. «Основным инструментом злоумышленников для хищения средств осталось использование приемов и методов социальной инженерии, когда человек под психологическим воздействием добровольно переводит денежные средства или раскрывает банковские сведения, позволяющие злоумышленникам совершить хищение. В 2022 году доля таких операций составила 50,4% против 49,4% годом ранее. Такое мошенничество чаще всего происходит через телефонные звонки. В ЦБ отмечают, что в 2022 году к ранее используемым сценариям звонков злоумышленников от якобы «специалистов службы безопасности банка», «правоохранительных органов» и «Центрального банка» добавились сценарии, связанные с частичной мобилизацией. ЦБ направил операторам связи с целью

принятия соответствующих мер реагирования 756 тыс. номеров телефонов, которые использовали злоумышленники. Это в 1,7 раза превышает показатель 2021 года» [1].

«"Также в 2022 году мошенники стали активно использовать для хищения денег социальные сети и мобильные приложения", – указал регулятор. В период с 28 февраля по 31 декабря 2022 года Банк России инициировал блокировку 1942 страниц в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники» и 23 мобильных приложений в App Store, Google Play и в других магазинах приложений. Большинство средств – 9,2 млрд руб. – украдено через банковские приложения и сайты. Еще 2,5 млрд руб. мошенники похитили через оплату товаров и услуг в интернете. Наименьший объем – 1,5 млрд руб. – был украден при использовании карт без согласия их владельцев в банкоматах или терминалах. "Злоумышленники продолжили применять комбинированные схемы мошенничества, при которых жертву вынуждали совершать перевод через эти каналы, что привело к росту показателя операций без согласия клиентов в этой группе", – объясняют в ЦБ» [1].

«В 2022 году кредитные организации вернули жертвам банковских мошенников всего 4,4% от украденных средств, или 618,4 млн руб. Это минимальный показатель с 2019 года, следует из обзора Банка России об инцидентах при переводе денежных средств. "Такой уровень возмещения объясняется сохранением высокой доли социальной инженерии, когда граждане самостоятельно переводят средства злоумышленникам или раскрывают банковские данные", – объясняется в сообщении ЦБ. В таких случаях хищения банки по закону не обязаны возвращать деньги» [1].

Рассмотрим, какие бывают виды мошенничеств с пластиковыми картами и как можно их избежать

Скимминг – это кража данных банковской карты через устройства, установленных на банкоматах, которые копируют информацию с магнитной полосы или чипа карты и фиксируют ввод PIN-кода. Чтобы избежать скимминга, необходимо использовать банкоматы в отделениях банка с антискиммерами, прикрывать клавиатуру второй рукой и не допускать подозрительных людей.

Фишинг – это мошенничество, происходящее в основном в интернете, при котором мошенники создают поддельные страницы, на которые пользователи попадают через ссылки, затем требуют ввести данные карты. Чтобы избежать фишинга, нужно проверять надежность сайтов, обращаться за помощью к поддержке и никогда не сообщать данные карты по телефону.

Вирусы – это программы, замаскированные под другие программы, которые могут использовать различные способы взлома и подменять запросы, которые выдают поисковики, перенаправляя пользователей на фишинговые сайты. Нужно использовать лицензионное программное обеспечение и надежный антивирус, чтобы защитить себя от этой угрозы.

Кража денег с бесконтактных карт угрожает пользователям технологий PayWave и PayPass, так как карту можно использовать без ПИН-кода

(персональный идентификационный номер). Для защиты карты рекомендуется хранить ее в кошельке или чехле с защитным слоем из алюминия, который блокирует сигналы от считывающих устройств. Мошенники в банках и магазинах могут использовать свои положения для кражи информации о вашей карте. Они могут попросить вас отдать карту для проведения операции и затем скопировать информацию с использованием скиммера или компьютера. Как избежать такой ситуации? Нужно держать карту при себе, никому ее не отдавать. Также помнить, что сотрудники банка не имеют права запрашивать ПИН-код (персональный идентификационный номер) карты.

Поддельные банкоматы. Они редки, так как дорогие в изготовлении. Их устанавливают в местах без камер и охраны. Чтобы их избежать, следует пользоваться банкоматами в банках и людных местах. Они отличаются от настоящих тем, что не закреплены к полу, легким весом и неподключением к электросети.

Новое мошенничество – объявления с выгодными предложениями на авиабилеты и номера в отелях. Представляются родственниками людей, которые пользуются корпоративными скидками, просят перевести деньги на карту и высылают подтверждение бронирования. При проверке все выглядит настоящим, но деньги попадают на краденую карту. Покупатель остается без брони и может быть задержан при попытке поселиться в отеле или сесть в самолет.

Также есть еще один способ:

1) при получении денег от неизвестного человека и просьбе вернуть их по другим реквизитам, лучше обратиться в банк, чтобы избежать возможных проблем.

2) не нужно соглашаться на предложения мошенников вернуть деньги за комиссию, чтобы не стать соучастником преступления. Лучше вернуть всю сумму обратно и сообщить в банк о случившемся.

3) покупатель оплачивает покупку в интернете, а деньги за нее приходят на карту жертвы. После вам позвонит злоумышленник и попросит перевести деньги на счет по другим реквизитам. Преступник получает деньги и исчезает, покупатель остается без товара, а жертва оказывается втянута в преступную схему.

Как можно обезопаситься от таких ситуаций?

Мошенники ежедневно придумывают новые схемы получения доступа к счетам. И нет универсального способа, как избежать хищения средств. Но есть множество решений, как обезопасить себя, применив которые можно будет не беспокоиться. Одни из этих решений были перечислены выше. Помимо вышесказанных советов следуют соблюдать данные правила:

1) поставить ограничения для платежей, перевода, снятия денег

2) не стоит хранить большие суммы на основной дебетовой карте. Лучше для них открыть отдельный счет. Или завести две карты: в одной будут храниться деньги, а с другой совершаться операции

3) также стоит подключить оповещения по SMS (служба коротких сообщений), благодаря чему можно будет отслеживать состояние счета карты

4) если карта была утеряна и она может попасть в руки мошенников, то нужно ее заблокировать

5) не стоит хранить ПИН-код (персональный идентификационный номер) в записках телефона. Потому что облачные хранилища могут подвергаться взлому

Какие есть решения уменьшения мошенничеств?

В первую очередь, быть бдительным и грамотным именно пользователям пластиковых карт. Изучить виды мошенничеств, как это работает и как избежать этого.

Одни из решений, которые можно предположить: добавить доверенный режим для личного кабинета. То есть при входе с нового устройства, не получится выполнять переводы определенное количество времени. Чтобы внести в доверенный режим устройство, необходимо ввести кодовое слово или подтвердить с основного устройства, где уже авторизованный личный кабинет. Также можно добавить функции основного устройства, через которое была бы возможность отслеживать устройства, которые находятся в личном кабинете и можно было бы их удалять.

### **Библиографический список**

1. Банки вернули жертвам мошенников минимальную за четыре года сумму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finansist-kras.ru/news/analitics/banki-vernuli-zhertvam-moshennikov-minimalnuyu-za-chetyre-goda-summu/>

2. Мошенничество с банковскими картами и платежами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мошенничество\\_с\\_банковскими\\_карта\\_ми\\_и\\_платежами.](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мошенничество_с_банковскими_карта_ми_и_платежами.)

3. Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://habr.com/ru/news/675094/.](https://habr.com/ru/news/675094/)

4. Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/06/03/2021/60422c739a79471a763211a7?ysclid=lnrw32wung568164604.>

© Фаткуллина Г.И., 2023

Е.В. ФАТХИЕВА

*fatkhieva.lena@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Н. ШЕРЫШЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* статья посвящена проблеме мотивации как важного фактора обеспечения продуктивной рабочей деятельности сотрудника и анализу ее влияния на экономическую безопасность.

*Ключевые слова:* мотивация, методы мотивации, экономическая безопасность.

Ключевой задачей любой организации является рациональное использование имеющихся ресурсов с целью получения оптимального результата и поддержания должного уровня экономической безопасности. Общепринятая концепция о том, что важнейшим ресурсом является персонал, повышает значимость мотивации, выступающей важным звеном системы управления персоналом [1].

Мотивация, действительно, повышает производительность труда. Высокая мотивация способствует более эффективной работе сотрудников, что в свою очередь приводит к лучшим результатам организации в целом. Кроме того, изменение отношения сотрудников к своей работе может привести к повышению прибыльности компании [3].

Не мотивированный персонал выполняет свою работу с меньшей отдачей, что приводит к целой совокупности рисков экономической безопасности, к числу которых можно отнести следующие.

1. Повышение текучести кадров и недостаток специалистов.
2. Снижение качества производимой продукции, вследствие чего снижается и спрос на продукцию.
3. Невыполнение плановых показателей, отсутствие дисциплины.
4. Наличие производственных браков.
5. Учащение мелких хищений, отсутствие у сотрудников стремления к соблюдению правил обеспечения информационной, имущественной и личной безопасности [2].

Для изучения выделенной проблемы обратимся к анализу понятия «Мотивация». По мнению Д. Н. Ушакова, мотивация – это совокупность мотивов, обуславливающих тот или иной поступок [6].

В новой философской энциклопедии под мотивацией понимают внутреннее побуждение к действию, обуславливающее субъективно-личностную заинтересованность индивида в его свершении [7].

Толковый переводоведческий словарь трактует мотивацию как систему побудительных причин человеческого поведения, источник активности, организующий и направляющий деятельность человека [5].

Таким образом, мотивация – это совокупность внешних и внутренних сил, которые побуждают человека к деятельности.

Анализ показал, что хорошая мотивация и благоприятный климат положительно влияют не только на качество производимой продукции, но и на самого человека.

С целью понимания значения мотивации труда сотрудников был проведен опрос на предприятии ООО «Уфабурмаш», принимали участие 21 человек. Ниже представлены результаты.

По данным опросника большинству сотрудников, а именно 42,9% считают, что работа занимает наиболее значимое место в жизни (рис. 1).

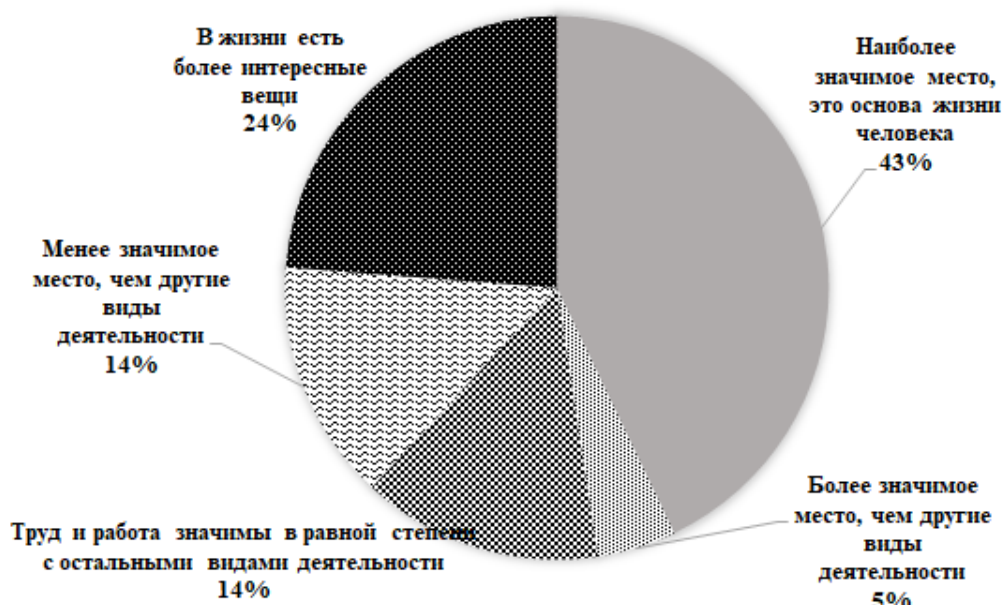


Рис. 1. Роль и место работы в жизни человека

47,6% опрошенных полностью удовлетворены работой в своей организации, 28,6% частично удовлетворены. Это говорит о том, что люди заинтересованы работать, следовательно, есть факторы, которые формируют лояльность сотрудников.

При этом 43% согласились бы перейти на другую должность при увеличении заработной платы (рис. 2).

Это обусловлено тем, что людям важнее получать материальный достаток (66,7%) нежели моральное удовлетворение (33,3%).

Для сотрудников важнее всего уровень оплаты труда и коллектив, второе место занимает отношение с руководством и возможность карьерного роста.

В руководителе сотрудники в большей степени ценят умение идти на уступки, справедливость и компетентность.



Рис. 2. Условия для ротации кадров

Большинство опрошенных работают в своей компании, потому что зарабатывают там деньги (85,7%), есть возможность роста (52,4%), а также могут многому научиться (57,1%) (табл. 1).

Таблица 1

#### Причины трудоустройства в компании

Причина	Результаты опроса
Я работаю в компании, потому что (3 важные причины)	
Здесь я могу зарабатывать деньги	18 (85,7%)
Это временная для меня работа	5 (23,8%)
Возможности к самореализации	11 (52,4%)
Возможности к обучению	12 (57,1%)
Стабильность компании	5 (23,8%)
Признание и уважение коллектива	6 (28,6%)
Нравится коллектив	6 (28,6%)

Респондентов мотивирует к работе в большей степени (76,2%) материальное вознаграждение, второе место (38,1%) занимает общий трудовой настрой коллектива (табл. 2).

Таблица 2

#### Мотиваторы для сотрудников

Причина	Результаты опроса
Что Вас стимулирует к работе? Выберите 2 утверждения	
Материальное вознаграждение	16 (76,2%)
Моральное вознаграждение	7 (33,3%)
Опасение потерять работу	5 (23,8%)
Общий трудовой настрой коллектива	8 (38,1%)
Рейтинговая система оценки деятельности	6 (28,6%)

Большинство респондентов (38,1%) устраивает действующая система мотивирования, однако 33,3% опрошенных считают, что она недостаточно продумана (рис. 3).



Рис. 3. Оценка системы стимулирования в компании

Анализ показал, что сотрудники замотивированы работать именно в данной организации, однако система стимулирования организации нуждается в доработке. Респонденты, в свою очередь, считают, что лучший способ повышения их мотивации к работе является денежная оплата.

Таким образом, для совершенствования системы мотивирования предприятию можно предложить следующие методы.

1. Обеспечить достойную оплату труда. Это один из наиболее важных факторов, когда работник получает справедливую оплату, это повышает его удовлетворенность.

2. Создать командный дух и корпоративную культуру. Когда работники чувствуют себя частью команды, они более склонны к обмену опытом и продуктивному сотрудничеству.

3. Предоставление возможности роста и развития. Работники, которые чувствуют, что у них есть возможность роста более мотивированы и продуктивны. Компании могут предоставлять доступ к обучению и тренингам.

4. Поддержание рабочей атмосферы. Компания должна обеспечить сотрудников комфортными и безопасными рабочими местами, а также обеспечить необходимыми технологиями.

5. Предоставление возможности сотрудникам принять решение. Можно использовать такие методы, как консультация, опросы и прочее.

6. Повышение уровня коммуникации. Руководство должно убедиться, что оно открыто общается со своими сотрудниками, учитывает их мнения и предложения. В свою очередь персонал тоже должен быть открыт руководству [4].



По совокупности данных методов мотивация сотрудников может иметь положительное влияние на экономическую безопасность предприятия, способствуя повышению прибыли, снижению затрат и укреплению конкурентоспособности.

Таким образом, можно сделать вывод, мотивация сотрудников имеет важное значение в обеспечении экономической безопасности предприятия. Руководители должны активно работать над поддержанием высокой мотивации сотрудников, предоставляя стимулы и поощрения, а также развивать карьерные возможности. Это поможет, противостоять экономическим угрозам со стороны персонала и обеспечит успешное функционирование и прибыльность предприятия.

### **Библиографический список**

1. Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.audit-it.ru/terms/trud/motivatsiya\\_personala.html](https://www.audit-it.ru/terms/trud/motivatsiya_personala.html).

2. Жаброва Т.В. Экономика и бизнес: теория и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sciup.org/motivacija-truda-personala-kak-faktor-povysheniya-jekonomicheskoj-bezopasnosti-170196209>.

3. Индикаторы экономической безопасности персонала в системе управления предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/342967/ekonomika/indikatory\\_ekonomicheskoy\\_bezopasnosti\\_personala\\_sisteme\\_upravleniya\\_predpriyatiem](https://studme.org/342967/ekonomika/indikatory_ekonomicheskoy_bezopasnosti_personala_sisteme_upravleniya_predpriyatiem).

4. Сервис Тестограф [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/blog/employee-motivation>.

5. Толковый переводоведческий словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/translatology/%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>.

6. Толковый словарь Ушакова онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=30744>.

7. Электронная библиотека ИФ РАН. Новая философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH7c502311983e879124187c>.

© Фатхиева Е.В., 2023

А.И. ХАМЕТОВА

*panina.anechka@bk.ru*

Науч. руковод. – д-р экон. наук, проф. Л.Н. РОДИОНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ФИНАНСОВАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ**

*Аннотация:* с 2019 года Российская Федерация находится под санкциями и с каждым годом количество санкций в отношении РФ увеличивается. На сегодняшний день Россия является лидером по количеству санкций среди всех стран мира. Так в статье пойдет речь о негативных и позитивных влияниях данных санкций на политическое и экономическое состояние страны и ее внутренние процессы.

*Ключевые слова:* экономическая безопасность, санкции, военная операция, стабильность, финансы, устойчивость, страна-мишень, страна-инициатор.

На современном этапе в условиях экономической нестабильности и рядом политических изменений, большинство стран находятся в противоречивом отношении. Так в отношении Российской Федерации рядом зарубежных стран были выработаны меры давления – санкции. Санкции представляют собой инструмент давления со стороны внешней политики и является одним из инструментов который оказывает значительное влияние на состояние экономической безопасности государства.

Рассматривая последствия санкционных мероприятий, следует отметить следующие:

– рост давления на политическую обстановку (могут быть механизмом давления на политические решения внутри страны);

– рост цен на товары (во-первых, стоимость импортных товаров (комплектующих) может быть увеличена, во-вторых, могут быть сложности с поставками);

– ограничение импорта (ограничение на товары импортного происхождения, могут вызвать дефицит определенной категории товаров, что приведет к серьезным нарушениям экономической безопасности);

– ограниченные технологии (санкции как угроза могут привести к ограниченному доступу определенных технологий, в частности в 2022 году предприятия столкнулись с ограничениями к доступу программы SAP) [7].

Экономическая безопасность является важной составляющей для каждого государства. С учетом сложившихся факторов большинство государств усиливают стратегии национальной безопасности и вносят коррективы. Россия в данном аспекте не является исключением. Так Правительство РФ не выделяет отдельно понятие экономической и национальной безопасности и ключевые

аспекты обеспечения экономической безопасности страны определены Указом Президента от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [1].

Целью написания статьи является рассмотрение ключевых аспектов влияния санкций на развитие и состояние РФ.

При написании статьи использовались следующие методы: метод анализа и синтеза, а также сравнительный и аналитический метод и безусловно функциональный метод, который помог более четко проследить, как санкции влияют на различные аспекты экономической системы.

Для написания данной статьи использовались статистические данные Федеральной службы государственной статистики, а также данные статей таких авторов как: Батова Б.З., Климина К.В., Богуслав Е.Н., Архипов Э.Л. и другие.

Рассматривая труды различных авторов, стоит отметить тот факт, что ученые сводят свое мнение к тому, что определяют санкции как меры воздействия международными организациями, субъектами, которыми принимаются непосредственно государствами как инициаторами с целью воздействия на субъект.

Важно отметить, что санкции являются важным инструментом международной политики, и их воздействие может иметь как положительные, так и отрицательные аспекты в контексте экономической и национальной безопасности.

С одной стороны, санкции могут быть направлены на укрепление национальной безопасности, как, например, в случаях, когда они используются для предотвращения распространения оружия массового поражения, борьбы с терроризмом или защиты прав человека. В таких случаях санкции могут содействовать снижению угрозы для национальной безопасности и способствовать созданию более стабильной и безопасной международной среды [4].

С другой стороны, санкции могут оказать весьма негативное влияние на национальную безопасность, особенно если они направлены на ключевые отрасли экономики, критические для национальной стабильности. Например, если санкции затрагивают сектора обороны или энергетики, это может создать риск для национальной безопасности, так как это может увеличить уязвимость или зависимость от иностранных поставщиков энергоресурсов [4].

Если рассматривать в контексте нашей страны, санкции являются инструментом изменения политической обстановки внутри страны относительно других стран, а сущность экономических санкций заключается в создании условий, при которых причиняемый экономический ущерб Российской Федерации и социальные последствия становятся настолько значительными, что государство вынуждено пересмотреть свою политику.

На современном этапе санкционным изменениям уделено значительное внимание со стороны ученых и исследователей, при этом механизм и этапы воздействия санкций, до сих пор не имеет конкретного представления. На основании авторского исследования механизм воздействия экономических

санкций по порядку введения и воздействия можно представить следующим образом:

- если на первом этапе страна-мишень соглашается с выдвинутыми требованиями – то программа завершается – санкционная война заканчивается;
- если страна-мишень сопротивляется, то переходят к следующему этапу [2, 4]. Визуально данный механизм отражен на рисунке 1.

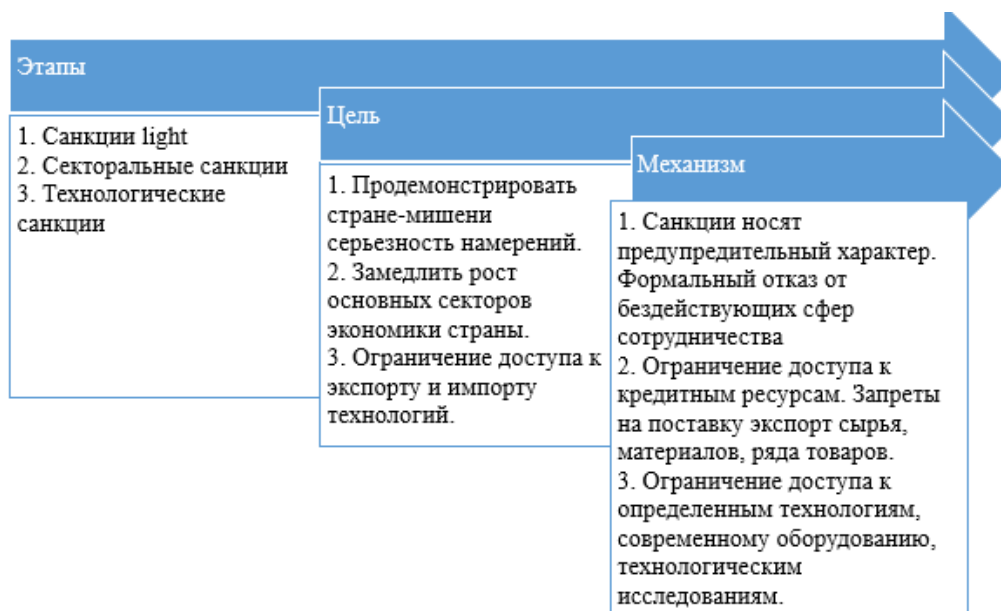


Рис. 1. Механизм воздействия экономических санкций

В реальности же результаты могут быть иные (рис. 2).

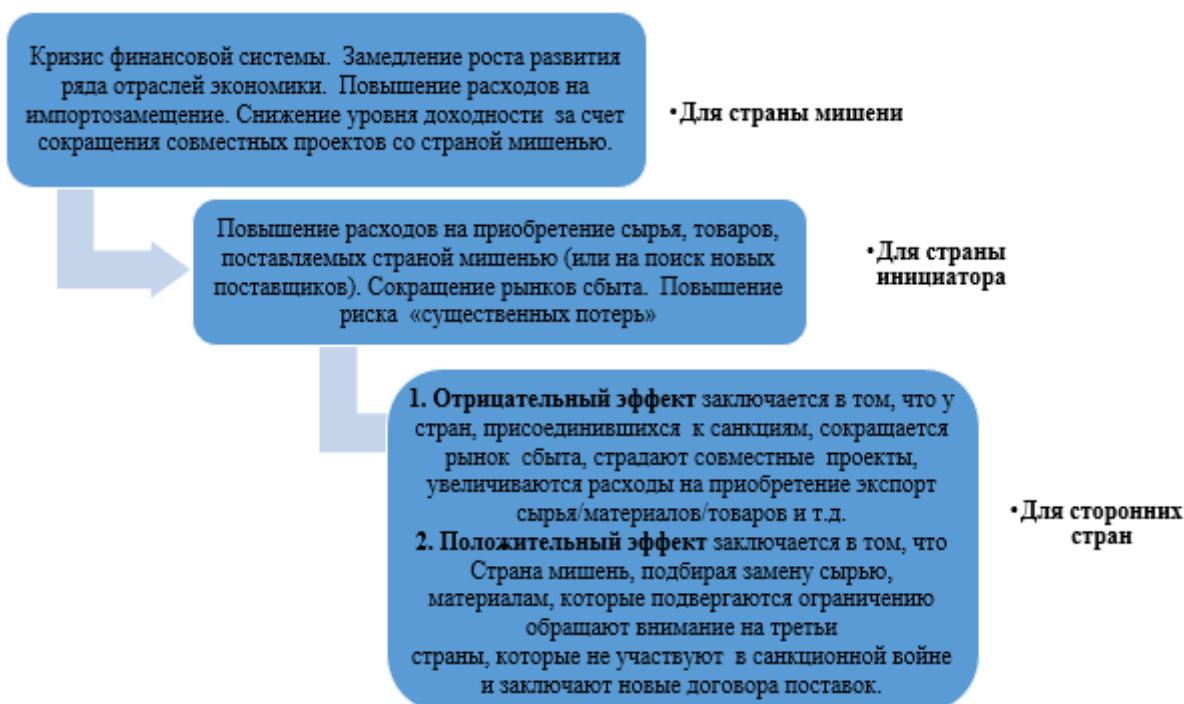


Рис. 2. Последствия введения экономических санкций

Таким образом, можно отметить, что санкции могут носить двойственный характер. Они могут иметь положительный и негативный эффект как на государство-мишень, так и государство-инициатора [4].

Рассмотрим подробнее последние изменения и влияние санкций на финансовую стабильность Российской Федерации.

Первым сектором кто пострадал от санкционных мероприятий стал банковский сектор. Рассматривая банковский сектор и влияние санкций значимым событием стало отключение большинства банков от системы SWIFT. SWIFT представляет собой систему передачи финансовых сообщений между банками на международном уровне. Так посредством данной системы ранее возможно было осуществлять переводы по всему миру [3]. В марте 2022 года платежные системы Visa и Mastercard покинули российский рынок, в связи с чем проблематикой стало осуществление покупок в иностранных интернет-магазинах и переводах за рубеж, при этом конечно переводы внутри страны остались работать. Отразились санкции и на ряде банков таких как ВТБ24, Сбербанк и Газпром. Так данным банкам пришлось несколько раз изменить свои рабочие приложения, а именно создать на базе российских информационных технологий [7].

В данной ситуации нельзя не отметить и положительное влияние санкций, так интернет-магазины, например, OZON и WILDBERRIES стали лидерами продаж по итогу 2022 и 2023 года, так продажи в 2022 году выросли на 25% относительно 2021 года, а продажи в 2023 году поднялись уже на 37% относительно 2022 года, что говорит об успешной политики импорт-замещения интернет торговли на территории Российской Федерации [7].

В этой ситуации население Российской Федерации сменила ранее действующую политику на сберегательную модель поведения, коснулось это в большинстве крупных покупок, при этом снижение показателей инфляции улучшило отношение россиян к покупкам товаров краткосрочного пользования.

Вопрос кредитования и закредитованности населения также имел тенденцию к сокращению в 2022 году относительно 2020 года, так сокращение потребительских кредитов относительно 2020 года составило 13,6%, при незначительном росте просрочек, по данным национального бюро кредитных историй [7]. Касательно кредитования корпоративного сектора стоит отметить незначительный рост просрочек в 2022 году, при этом 2023 год отреагировал более спокойно и количество просрочек имело тенденцию к сокращению.

При этом введенные санкции отразились на деятельности и самих иностранных компаний, так согласно статистическим данным к концу 2022 года с российского рынка ушло около 1 тыс. иностранных компаний, преимущественно задействованных в информационных технологиях, торговле и финансовом секторе. В это время России пришлось столкнуться с «цифровым бумом», так рынок IT-технологий в России стал более конкурентоспособным и нашлась альтернатива множества иностранным товарам, многие компании расширили свою сферу деятельности [7].

Стоит отметить тот факт, что введенные санкции коснулись в той или иной степени практически все виды производства, так наиболее пострадавшими в данной ситуации являются:

- машиностроение, производство сократилось более чем в 6 раз;
- финансовый сектор, где кредитование российских банков было закрыто зарубежными странами, отключен ряд дополнительных услуг и переводов;
- сельское хозяйство, пришлось заменить большинство иностранной техники российскими аналогами, а также усилить производство удобрений и посевов;
- логистика, проблемы с поставками из-за рубежа остаются нерешенными и по сей день, Россия в данной ситуации пытается найти альтернативные пути импорта и экспорта;
- автомобильный рынок, большинство иностранных компаний ушло с рынка, а действующие обладатели иностранных автомобилей столкнулись с проблемами поставок комплектующих;
- российская авиация столкнулась также с рядом проблем, увеличилась длительность полетов и сложность маршрутов. Аналогия с автомобильным рынком также сохраняется в поставке комплектующих для самолетов и вертолетов;
- фармацевтический рынок, телекоммуникационный сектор также попал под негативное влияние санкций в целом из-за проблем с логистической схемой;
- сфера индустрии, а именно кинотеатры, возникла ситуация, при которой иностранное кино более не выходит в открытый доступ или выходит не должного качества [3].

Так из представленного анализа стоит сделать вывод, что все сферы в той или иной мере попали под воздействие санкций и усложнили работу российских предприятий. Однако наибольшие потери все же ведутся в сфере IT-технологий, а именно высоко технологического оборудования и программного обеспечения [2]. Так в данной связи наибольшие потери несли российские организации, которые использовали иностранные платформы в работе, на данном этапе покупка лицензий и программная поддержка осталась нерешенной. Переход же на российские аналоги платформенных решений, крайне затруднен, так как аналогов в России данным программам не имеется, а на их разработку может уйти не один год. Обусловлена данная ситуация тем, что, Россия является страной с ресурсной экономикой, что говорит об устойчивом экономическом состоянии в основном из-за наличия богатых природных ресурсов в стране [3].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что санкции как меры политического и экономического воздействия на страну-мишень несут в себе как негативные, так и позитивные последствия. Учитывая, что Россия является страной рекорсменом по количеству санкций, можно сказать, что данный путь она проходит успешно.

Так на основании проведенного анализа можно выделить 5 ключевых

направления ухода от санкционных мероприятий в отношении РФ:

- 1) введение политики импорт-замещения;
- 2) наличие резервов необходимых материалов иностранного происхождения;
- 3) развитие торговых отношений с дружескими азиатскими странами;
- 4) разработка альтернативных схем поставок;
- 5) усиление затрат на разработку IT-технологий в стране.

Таким образом, эффективное решение этих задач позволит обеспечить устойчивость производственной деятельности в условиях мировых перемен и санкций, а также обеспечить непосредственное развитие с странами Азии и Ближнего Зарубежья.

### Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_389271/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/) (дата обращения: 29.10.2023).
2. Батова, Б.З. Основные угрозы экономической безопасности России и пути их устранения // *Фундаментальные исследования*. – 2021. – № 11. – С. 39–44.
3. Климина, К.В., Богуслав, Е.Н., Архипов, Э.Л. Влияние санкций на экономическую безопасность // *Экономика и экология территориальных образований*. – 2021. – Т. 5. – № 2. – С. 51–58.
4. Колоткина, О.А. Влияние санкций на экономическую безопасность России // *Бюллетень инновационных технологий*. – 2023. – Т. 7. – № 2 (26). – С. 35–40.
5. Шаралдаев, Б.Б., Юмова, Ц.Ж., Юмова, А.Б. Государственная политика экономической безопасности в условиях санкций // *Вестник Забайкальского государственного университета*. – 2022. – № 7. – С. 123–129.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts#>. (дата обращения: 29.10.2023).
7. Шогенова, Д.Х. Угрозы экономической безопасности России в условиях санкций // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2022. – № 4-2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugrozy-ekonomicheskoy-bezopasnosti-rossii-v-usloviyah-sanktsiy> (дата обращения: 29.10.2023).

© Хаметова А.И., 2023

Э.Ф. ШАЙНУРОВА

*elvira.shainurova@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. юрид. наук, доц. З.З. ТАЛЫНЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ КАК РИСК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ**

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются развитие пирамид среди молодежи. Показаны основные направления формирования финансовых пирамид. Перечислены основные угрозы для подрастающего поколения в стране.

*Ключевые слова:* финансовые пирамиды, молодежь, экономические преступления, мошеннические схемы.

Роль денег в формировании успешности актуальна среди молодежи, это влечет за собой поиск доступного и легкого пути обогащения. Жажда заработка вызывает интерес у молодого поколения к крупным интернет сообществам, где предоставляется возможность получения максимальной прибыли при минимуме усилий. Финансовая пирамида является ярким примером возможного получения дохода и проявления активности в кругу единомышленников. Также доверие людей к финансовым пирамидам можно объяснить нестабильной экономической ситуацией в стране, когда люди ищут альтернативные способы для улучшения финансового благополучия.

Принцип работы данной структуры кроется в самом названии финансовая пирамида – это мошенническая схема получения дохода, в которой перераспределение денежных средств происходит от нижестоящих участников пирамиды к вышестоящим [4]. Обычно организаторы выдают финансовую пирамиду за инвестиционную компанию, но ни в каких реальных проектах деньги вкладчиков не участвуют.

Также стало не редкостью маскировки финансовой пирамиды под сетевой маркетинг [5]. Чтобы не привлекать к себе особого внимания со стороны Центрального банка, пирамиды включают в свою структуру какую-либо услугу или товар, со следующими признаками:

1. Услуга или товар не обладают достаточным спросом или нерегулярно используются.

2. Продукт имеет завышенную цену, которая не соответствует качеству товара, следовательно, его продажа финансово невыгодна.

3. Не являясь членом клуба потребитель теряет выгоду и несет большие затраты. Но под активным психологическим воздействием человека склоняют к участию в схеме.



4. Услуги предоставляют неквалифицированные специалисты. Примером таких услуг являются дистанционные формы консультаций, когда нет возможности видеть документы и иные доказательства.

Для современной молодежи имитация сетевого маркетинга является наиболее опасной и трудно определяемой. Данные примеры маскировок указывают на разнообразие проявления финансовых пирамид, следовательно, трудность в их распознавании.

Статистический анализ, проведенный Банком России показал, что за 2022 год сформировались 2017 финансовых пирамид. Произошло увеличение данного показателя в 2 раза. 2449 субъектов обнаружено в первом полугодии 2023 года. Это на 7% превышает показатель аналогичного периода 2022 года [1].

Следует подчеркнуть, что в июле 2023 года произошел рост пирамид, выдающих свою деятельность за онлайн-игры. Данные виды финансовых пирамид соблазняют игроков азартом и мгновенным получением, казалось бы, высокого дохода. Процент финансовых пирамид данного типа составил 22% от общего количества [2].

На официальном сайте Банка России с 2021 года ежедневно обновляется сведения о сомнительных формированиях с признаками нелегальной деятельности на рынке. В число подобных организаций включены 39 компаний Башкортостана. По данным за первый квартал 2023 года Банк России обнаружил признаки нелегальной финансовой деятельности у восьми компаний Башкортостана. Потери жителей данного региона от их деятельности составили 1 миллиард 180 миллионов 103 тысячи рублей. Что сопоставимо с одной восьмой годового бюджета Уфы [3].

Стремительно растущая цифровая грамотность российской молодежи благоприятно влияет на рост финансовых пирамид в глобальной сети интернет. Схема вовлечения молодежи четко налажена и проверена на практике, поэтому финансовые пирамиды наиболее опасны для данной категории населения.

Во-первых, через личные сообщения в социальных сетях происходит мгновенное вовлечение молодых людей в пирамиду.

Во-вторых, тренинг является наиболее привлекательным для молодежи, что приводит к их полному погружению в финансовую ловушку.

Полностью ликвидировать финансовые пирамиды невозможно. Однако ряд мер, направленных на информирование молодежи и формирование правильного поведения в данной ситуации возможно станет путем к сокращению жертв финансовой пирамиды. Ведь современная молодежь не обладает необходимой информацией об организациях пирамидального типа и становится наиболее привлекательной категорией для мошенников.

Таким образом, информирование молодежи в рамках школьного и университетского образования, привлечение внимания к финансовым пирамидам, как опасному явлению, консультация в сфере инвестирования – являются возможными мерами для сохранения финансового благополучия подрастающего поколения. Важной задачей государства является сохранение

доверия молодежи к финансовым институтам и обеспечение веры в финансовый успех на основе труда и саморазвития.

### **Библиографический список**

1. Противодействие нелегальной деятельности на финансовом рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru/analytics/inside/2022/> (дата обращения: 13.10.2023).

2. Центральный Банк предупредил о росте финансовых пирамид. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2023/07/24/cb-predupredil-o-roste-finansovyh-piramid-pod-vidom-onlajn-igr.html> (дата обращения: 20.10.2023).

3. В 2022 году в Башкортостане выявлена 21 организация с признаками нелегальной финансовой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru/press/regevent/?id=27315> (дата обращения: 08.10.2023).

4. Осторожно! Финансовые пирамиды! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://35.мвд.пф/press/consultation/Ostorozhno\\_Finansovie\\_piramidi](https://35.мвд.пф/press/consultation/Ostorozhno_Finansovie_piramidi) (дата обращения: 23.10.2023).

5. Скрытые финансовые пирамиды – угроза экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qnet.livejournal.com/89435.html> (дата обращения: 17.10.2023).

© Шайнурова Э.Ф., 2023

## СЕКЦИЯ 7.11. ЯЗЫКОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

УДК 81.23

Б.А. АЮПОВ

*ayurovbulat2002@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Л.В. КИШАЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ПОИСК И АНАЛИЗ КОГНИТИВНЫХ ИСКАЖЕНИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УЧЕБНИКАХ

*Аннотация:* в статье анализируются когнитивные искажения в отечественной учебной литературе. Рассматриваются их природа, а также возможность умышленного использования.

*Ключевые слова:* когнитивные искажения, когнитивные ошибки, учебники, учебная литература, система образования.

Учебная литература – это один из основных инструментов воспитания и обучения наряду с педагогом в руках системы образования. От того, какого качества учебники используются в государстве, зависит качество гражданина, выражающееся в его знаниях об окружающей действительности, личных взглядах на мир, моральных ценностях, и, следовательно, качество самого государства.

Когнитивные искажения – это безусловный порок человеческого восприятия действительности и стремления ее воспроизводства, который имеет неосознанный характер в результате попыток нашего мозга ускорить и упростить процесс мышления.

Когнитивные искажения влияют не только на тех, кто воспринимает и пытается понять, систематизировать информацию из первоисточника, зачастую сугубо эмпирическим путем, но и на тех, на кого затем эти неправильно понятые и ложно систематизированные данные из учебных, научных источников воздействуют. Такое положение вещей приводит к невозможности работать с первоисточниками в лабораториях и архивах, проверять достоверность учения, поэтому восприятие и трактовка действительности читателями зависит от правильности, корректности и добропорядочности авторов.

Если проблемы целенаправленной фальсификации и зачастую ничем не прикрытой лжи достаточно хорошо изучены и на слуху у широкого круга лиц, то намеренное и ненамеренное применение когнитивных искажений – вопрос весьма актуальный.

Когнитивные искажения отличаются от других видов искажений информации тем, что построены на с виду верных предпосылках, претерпевают в процессе обработки, как кажется, логически верные операции, и на выходе дают ответ, при попытках анализа которого человеческий мозг не может увидеть ни явной подмены данных, ни ошибок в процессе работы над ними. Когнитивные искажения трудно контролируются рациональным путем и опасны своей опорой на особенности работы человеческого мозга, детерминированного миллионами лет эволюции и приобретшего определенные паттерны поведения, поспособствовавшие лучшей выживаемости и передаче генов нашими предками. Однако эти паттерны были актуальны в бессознательной, рефлексивной деятельности, когда без долгих раздумий нужно было принимать верные решения для сохранения жизни. Сегодня они, являясь тяжелой ношей и рудиментами, препятствующими рациональной деятельности современного человека, мешают корректному восприятию окружающего мира, порождая когнитивные искажения.

В учебной литературе следует разделять случаи ненамеренного использования когнитивных искажений, когда автор сам стал их жертвой, и те случаи, когда автор злонамеренно, взывая к рудиментарным паттернам, пытается распространить среди читателей информацию, идеи, отличающиеся от действительности. Важность рассмотрения намеренного использования когнитивных искажений заключается в возможности их манипуляторного применения через сложность их обнаружения в тексте и облегченного восприятия реципиентом информации, подвергнувшейся такой обработке.

Поскольку учебная литература проходит череду проверок различными инстанциями, в результате которых явные искажения изымаются и правятся, поиск значительно усложняется, а найденные когнитивные искажения могут быть неявными и граничить с фактическими ошибками или фальсификациями, что заметно усложняет их качественный анализ и интерпретацию в сторону ненамеренных или намеренных искажений. Вдобавок существует симбиоз когнитивных искажений, когда одновременно имеют место быть сразу несколько ошибок в одном месте, что так же усложняет их опознавание и классификацию [1–2].

Приведем ряд примеров когнитивных искажений из учебника истории, в котором используется в разных сложно оценимых пропорциях симбиоз из следующих искажений: предвзятость подтверждения или склонность к подтверждению своей точки зрения (*confirmation bias*), ошибки единственной причины (*causal oversimplification*), селективное восприятие (*selective perception*), преувеличение (*exaggeration*).

«Зарождение религиозных представлений окончательно выделило человека из животного мира. Именно с этого времени человек начинает превращаться в существо, которое ученые определили латинскими словами *гомо сапиенс*, что означает человек разумный». Стоило заметить, что появление религиозных идей не явилось причиной развитости человека, а стало следствием достаточно развитого к тому моменту мозга и тех знаний, которыми

он стал наполняться. То есть религия – лишь маркер достижения человеком высокого уровня развития, а не причина, по которой это развитие произошло. Такая неоднозначность может послужить основанием неправильного понимания истории и места религии в ней.

«В период между 40-м и 13-м тысячелетиями до н. э. в истории человечества опять произошли крупные перемены. В древних общинах были запрещены браки между сородичами, а это сразу улучшило человеческую природу. Именно в это время и появился человек современного типа, окончательно сформировался гомо сапиенс. Походка его стала полностью вертикальной, плечи распрямились, лицо потеряло животные черты. Мозг стал более развитым. Следствием этого явился ряд полезных новшеств...». Здесь автор хочет однозначно связать окончание развития прямохождения с запретом близкородственных связей. Даже если предположить научность выдвинутой спорной теории, то, очевидно, что она явилась не единственным фактором очередной человеческой трансформации. Однако автор даже не пытается указать на множественность возможных других причин, которые могли определить начало исключительного прямохождения. В этом отрывке сложно выделить какую-то цель, для которой было бы возможно такое допущение, поэтому можно предположить, что, либо автор недостаточно критично отнесся к своим представлениям об эволюции человека, либо выбрал некорректные источники.

В параграфе «Славяне в V–VII вв. Религия древних славян» говорится: «Анты – первое восточнославянское государство», а потом «Объединенные племенные дружины антов...», то есть автор не скрывает, что даже если Анты и были государством, то неполноценным. Автор пытается создать обратное впечатление путем следующих доказательств: начало демографического взрыва (который не имеет отношения к государственности), усиливающаяся роль племенных вождей и старейшин (что видится явлением обратным образованию государства), формирование дружин, складывающихся вокруг таких центров (подобное явление испокон веков во всем мире было связано с раздробленностью), а также совместная экспансия прилежащих территорий объединенными силами (подразумевается, что каждая дружина выступала под началом своего полководца). Составитель учебника ловко лавирует даже теми фактами, которые, казалось бы, защищают иную от отстаиваемой точки зрения, видимо, с целью увеличения отечественной значимости и придания земле предков большего величия [3].

Ярким и знакомым большинству жителей нашей планеты является когнитивное искажение, повсеместно используемое и авторами отечественных учебников и атласов, связанное с плоской картой мира, где наиболее отдаленные от экватора государства приобретают размер больше реального, а приэкваториальные страны кажутся меньшими по сравнению с отдаленными, при сохранении исходного размера. Еще одним искажением, связанным уже не только с плоской проекцией Земли, является восприятие полушария своего проживания в качестве верхнего. Так, зачастую карты жителей южного

полушария перевернуты югом кверху. По классификации этим явлениям близки когнитивные искажения: увеличение и минимизация (magnification and minimization), выборочное абстрагирование или фильтрация (selective abstraction or filtering), персонализация (personalization). Благодаря трюкам с картой жители «положительно» выделенных стран видят свое государство сверху всего мира и большим, чем оно есть на самом деле, что способно увеличить патриотические чувства и ощущение личной причастности к большому и сильному государству.

Поиск когнитивных искажений в отечественной учебной литературе показал наибольшее их присутствие среди гуманитарных и естественнонаучных предметов. Проведенный анализ выявил преобладание тех видов искажений, которые связаны с критичностью восприятия масштабов, важности процессов или явлений. Установлена сложность определения умышленности использования когнитивных искажений [4–7].

### **Библиографический список**

1. Логинов, Н.И., Александрова, А.С. Современные тенденции в зарубежных исследованиях когнитивных искажений в процессах принятия решений // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – № 3. – С. 444–453. – Режим доступа: <https://psy-journal.hse.ru/data/2020/10/12/1373602598/18-03-2020-%20444-453.pdf> (дата обращения: 09.10.2023).

2. Боброва, Л.А. Когнитивные искажения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 3, Философия: Реферативный журнал. – 2021. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnye-iskazheniya> (дата обращения: 10.10.2023).

3. Сахаров, А.Н., Буганов, В.И. История России с древнейших времен до конца XVI века. – 18-е изд. – Москва: Просвещение, 2012. – (336). – С. 18–19, 35.

4. Дворянинов, С.В. Опечатки и ошибки в учебнике естествознания / С.В. Дворянинов // Математика в школе. – 2016. – № 9-10. – С. 55–59.

5. Сраждинов, А.С. В источниках знаний - учебниках русского языка для начальных классов – ошибок не должно быть! / А.С. Сраждинов, Л.П. Феталиева // Мир науки, культуры, образования. – 2015. – № 6(55). – С. 335–339.

6. Хунджуа, А.Г. Ошибки в учебниках – от «окружающего мира» до «курса общей физики» / А.Г. Хунджуа // Физика в системе современного образования (ФССО-15): материалы XIII Международной конференции, Санкт-Петербург, 01–04 июня 2015 года. Том 1. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогич. университет им. А.И. Герцена, 2015. – С. 201–203.

7. Румянцева, О. О. Ошибка в учебнике: о некоторых методических приемах ее исправления / О. О. Румянцева // Ошибка: Теория и практика гуманитарных исследований: Сборник научных трудов проекта NOT ONLY 2019. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. – С. 122–126. – EDN VCQDEK.

© Аюпов Б.А., 2023

УДК 80

Э.Д. АБДРАХМАНОВА

*elmira.abdr2019@mail.ru*

Научный руковод. – преп. А.С. МАТВЕЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНЫХ СТАТЕЙ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

*Аннотация:* данная статья посвящена проблеме переводов научных публикаций на английский язык. В статье рассматриваются стилистические особенности научных текстов, а также наиболее часто используемые вводные конструкции и структура построения предложения. Исследованы публикации из авторитетных источников. В результате проведения анализа подготовлена рекомендация для авторов научных публикаций.

*Ключевые слова:* научный стиль, перевод.

В настоящий момент в связи с развитием научно-технического процесса и началом активной глобализацией возрастает потребность передачи информации на международном уровне. Это касается и научной сферы, где публикуются результаты исследований в форме статьи. Для более широкого распространения результатов исследования публикации переводятся на английский язык и публикуются в престижных журналах, которые делятся на кварталы. Этим способом пользуются влиятельные базы данных, такие как Scopus и Web of Science, в которых обязательна публикация своих результатов для выполнения требований к защите диссертации. При изучении литературы по теме исследования ученым часто приходится искать информацию из зарубежных источников и ссылаться на них. Таким образом, тема перевода публикации на английский язык является актуальной.

Целью данного исследования является изучение особенностей научного стиля речи в английском и русском языке, их соотнесение друг с другом и наиболее часто используемые грамматические конструкции.

Научный стиль речи – это система речевых средств, обслуживающих сферу науки и обучения. Он характеризуется логической последовательностью изложения, организованной системой связей между частями высказывания, отсутствием эмоциональной окраски, точностью, сжатостью и однозначностью высказывания. С помощью научного стиля не только передается информация, но и утверждается ее истинность [1].

Перевод – это особый вид речевой деятельности, являющийся фокусом внимания различных специалистов, в частности лингвистов. При переводе публикации люди сталкиваются с такими трудностями, как правильный перевод лексических единиц исходного текста. В русском языке есть слова, не

имеющие аналогов в других языках, поэтому дословный перевод не может быть использован повсеместно [2, 3]. Так как научный текст лишен эмоциональной окраски, то от переводчика не требуется передать на другой язык настроение и атмосферу, однако должна быть соблюдена точность и краткость.

Языковые средства научного стиля:

1) термины – это слова и словосочетания, обозначающие специфические объекты и понятия, которые используют специалисты определенной области в науке [4] (например, в медицинских и биологических статьях термины используются на латинском языке);

2) общенаучные слова (предполагается, является);

3) общелитературные слова с абстрактными понятиями (особенность, характер, стремление);

4) причастия (проявляющийся, проделанный, наблюдаемый, сложившийся, отмеченный);

5) сокращения и аббревиатуры. В текстах статей часто используются специальные терминологические сокращения, написание которых в русском языке может отличаться от английского (SPD – severe plastic deformation – ИПД – интенсивная пластическая деформация) и общепринятые (и т. п. – и тому подобное – etc – et cetera);

6) наличие речевых клише (The author in the article touches upon the problem of... – В статье автор затрагивает проблему..., In recent years, there has been an increasing interest in ... – в последние годы наблюдается повышенный интерес к., The experiments were performed with... – эксперименты были проделаны с помощью..., In this study, ... was analyzed – в данном исследовании было проанализировано..., Our results demonstrated that ... – наши результаты показали...) [5].

В качестве материала исследования были рассмотрены статьи из журналов, которые имеют квартиль Q1, то есть считаются престижными журналами. Квартиль (Q) – это один из главных показателей в научной сфере. Он оценивает качество научного издания на основе количества цитирований.

Рассмотрим одно из предложений: «The term «biodegradable metal» (BM) has been used worldwide to describe these new kinds of degradable metallic biomaterials for medical applications and there were many new findings reported over the last decade» [6]. Авторы использовали сокращение для термина «биодegradуемый металл», которое далее употребляется в тексте повсеместно. Также предложение является безличным, что тоже является характерной особенностью научного текста, далее авторы используют клише «за последнее десятилетие было обнаружено...».

«This category requires that all components within the composites are biodegradable with the major component being a biodegradable metal. Fundamentally, the bottom line is that the materials are non-toxic to the body». В данном предложении отсутствует эмоциональная окраска. Авторы констатируют факт и обобщают его.



«The precipitates of the solid metal salts produced by chemical reactions generally show relatively low solubility in aqueous solutions, which are difficult to eliminate from the human body» используются причастия и речевое клише.

В следующей рассматриваемой статье наблюдается также широкое использование распространенных в научном сообществе фраз и сложное построение предложения, например «In this work, binary Zn alloys with alloying elements Mg, Ca, Sr, Li, Mn, Fe, Cu, and Ag respectively, are screened systemically by in vitro and in vivo studies.», а также «In summary, biocompatible Zn-based BMs with strength close to pure Ti are promising candidates in orthopedics for load-bearing applications.» используется завершающая фраза и делается общий вывод по результатам проведенного исследования, где отсутствует эмоциональная окраска предложения [7]. Вводные слова выделяются запятой.

В научной литературе почти не встречаются метафоры, эпитеты и другие стилистические фигуры, широко используемые в текстах художественного стиля. Например, для описания изображения на микроскопе применяются сравнения наблюдаемых объектов с простыми геометрическими формами, в данном случае частицы сферической формы: «The former feature as shown in the orange square seemed that spherical-like HA particles were embedded and compressed onto the substrates» [8]. Было использовано построение предложения в пассивном залоге и замечено значительное преобладание форм простого настоящего времени, которое используется для констатации факта, что является основной целью научной статьи.

Часто используются неопределенно-личные и безличные предложения. В тексте научной статьи не допускаются сокращения (don't, haven't, aren't), используется только полная грамматическая форма.

Для создания логических связей между предложениями, передачи последовательности мысли, используются причинно-следственные союзы и логические связки: Moreover, In this study, therefore, it implies, involves, leads to, results in. Например «Collectively, the mHA\_100 and mHA\_400 coated plates and rods showed lower degradation rates than the nHA coated counterparts» [8].

Таким образом, в ходе данной работы на примере 3 статей из известных цитируемых журналов был проведен анализ научного стиля в тексте на английском языке, и были сделаны следующие выводы:

- 1) для перевода с русского на английский язык от переводчика требуется знания терминологии и общепринятых сокращений в области, в которой проводились исследования;
- 2) все слова пишутся в полной форме, сокращения не допускаются;
- 3) рекомендуется использование научных клише-фраз;
- 4) широкое использование Present Simple.

## Библиографический список

1. Питимирова, Н.Е. Особенности текста научного стиля / Н.Е. Питимирова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 7 (87). – С. 987–989.
2. Розенталь, Д.Э., Теленкова, М.А. Справочник лингвистических терминов. – М.: Просвещение. – 1985. – 399 с.
3. Мазенцева, Е.А. Некоторые особенности перевода лексических единиц научного текста / Е.А. Мазенцева. – Текст: непосредственный // Филологические науки в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). – Санкт-Петербург: Свое издательство, 2016. – С. 79–81.
4. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Гордеева, О.И., Пономарева, Е.Н. Научный стиль русского языка: учебное пособие; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 79 с.
6. Zheng, Y. F., Gu, X. N., Witte F., Biodegradable metals, *Materials Science and Engineering: R: Reports*, Volume 77, 2014, Pages 1-34, <https://doi.org/10.1016/j.mser.2014.01.001>.
7. Yang, H., Jia, B., Zhang, Z. et al. Alloying design of biodegradable zinc as promising bone implants for load-bearing applications. *Nat Commun* 11, 401 (2020). <https://doi.org/10.1038/s41467-019-14153-7>.
8. Tian, Q., Lin, J., Rivera-Castaneda, L. et al. Nano-to-Submicron Hydroxyapatite Coatings for Magnesium-based Bioresorbable Implants – Deposition, Characterization, Degradation, Mechanical Properties, and Cytocompatibility. *Sci Rep* 9, 810 (2019). <https://doi.org/10.1038/s41598-018-37123-3>

© Абдрахманова Э.Д., 2023

С.Д. АСМОЛОВА  
asd261201@mail.ru

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. А.Л. ФЕДОРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЕ ЧЕРТЫ НЕМЕЦКОГО ДЕЛОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

*Аннотация:* данная статья посвящена теме текстообразующих черт немецкого делового экономического текста на примере немецких газетных источников. В центре внимания находятся такие проблемы, как отсутствие единого понятия «текст», проблема взаимосвязи структурно-содержательных и текстообразующих единиц.

*Ключевые слова:* текст; языковые единицы; текстообразование; структурная система; немецкая пресса; текстообразующие черты; факторы текстообразования; деловой текст; экономический текст; языковая норма.

Целью настоящего исследования является рассмотрение особенностей и выявление характерных черт экономических текстов немецкой прессы с грамматической точки зрения. Актуальность исследования заключается в том, что тема коммуникативного поведения в целом недостаточно изучена в настоящее время. В раскрытии данной темы особую роль играет изучение различных функций текста, специальной лексики делового текста и способов построения экономического текста. Объектом исследования являются текстообразующие черты в немецких источниках экономического содержания. Предмет исследования представляет собой использование различных приемов текстообразования в деловых текстах. Основными методами исследования послужили общенаучные методы дедукции и компонентного анализа, дефиниционный анализ, семантический анализ, сравнительный и сопоставительный анализ, конструктивные методы, описательный метод, включающий приемы обобщения, анализ словарных единиц. Материалом являются статьи немецких онлайн-газет *Berliner Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* и *Zeit.Online*.

При изучении теории текста и при знакомстве с лингвистической литературой, посвященной проблемам текста, можно столкнуться с огромным количеством определений этого понятия. Текст – это сложная семантико-структурная система, которая имеет свои особенности и закономерности. И. Р. Гальперин дает следующее определение текста: «Текст – это произведение процесса сотворения речи, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств),

объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [2, с. 126].

Под термином «текст» чаще всего подразумевают набор мыслей и выражений, которые при связи и группировке образуют сверхфразовые единицы. Одной из таких текстообразующих языковых единиц является сложная синтаксическая целостность, которую в некоторых работах называют сложной фразовой целостностью. Как отмечено в лингвистическом энциклопедическом словаре, сложно-синтаксическим единством называется отрезок речи в форме последовательности двух и более самостоятельных предложений, объединенных общностью темы в смысловые блоки. Оно имеется в устной и письменной, диалогической и монологической речи, в прозе и стихах и т. д. [7].

Разумеется, текст образуется с помощью различных единиц языка: фонем, морфем, лексико-семантических вариантов слов, предложений или высказываний. Используется широкая трактовка текстообразования в сфере коммуникативной стилистики – это первичная текстовая деятельность, которая направлена на порождение текста как цельного речевого сообщения.

Существуют и другие интерпретации термина: текстообразование как «описание тема-рематических взаимодействий между высказываниями и рематической доминанты текстового фрагмента» [5]; как «область лингвистики текста, которая исследует собственно языковые закономерности организации текста, и которая традиционно именуется грамматикой текста» [4, с. 24].

До сих пор текст изучался с точки зрения литературы и филологии, активно исследовалось, как языковые единицы используются в художественных текстах. Обычно такие исследования направлены на анализ уже готовых текстов. Но только в последние годы проблемы создания текста и его особенностей стали актуальными. Эти проблемы изучает лингвистика текста, которая представляет собой сложную структурную систему отношений между языковыми единицами. Эти единицы взаимодействуют друг с другом, образуя множество лексических, стилистических и логических связей, которые создают текст.

Известный факт, что художественные произведения имеют особое влияние на эмоциональное состояние читателя. Каждое слово, каждая синтаксическая структура и каждый стилистический прием, используемые в художественном тексте, играют особую роль в передаче информации. Они не только передают содержательную, эмоциональную и эстетическую информацию, но и формируют образ текста, то есть являются полифункциональными.

Некоторые языковые феномены, хоть и являются в разной степени объектом внимания исследователей, не рассматриваются как факторы текстообразования.

Российский лингвист Купина Н. А. относит к объективным факторам текстообразования:

- языковую норму;
- функциональный стиль (подсистема литературного языка, обладающая стилистически значимыми языковыми средствами);
- ситуацию или отраженный в тексте фрагмент действительности;
- тип изложения (функционально-смысловой тип речи, выбранный автором) [6, с. 39].

К вышеперечисленным объективным факторам текстообразования Н. С. Болотнова добавляет «жанр» и «ассоциативные нормы», как связующее звено, обеспечивающее контакт и понимание автора и адресата [1, с. 324]. Главенствующие роли занимают факторы: «идея» (идейно-эстетическая направленность) и «тема». Именно они в общей структуре текста определяют представление о других чертах текста. При восприятии текста, мы формируем идею о его содержании в нашем сознании, на ассоциативно-логической и смысловой основе, опираясь на связи между его частями и основываясь на их смысловом значении. Это позволяет нам обобщить глубинный смысл отдельных фрагментов текста.

Определяя степень актуальности для автора и общества, рассмотрим «тему» как особый фактор текстообразования. Очевидно, что написание любой текстовой работы начинается с осмысления и планирования темы. Именно поэтому данный фактор текстообразования особо значим в любой образовательной деятельности [1, с. 332].

Цель исследования заключается в изучении особенностей и выявлении характерных черт делового экономического текста на немецком языке. Такой текст отличается высокой информационной наполненностью, применением эффективных методов рационального и логического рассуждения, аргументации относительно конкретного экономического события, а также представлением процентных показателей. [3, с. 93]. В центре содержания только факты, излагаемые без общих фраз и рассуждений.

Экономический текст – это сложная динамическая система, направленная на передачу определенной информации. Так как текст является базовым информационным элементом, он принимает стандартную композиционную схему, которая включает в себя заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. При исследовании содержания и структуры немецкого экономического текста, следует прежде всего обратить внимание на проблему смысловой структуры текста и, уже основываясь на ней, переходить к текстообразующим компонентам.

Были проанализированы тексты под разделом «Wirtschaft» в немецких онлайн-газетах «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Zeit.Online», «Berliner Zeitung».

Важно отметить, что деловой стиль текста отличается своей специфичностью и требует использования определенных текстообразующих средств, которые можно объяснить только в рамках этого стиля. Этот стиль текста отличается высокой информационной плотностью и использованием эффективных методов рационального и логического рассуждения,

аргументации и представления процентных показателей относительно конкретного экономического события.

Рассмотрим анализируемые экономические тексты на основе модели текста Ф. Вагнера [9, с. 82]:

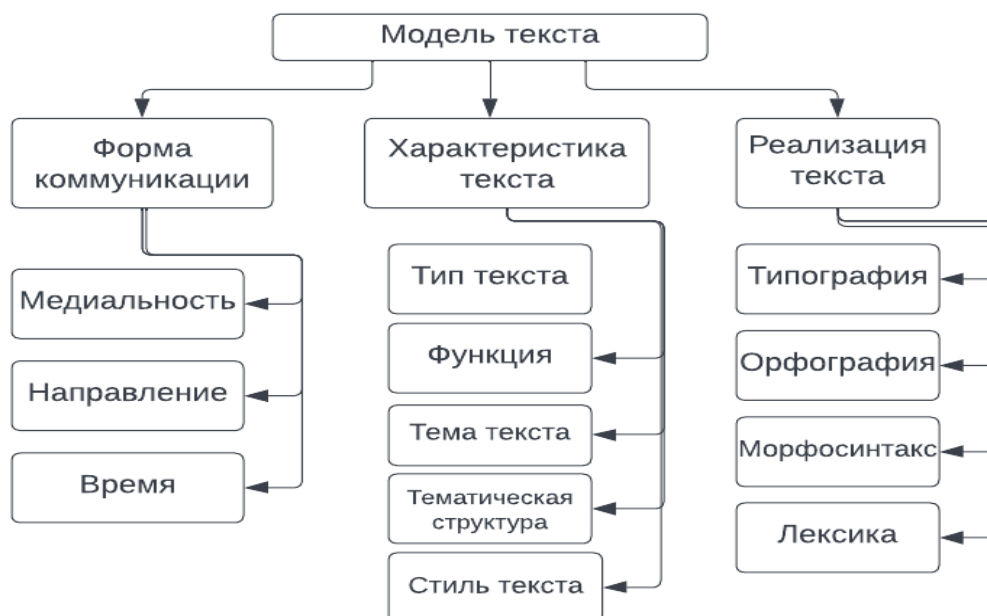


Рис. 1. Модель текста Ф. Вагнера

Анализируемые немецкие деловые статьи имеют четкую выраженную концепцию. Они содержат высокий уровень концептуального содержания. Тексты в газетах и других источниках особенно подходят для этого, поскольку эта форма коммуникации изначально была задумана для частного диалогового общения, и в ней сформировался концептуально выраженный деловой стиль. Форма коммуникаций в изученных текстах практически одинакова, так как были использованы аналогичные источники информации (Zeit Online, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Berliner Zeitung).

В качестве отличительных черт для отдельных форм общения называют ряд характеристик, наиболее важные из которых вошли в модель текстового описания в качестве подкатегорий. Термин «медиальность» означает семантическую среду – письменный или устный текст. Все три статьи письменные по медиальности (письменный текст, опубликованный в онлайн-формате). Вторая подкатегория включает в себя направление коммуникации; при этом различают монологические и диалогические тексты. Таким образом, различные газетные и другие письменные источники являются монологическими, поскольку немедленная обратная связь не предусмотрена. Последней подкатегорией в «Форме коммуникации» является время. Речь идет о том, как осуществляется коммуникация: синхронно (личный разговор, face-to-face), квазисинхронно (общение в чате, по почте), асинхронно (через много лет, через посредников или другие источники). Деловые статьи и различные тексты

экономического содержания следует отнести к асинхронным – проходит некоторое количество времени, перед обращением читателя к тексту.

Рассмотрим предложенные выше газетные экономические статьи по второй категории «Характеристика текста». Итак, различными являются темы текста: «*Inflation: 63 Prozent der Verbraucher geben wegen steigender Preise weniger aus*» [12], «*Regierung bringt Bargeldverbot bei Immobilienkäufen auf den Weg*» [11], «*Inflation in Berlin: Lebensmittelpreise rasen weiter nach oben*» [8]. Также отличаются тематические структуры/тип изложения. При анализе экономических текстов вышеуказанных немецких газет становится очевидно, что авторы в основном используют конструкцию простых предложений: *Die Menschen in Deutschland sparen laut einer Umfrage der Verbraucherzentrale zurzeit vor allem bei Lebensmitteln und Kleidung* [12], *Das ist bislang nach Angaben von Regierungsvertretern aber kaum geschehen* [11], *In Brandenburg dagegen wurde Gas im November nochmals teurer* [8]. Каждый автор оказывает непосредственное влияние на планирование и структурирование текста.

Такие подкатегории, как «Тип текста», «Функция текста» и «Стиль текста» совпадают. Типом текста является повествование. Повествование рассказывает о ситуациях, о сменяющих друг друга действиях или явлениях. Общий стиль текста – официально-деловой. Соответственно, все три статьи выполняют одинаковые функции, характерные для делового экономического текста – информационную, предписывающую и констатирующую.

Ситуация общения определяет лингвистическую реализацию. Среда написания обычно указывает на определенное использование формального языка или на большое отклонение от нормы. Реализация текста подразумевает оформление текста путем выбора конкретных языковых средств. Реализация текста по Ф. Вагнеру может быть описана с помощью четырех подкатегорий: типография, орфография, морфосинтаксис и лексика. Под типографией понимается микротипография, которая охватывает графостилистические приемы – сокращения, дополнительная информация в скобках, прямая речь. Пример из Zeit.Online: *Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv); ... konsumieren insgesamt weniger (je 56 Prozent).*

В данных текстах информация выражена четко и ясно, так как имеет конкретную тему и цель – передача экономической информации. Следует отметить, что в основном информация базируется на определенных дискуссиях, результатах опроса, конечных итогах событий или процессов (... *das berichten die Zeitungen der Funke Mediengruppe aus einer repräsentativen Befragung im Auftrag der Verbraucherzentrale Bundesverband; Regierungskreisen zufolge...*). Данными предложениями выражен реальный характер ситуации.

Элементы прямой речи с учетом языковой нормы также являются частотными в исследуемом материале: «*Politik und Hersteller stehen in der Verantwortung, die Rahmenbedingungen zu schaffen, um Verbrauchern klimaschonenden Konsum zu ermöglichen*», *sagte sie den Funke-Zeitungen* [12], *Die Ampel-Koalition aus SPD, Grünen und FDP hatte die Maßnahme aber ohnehin geplant: «Notare sollen das Barzahlungsverbot überwachen und Verstöße melden*

*müssen*» [11]; «*Der Preisanstieg bei Lebensmitteln ist doppelt so hoch wie die Gesamtteuerung*», sagt Katja Kirchner [8]. Такие графические средства, как кавычки, указывают на независимость цитат. Они служат для подкрепления реалистичности событий и собственных мыслей автора, что мы и можем увидеть в приведенных примерах. На основе речи других людей, автор выражает свою точку зрения на ситуацию, добавляет подробности и детали; он беседует с читателем, что помогает лучше понять характер исследуемой проблемы. Автор воздействует на читателя, что является важным компонентом образования текста.

Подкатегории «орфография» и «морфосинтаксис» фиксируют степень соответствия нормам используемых языковых средств, а также сложность построения предложений. Что касается экономических текстов, следует ожидать, что они должны быть в значительной степени разработаны в соответствии со стандартами. Рассматривая тексты с грамматической точки зрения, в них присутствуют некоторое количество глаголов сослагательного наклонения (*solle, dürfte, wolle, hatte, forderte*), а также часто используются прилагательные в сравнительной степени (*weniger, günstigere, seltener, länger, besser, später, tiefer, mehr, teurer*). В публицистических текстах экономического содержания также присутствуют сложноподчиненные предложения. Например: *Im Oktober war die Inflation auf 10,4 Prozent im Vorjahresvergleich gestiegen, wie das Statistische Bundesamt mitteilte* [12], *Sie solle zunächst beim Zoll angegliedert werden, später aber in der von Bundesfinanzminister Christian Lindner geplanten neuen Bundesbehörde zur Bekämpfung von Finanzkriminalität aufgehen* [11], *Heizöl kostet indes nur noch 54 Prozent mehr, während es sich im Oktober im Vorjahresvergleich noch um 92 Prozent verteuert hatte* [8]. Логичной и последовательной передаче информации способствует активное использование сложноподчиненных предложений, что свойственно данному функциональному стилю.

Подкатегория «лексика» описывает выбор слов в тексте: описание не зависит от использования в нем много технических терминов или выражений другой стилистики. В экономическом тексте следует ожидать слова и фразы, связанные с фактами и с конкретной проблематикой (*Transaktionen, Immobilienkaufen, Barzahlungsverbot, Konsum*) [10]. Однако лексика всегда должна быть правильно подобрана, так как из-за большого количества специальных терминов, разборчивость текста ухудшается.

По материалу немецких статей из раздела «Wirtschaft» («Экономика») выявляются характерные черты реализации деловой экономической публикации по лексическому и грамматическому аспекту. Является примечательным, что деловые тексты в интернет-медиа и в печатных издательствах имеют различные условия публикации, но рассматриваются как один пример делового стиля. Таким образом, с помощью изучения значительного теоретического материала и проведения практического анализа немецких деловых текстов, приходим к выводу, что немецкие тексты



экономического содержания обладают обликом делового формата, благодаря специальным текстообразующим чертам и языковым единицам.

### Библиографический список

1. Болотнова, Н.С. Филологически анализ текста (Электронное издание): учеб.пособие. – 6-е изд., стер. – М.: Флинта, 2021. – 520 с.
2. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс]. – М.: Наука, 1981. – 139 с. – Режим доступа: <http://linguistics-online.narod.ru/index/0-335>.
3. Голякова, Л.А. Текст. Контекст. Подтекст / Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2002. – 231 с.
4. Дымарский, М.Я. Проблемы текстообразования и художественный текст (на материале русской прозы XIX–XX вв.). – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 2-е изд., испр. и доп. – 328 с.
5. Золотова, Г.А., Онипенко, Н.К., Сидорова, М.Ю., Коммуникативная грамматика русского языка, под общ. ред. д.ф.н. Г.А. Золотовой. – М.: Наука, 2004. – 544 с.
6. Купина, Н.А. Лингвистический анализ художественного текста: учебное пособие для студентов-заочников V курса факультетов языка и литературы педагогических институтов. – М.: Просвещение, 1980. – 78 с.
7. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
8. Berliner Zeitung [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.berliner-zeitung.de/topics/wirtschaft>
9. Demarmels, S., Kesselheim, W. Textsorten in der Wirtschaft / Wagner F. Sprachliche Charakteristika von Wirtschaftstexten in neuen Medien. – VS Verlag für Sozialwissenschaften: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. – Wiesbaden, 2011. – 193.
10. Duden, Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.duden.de>.
11. Frankfurter Allgemeine Zeitung [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/>.
12. Zeit Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zeit.de/wirtschaft/index>.

© Асмолова С.Д., 2023

В.В. ГАЙНУЛЛИН

*vadim.adekvat@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Л.В. КИШАЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСОБЕННОСТИ ДУБЛИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА ПРИ ЛОКАЛИЗАЦИИ ФИЛЬМОВ И ВИДЕОИГР**

*Аннотация:* в статье рассматриваются основные проблемы перевода и дубляжа видеоигр и фильмов на другой язык в процессе их локализации.

*Ключевые слова:* видеоигры; локализация; перевод; адаптация; дубляж.

### *Актуальность вопроса*

Видеоигры на сегодняшний день являются самым комплексным видом искусства, включая в себя элементы кинематографа, интерактивности, дизайна и музыки. По этой причине все, что относится к кино в рамках этой статьи, можно отнести и к видеоиграм. Несмотря на масштабное развитие компьютерной игровой отрасли и консольных игр, в локализации игр встречается большое количество ошибок, которые приводят к неоднозначности в переводе и в целом портят впечатление от игры у пользователей игрового продукта. Под термином «локализация компьютерных игр» понимается подготовка программного и аппаратного обеспечения игры к продаже в новой стране. К этому процессу относится адаптация игры к культуре другой страны, учитывается законодательная система страны, но в первую очередь – это адаптация игрового продукта в переводе текста, надписей и озвучивания на язык другой страны. Хотя некоторые компании, например, Rockstar Games, специально не разрешают дублировать свои игры, ограничиваясь субтитрами, так как уверены в уникальности своих продуктов настолько, что не могут доверить запись озвучки другим студиям, ссылаясь на высочайшие требования к качеству и репутации своих игр. Все же локализация существенно влияет на коммерческий успех и образ в других странах.

Общей проблемой для видеоигр и фильмов является адекватность дубляжа при переводе оригинального продукта на другой язык. Дубляж – это процесс непосредственно записи и замены голосовых дорожек для персонажей и событий на отличный от оригинала язык. Это позволяет игрокам по всему миру погружаться в игровой мир и взаимодействовать с персонажами и сюжетом на своем родном языке. Дублирование требует тщательного отбора голосовых актеров для передачи аутентичных эмоций.

### *Основные трудности в переводе*

Диалоги в видеоиграх часто сложнее для перевода, чем просто текст. Нередко бывает, когда в диалогах содержатся культурные отсылки, метафоры

или шутки, которые имеют смысл только в контексте исходного языка. В таких случаях переводчикам приходится импровизировать и писать аналоги или близкие по общему настроению фразы. Подобные ситуации – настоящий вызов для переводчиков как в кино, так и в индустрии игр.

Также стоит упомянуть про извечную проблему укладки диалогов и липсинка (lip sync). Чтобы персонажи «попадали в губы», требуется синхронизация звуковых дорожек к губам – в киноиндустрии эта проблема проявляется еще сильнее, так как все сцены уже записаны, а в современных играх разработчики местами могут менять длительность анимаций 3d-моделей в угоду какому-либо дубляжу. Русские предложения при переводе с английского в целом длиннее, в них больше слогов и поэтому переводчики часто могут в той или иной степени исказить смысл оригинального диалога.

*Невозможность укладки текста в «The Witcher 3».*

**Английский вариант:**

«That Field Marshal Duda's replacement? The marshal was a parrot – you do remember, right? Where'd you get her?» – 26 слогов на 3 предложения.

**Русский перевод:** «Это наследница фельдмаршала Дуба? Откуда она у тебя?» – 20 слогов на 2 предложения.

*Проблема человечности в «Detroit: Become Human».*

Использование местоимения «it» для обозначения андроидов (гуманоидных роботов) как неодушевленных предметов представляет собой любопытный лингвистический аспект в игре «Detroit: Become Human». В оригинальной версии игры, жители используют это местоимение для выражения отношения к андроидам как к машинам, что отражает ключевую тему дегуманизации, ярко представленную в игре. «It» на английском чаще всего означает «оно» или «это».

В англоязычных странах, случайные животные, например, собаки, также могут обозначаться местоимением «it». Однако, когда объект получает личностные черты, то он становится «he»/«she». Эта связь между местоимениями и восприятием объектов как личностей прослеживается на протяжении всего сюжета игры. Люди не признают андроидов как личности и обращаются к ним как к объектам, в то время как сами андроиды взаимодействуют друг с другом, обозначая себя как «he» или «she», что подчеркивает их самосознание. В русском языке невозможно все это вписать так же органично, как в английском.

Несмотря на такой нюанс, адаптация в целом получилась хорошей – играть на русском в «Detroit: Become Human» очень приятно. Экранный текст на кириллице стилистически подогнан правильно:



Рис. 1. Пример хорошей адаптации интерфейса

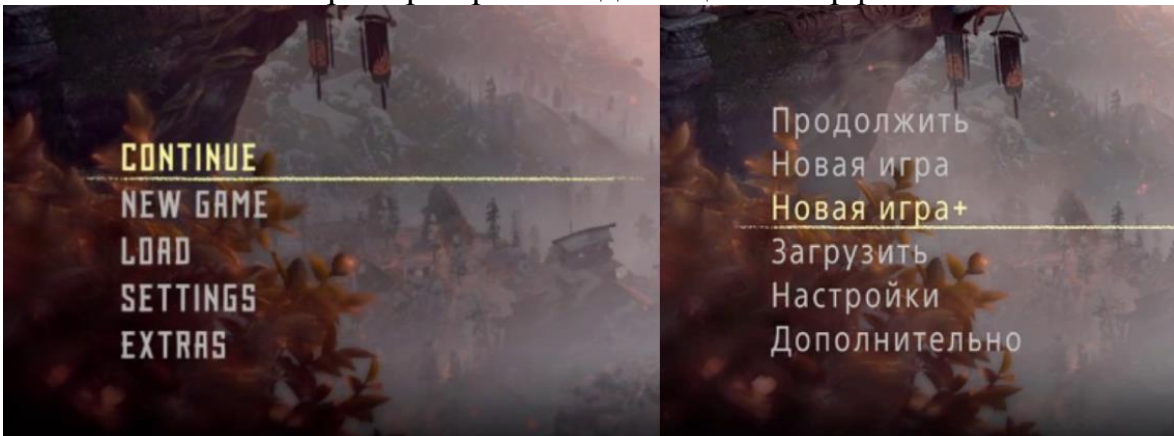


Рис. 2. Плохая адаптация шрифтов в «Horizon: Zero Dawn»

*Искажение характера в «Mafia 2». Телефонный разговор Джо с начальником.*

<p><b>Русский дубляж:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ладно. За парня не переживай, всякое бывает.</li> <li>– Всякое...всякое бывает? Он был моим другом, понятно тебе!?</li> </ul>	<p><b>Оригинал [4]:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Alright. Don't worry about the kid – small price to pay</li> <li>– Small...small price!? That's my friend you're talking about!</li> </ul>
--	---

Сцена в дубляже несет совершенно другой характер. Услышать в подобной ситуации «Всякое случается» и «Невелика цена» – жизнь друга за успешно выполненный заказ – диаметрально противоположные вещи.

*Потеря смысла в «Uncharted 4: Thief's End».*

**Оригинал:** «We're gonna operate on a strictly legal basis, alright? And I will be doing all of the shooting...with my... really expensive camera».

**Дубляж:** «И я отвечаю за всю съемку... своей...жутко дорогой камерой».

«Shooting» означает и стрельбу, и запись на камеру. Натан напрягся, услышав, что стрелять будет Елена – и лишь после паузы она пояснила, что подразумевала видеосъемку. Так в данной сцене обыграна интрига, в русской

версии смысл от пауз утерян. Следовало перевести, например, как «вооружена...своей...жутко дорогой камерой».

*Потеря связи. Кат-сцена, где братья случайно разгадали способ открыть потайную дверь.*

<b>Русский дубляж:</b> – Как ты догадался? – Ну как, основной принцип – жми на все.	<b>Оригинал [3]:</b> – How did you know to do that? – Oh, there’s one thing <u>I learned from you</u> – press everything.
---	---

*Потеря игры слов. Персонаж висит на дереве возле обрыва.*

– I’m <u>okay</u> ! I’m okay! – The tree! The tree is not <u>okay</u> . – Oh, come on!	– Я жив! Я жив! – Дерево! Дерево ломается! – Ох, да ладно!
--	--

Упущена возможность перевести как, например, «Я в порядке» и «Дерево не в порядке».

*Искажение связи между персонажами в «The Last of Us»*

**Дубляж:**

– Я ведь просил тебя, не лезь.

– Знаешь, что, Джоэл...Сказал бы «Я знаю тебе не легко, но ты справилась, ты спасла мне жизнь». Неужели это так трудно, Джоэл (следующая сцена, перед тем как герои разделяться)

– И знаешь, насчет того раза...Спасибо, что спасла мне жизнь.

(пауза)

– На здоровье.

**Оригинал [2]:**

– Why didn’t you just hang back like I told you to?

– You know what? No. How about, hey Ellie. I know it wasn’t easy but it was either him or me, thanks for saving me. You got anything like that for me Joel?

(следующая сцена)

– And just so we’re clear about back there...It was either him or me.

(пауза)

– You’re welcome.

Весь смысл этих двух сцен был в том, что главный герой не сказал, не смог выдать из себя «спасибо». Это характеризует его как человека с психологической травмой, также это показывает Элли как человека, который понимает как трудно Джоэлу произнести фразу – в конце она все же говорит «пожалуйста» несмотря на то, что прямой благодарности так и не последовало.

*Вывод: важность качественного перевода*

Процесс перевода художественных произведений существенно отличается от обычного перевода текста. Чтобы передать художественный замысел оригинала с наименьшими искажениями, требуется глубокий анализ исходного продукта и большое количество времени.

Часто из-за ошибок в переводе аудитории из разных стран могут сложиться совсем иные картины об одном художественном произведении, характеры персонажей изменяются, как и общее настроение и, возможно, посыл автора. Поэтому студиям озвучивания следует не только давать больше ресурсов, но и проводить контроль качества со стороны компании-издателя.

### Библиографический список

1. StopGame.Ru: Российский игровой интернет-портал. – Режим доступа: <https://stopgame.ru/trudnosti> (дата обращения: 14.10.2023).
2. Игра «The Last of Us» // Naughty Dog LLC. – 2013. Сценарий: Нил Дракманн. – Режим доступа: [https://thelastofus.fandom.com/wiki/The\\_Last\\_of\\_Us\\_script](https://thelastofus.fandom.com/wiki/The_Last_of_Us_script).
3. Игра «Uncharted 4: A Thief’s End» // Naughty Dog LLC. – 2016. Сценарий: Джош Шерр, Нил Дракманн. – Режим доступа: [https://uncharted.fandom.com/wiki/A\\_Thief%27s\\_End\\_script](https://uncharted.fandom.com/wiki/A_Thief%27s_End_script).
4. Игра «Mafia 2» // 2K Games Czech. – 2010. Сценарий: Даниэль Вавра.
5. Wikipedia: энциклопедия. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Dubbing>.

© Гайнуллин В.В., 2023

А.А. ГРИШИН

*vopros3online@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЛЕКСИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ**

*Аннотация:* исследование фокусируется на влиянии социальных и культурных факторов на лексические изменения в современном английском языке. Статья анализирует роль социальных медиа и уличных культур, таких как хип-хоп, в создании новых слов и выражений. Также рассматривается, как изменение социальных норм влияет на существующую лексику, делая ее более инклюзивной или нейтральной.

*Ключевые слова:* влияние, социальные факторы, культурные факторы, лексические изменения.

В быстро развивающихся современных обществах социальные тенденции играют важную значение в развитии и изменении языка. Наиболее ярким примером этого является современный английский язык. В данной статье на конкретных примерах, рисунках, цитатах и в научной литературе мы изучаем влияние социальных тенденций на лексические изменения в этом языке. Одним из основных источников новых слов и выражений в современном английском языке являются социальные сети. Исследования показывают, что около 74% молодых людей активно используют социальные сети для общения и выражения своих мыслей.

Например, термин «selfie» возник в социальных сетях и теперь широко используется для обозначения фотографии, сделанной самим человеком [1, с. 112].

Исследования показывают, что новые лексические единицы, связанные с Интернетом и социальными сетями, также активно вводятся распространяются в английском языке. Например, в исследовании Марии Мишковой «Языковые изменения в Facebook: исследование на основе корпуса» показано, что за последние несколько лет резко возросло употребление слов, связанных с Facebook, что свидетельствует о влиянии социальных сетей на английский язык.

Другой пример – использование термина «хэштег», получившего особое распространение благодаря социальной сети Twitter. Хэштег – это символ «#», который ставится перед словом или фразой и облегчает поиск и категоризацию. Этот термин получил широкое распространение и используется также в других

языках для обозначения аналогичных символов, используемых в социальных сетях.

Влияние Интернета и социальных сетей на лексику английского языка проявляется не только в появлении новых слов и словосочетаний, но и в изменении значения уже существующих слов. Например, слово «друг», которое раньше означало человека, с которым у человека были личные отношения, теперь в контексте социальных сетей используется для обозначения отношений между пользователями [2, с. 205].

Кроме того, Интернет и социальные сети повлияли на грамматические структуры английского языка и использование знаков препинания. Например, такие аббревиатуры и сокращения, как «LOL» (laughing out loud), «OMG» (Oh! My God!) и «BRB» (will be back soon), стали общепринятыми и используются при общении в Интернете и социальных сетях [2, с. 166].

В результате эти аббревиатуры и сокращения стали использоваться и в разговорной речи за пределами Интернета. Это явление известно как «нетрадиционное использование письменных форм в разговорной речи» и свидетельствует о том, что под влиянием Интернета изменяются не только лексические, но и грамматические аспекты английского языка.

Однако социальные тенденции не только вводят в английский язык новые слова и выражения, но и изменяют уже существующий словарный запас. Изменения социальных норм, культурных ценностей и мировоззрения находят свое отражение в языке [3, с. 501]. Например, термины и выражения, связанные с полом, расой и ориентацией, которые ранее были табуированы, могут стать приемлемыми или даже нейтральными на лексической карте современного английского языка. Это отражает изменение представлений об инклюзивности и неравенстве.

Социальные тенденции играют важную роль в формировании и изменении словарного состава современного английского языка. Новые слова и выражения появляются в социальных сетях и культуре уличных сообществ и быстро входят в обиход. Они отражают социокультурные изменения и эволюцию языка. Современный английский язык продолжает активно развиваться и адаптироваться под влиянием социальных тенденций, что делает его живым, динамичным языком [3, с. 525].

Лексические изменения в языке – это естественный процесс, который отражает социальные и культурные факторы общества [4, с. 30]. Современный английский язык не является исключением, и его лексическая эволюция тесно связана с культурным контекстом. В данной статье мы рассмотрим влияние социальных и культурных факторов на лексические изменения в современном английском языке и продемонстрируем это на конкретных примерах.

Культурный контекст – это сложная комбинация ценностей, норм и поведенческих моделей, которые характеризуют определенное общество. Язык, в свою очередь, является отражением этого контекста и адаптируется под изменяющиеся культурные потребности [4, с. 59]. Современный английский



язык существенно изменился за последние десятилетия, и лексические изменения в нем нашли свое отражение в новых словах, выражениях и фразах.

Одним из явлений, иллюстрирующих влияние социальных и культурных факторов на лексическую эволюцию современного английского языка, является распространение интернет-сленга [2, с. 96]. Социальные сети, онлайн-общение и цифровая культура привнесли в повседневную речь множество новых слов и сокращений. Например, вышеупомянутое слово «selfie» стало неотъемлемой частью английского языка, отражая современную культуру самовыражения через фотографию.

Другой пример – влияние глобализации и смешения культур на эволюцию английского лексикона [2, с. 97]. Английский язык стал международным языком общения, что нашло отражение в его лексике. Культурные термины, названия блюд и музыкальных жанров со всего мира были заимствованы в английский язык. Например, слово «sushi» стало неотъемлемой частью английского языка, что отражает популярность японской кухни.

Культурный контекст также влияет на переосмысление и изменение значения слов [2, с. 103]. Изменения в обществе и отношении людей к тем или иным явлениям приводят к изменению значения слов и появлению новых коннотаций. Например, слово «woke» раньше означало «проснуться», а теперь используется в значении «признавать социальное неравенство и бороться с ним».

Исследования лексической эволюции современного английского языка подтверждают влияние социальных и культурных факторов на лексические изменения. В одном из исследований было установлено, что изменения в образе жизни и технологиях сопровождаются появлением в языке новых слов и понятий. Например, развитие Интернета и социальных сетей привело к появлению множества слов и выражений, связанных с цифровой коммуникацией и онлайн-сервисами.

Важную роль в эволюции словарного состава современного английского языка играет культурный контекст. Социальные и культурные факторы влияют на появление новых слов, изменяют значение уже существующих и адаптируют язык к меняющимся потребностям общества [5, с. 164]. Примеры, приведенные в данной статье, являются лишь одним из примеров широкого спектра изменений в лексике английского языка под влиянием культурного контекста. Исследования в этой области продолжаются и позволяют глубже понять взаимосвязь между динамикой развития языка и социокультурной средой.

В заключение следует отметить, что Интернет и социальные сети оказали значительное влияние на изменение словарного состава английского языка. Под влиянием современных социокультурных тенденций появляются новые слова и словосочетания, а старые слова меняют свое значение и употребление. Это явление отражает стремительное развитие технологий и изменения в образе жизни людей. Современный английский язык продолжает развиваться под

влиянием новых средств коммуникации и социальных условностей, что проявляется и в лексике.

### **Библиографический список**

1. McCarthy, Michael, and O'Dell, Felicity. «English Vocabulary in Use: Advanced». Cambridge University Press, 2017. – 301 с.
2. O'Keeffe, Michael, McCarthy, Michael, and Carter, Ronald. «From Corpus to Classroom: Language Use and Language Teaching». Cambridge University Press, 2007. – 315 с.
3. Rundell, Michael. «Macmillan Collocations Dictionary». Macmillan Education, 2010. – 911 с.
4. Thorne, Sarah. «Mastering the American Accent». Barron's Educational Series, 2016. – 186 с.
5. Simpson, John. «The Word Detective: Searching for the Meaning of It All at the Oxford English Dictionary». Basic Books, 2016. – 364 с.

© Гришин А.А., 2023

В.В. ЕФИМЕНКО, Я.Ю. ПЕРУНКОВ

*MrRimidalV@yandex.ru, goblinxolm@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Н. В. ЕФИМЕНКО

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ АЛГОРИТМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: ПЕРЕВОД И ЛОКАЛИЗАЦИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР**

*Аннотация:* в статье рассматриваются некоторые особенности процессов локализации, перевода, интернационализации и адаптации компьютерных игр, предполагающие глубокое погружение в культуру целевого рынка. Отмечается динамическая структура локализации, которая говорит о необходимости пристального внимания со стороны ученых-переводчиков.

*Ключевые слова:* локализация, перевод, интернационализация, культурная адаптация, мультимедийный алгоритм взаимодействия, компьютерная игра, видеоигра.

«Современные компьютерные игры – это мультимедийный алгоритм взаимодействия (алгоритм знаний), предназначенный для погружения игроков в целостную виртуальную среду. Современные видеоигры представляют собой обширный, постоянно меняющийся комплекс сложного цифрового контента. Отчасти это «голливудский блокбастер», в некоторой степени взаимодействие в реальном времени и в определенном смысле соревновательный вид спорта. «За кулисами» высокоуровневое кодирование воплощает механику и эстетику игры в жизнь. Кинематографичный игровой процесс, тщательно продуманные ролики в конце каждого уровня игры, диалоги персонажей и внутриигровые уведомления – все это в совокупности вовлекает игроков в нелинейное повествование» [2].

«Локализация компьютерных игр направлена на создание эквивалентного «опыта» для игроков в любой точке мира. Важно отметить, что это не просто создание оригинальной игры на разных языках, речь идет о создании версий игры, которые покажутся игроку аутентичными, где бы он ни находился» [2].

«Является ли локализация тем же самым, что и перевод?» [2].

«Перевод текста и речи с определенным уровнем сложности, который распознает предполагаемые значения идиом и культурных отсылок и адаптирован соответствующим образом, а не просто обеспечивает буквальное, дословное «конвертирование» слов с одного языка на другой, является многогранной задачей. Изменения в экранном тексте или разговорной речи также могут потребовать редактирования места события (сцены), чтобы убедиться, что визуальные эффекты соответствуют новому озвученному варианту перевода. Некорректный перевод может в одно мгновение нарушить

погружение игрока в игру и привести к тому, что разработчик игры столкнется с насмешками со стороны игрового сообщества» [2].

«Таким образом, локализация – это процесс перевода и адаптации видеоигры для новой страны или региона. Перевод и интернационализация – два ключевых компонента локализации» [2].

«Перевод компьютерных игр занимает центральное место в подготовке игр к выходу и успеху на международном рынке, он является лишь частью работы, необходимой для достижения признания за рубежом. Для этого требуется команда опытных переводчиков, которые одновременно являются носителями языка перевода и хорошо знакомы с разработкой и переводом видеоигр [1]» [2].

«Интернационализация – это процесс подготовки игры или продукта к локализации путем адаптации технической инфраструктуры игры к любому рынку. Это технический процесс, который проводится на начальных этапах разработки игры. Интернационализация решает такие проблемы, как кодировка символов текста и обеспечение того, чтобы исходный код функционировал в разных регионах. Интернационализация также рассматривает вопросы, связанные с форматами даты и времени, пользовательским интерфейсом, помогает сделать проекты локализации более быстрыми и эффективными. Это особенно важно при локализации больших игр или одновременной локализации на несколько языков» [2].

«Процесс локализации видеоигр целостно подготавливает каждый элемент игры к продаже на новом международном рынке. Концепция локализации гораздо шире, чем перевод, и предполагает глубокое погружение в культуру целевого рынка и значительные творческие усилия по созданию игры, которая была бы понятной, увлекательной, эмоционально резонансной и коммерчески жизнеспособной» [2].

«Локализация обычно включает в себя рассмотрение трех ключевых игровых элементов» [2]:

1) «элементы внутриигрового сюжета» [2].

«Игра должна привлекать пользователей и поддерживать их вовлеченность, и именно здесь в игру вступает локализация сюжетных элементов. Имена персонажей, названия мест, оружие или другие элементы сюжета должны быть локализованы, чтобы предоставить игроку максимально реалистичный игровой сценарий. Названия или имена, которые «не вписываются» в сценарий, могут обескуражить игрока. Например, если действие игры происходит в Китае, у местного бара не должно быть гавайского названия. Мы также должны помнить, что имя, которое является женским в одной культуре (например, в США), может быть мужским именем в другой (например, Ким в Норвегии). Поскольку эти элементы весьма важны для самого сюжета и игрового процесса, следует уделять больше внимания их локализации. Необходимо проанализировать каждый аспект игры, начиная с имени и внешнего вида каждого персонажа и предмета, заканчивая локациями,

сюжетными моментами и т. п. Это гарантирует, что игра будет легка для понимания и рассчитана на зарубежную аудиторию» [2].

2) «технические элементы» [2].

«Часто упускается из виду локализация технических элементов, таких как даты, время и единицы измерения. Они являются важной частью создания захватывающего игрового процесса, и любая профессиональная команда по локализации приложит все усилия, чтобы ваша новая аудитория ничего не пропустила» [2].

«Текстовое пространство в пользовательском интерфейсе часто ограничено, что может стать проблемой при переводе на язык, использующий другой алфавит (например, длина немецких слов по сравнению с такими же в других европейских языках). В пользовательском интерфейсе часто используются аббревиатуры. Обычно это сокращенные формы английских названий, поэтому их необходимо адаптировать для других языков. Решение данной проблемы заключается либо в переводе полных форм слов или словосочетаний, либо в оставлении аббревиатур как есть, если они хорошо известны (например, HP)» [2].

3) «элементы маркетинга» [2].

«Маркетинговая локализация – важнейший, но иногда упускаемый из виду, компонент процесса локализации видеоигр. Команды тратят много времени на разработку материалов, чтобы максимально повысить привлекательность и коммерческий успех своих компьютерных игр внутри страны. К сожалению, без локализации многие из этих элементов не смогут найти отклик у аудитории за рубежом, что приведет к потере времени и возможностей и может полностью подорвать усилия по локализации» [2].

«Локализация маркетинговых элементов – это не только реклама и графический дизайн, в некоторых случаях стратегия локализации может включать в себя совершенно новую стратегию монетизации, поскольку игроки в разных регионах имеют уникальные привычки при совершении игровых покупок» [2].

«В лингвоиндустрии принято считать, что термин «локализация» имеет обширное значение, а «перевод» является его частным случаем. Но поскольку многие источники определения термина «локализация» не взаимоисключают друг друга, эти понятия зачастую рассматриваются вместе [6]» [2].

«Зарубежная теория перевода все еще не установила однозначного подхода к определению термина «локализация». Данный термин, согласно профессору М. О'Хаган, называется «преемником» переводоведения, но с большей вовлеченностью технологизации. Профессор упоминает, что по результатам исследований системы машинного перевода привнесли теоретический вклад меньшего размера в процесс развития науки в отличие от инженерии и информационных технологий, в которых переводческие технологии внедряются повсеместно [8]» [2].

Для исследования локализации и культурной адаптации в сфере видеоигр в англо-русской языковой паре выбор пал на вышедшую в феврале 2022 года

игру «Elden ring». «Elden ring» разработана японской компанией FromSoftware Inc. под издательством компании BANDAI NAMCO.

«Elden ring» – высокобюджетная компьютерная игра, рассчитанная на массовую аудиторию. Данную игру разработали в коллаборации с Джорджем Реймондом Ричардом Мартином (Лаборатория фантастики). Он создал концепт мира, в который разработчики вложили происходящие события и разворачивающийся сюжет игры.

«В качестве примера локализации рассмотрим игровой предмет – нагрудный доспех под названием «Доспех плебея-ополченца» – «Vulgar militia armor», где уже в названии можно отчетливо заметить, что слово vulgar переведено правильно как «народный», отсюда плебей. Данный предмет можно получить после устранения плебеев-ополченцев, которые обитают на окраинах мира, бродя по опустошенным полям, видимо, выполняя роль разведчиков и патрульных. В руках у плебеев ржавое, но экзотичное и смертоносное оружие, которое было создано с целью ранить, замедлить и обескровить жертву» [3].

«Ополченцы внешне выглядят очень измученными, и это отражается в описании к броне, которую они носят: "Доспех странствующего солдата: оголодавшего, злого и грязного. Выжженные поля сражений, источающие трупное зловоние, и запретные земли, которые вскоре исчезнут с карт, – вот где неустанно и бесславно бьются простые солдаты, оберегая покой граждан"» [3] – «Armor worn by lean, mean, and filthy militiamen. Freshly-singed battlegrounds effusing with the stench of the dead. Forbidden lands that will be excised from the memory of history. This is where the vulgar militia serve, as untiring, unsung watchkeepers».

Как можно заметить, при переводе на русский язык «четыре простых английских предложения были трансформированы и соединены в одно сложное предложение. Данный прием, вероятнее всего, был использован, чтобы придать русской версии описания звучания. В начале предложения «lean» было передано как «оголодавшего», что, предположительно, должно было лучше передать беспощадную атмосферу, которую игрок видит на экране. Последняя часть предложения была переделана из «serve as watchkeepers» в «бьются солдаты, оберегая покой граждан», это было сделано, возможно, из соображений того, что для русскоговорящего человека watchkeeper – это часовой. Как известно, в культуре носителей русского языка все часовые должны находиться на наблюдательных позициях, чтобы успеть предупредить о надвигающейся угрозе, а не сражаться на поле боя» [3].

«Прочитав такое описание, игрок проникнется отчаянной ситуацией отправленных на убой солдат и будет понимать, почему они ведут себя так потерянно на поле боя, но отчаянно вступая в схватку, как только увидят аватар игрока, самостоятельно иницируя бой. Как мы видим в данном примере, локализатор использовал стратегию прагматической адаптации текста» [3], чтобы добиться нужного психоэмоционального воздействия схожего с оригинальным.

Следующим примером является внутриигровой шлем под названием «Шлем рыцаря-изгнанника» – «Vanished knight helm», где уже в названии переводчики применили целостное преобразование. Вследствие данного изменения шлем стал принадлежать не просто изгнанному рыцарю, а рыцарю-изгнаннику, что дает русскоязычному человеку определить, что таких рыцарей как минимум несколько, а возможно и значительно больше.

Однако в описании к предмету предыстория рыцарей несколько противоречит их внешнему поведению. Описание первого варианта шлема представлено таким образом: «Комплект плотной брони, покрывающей все тело. Такой шлем носили неудачливые рыцари, которым пришлось покинуть свои дома. Эти жестокие воины были искусными бойцами. Хотя они и не смогли отстоять свои земли, их продолжали величать рыцарями» – «Thick, full set of armor covering the entire body. This helm was worn by knights who, whether by misfortune or misdeed, were forced to abandon their homes. These fierce warriors were each and all accomplished. Perhaps that is why, despite their territorial losses, they were still named knights».

Во втором предложении причастный оборот «whether by misfortune or misdeed» был заменен на прилагательное «неудачливые». Должно быть, переводчик посчитал, что данный оборот является излишним и решил опустить «misdeed», а «misfortune» преобразовать в прилагательное. В четвертом предложении также было убрано «Perhaps that is why». Вероятно, переводчик посчитал, что для русскоговорящего игрока данная часть предложения не имеет практической ценности.

Прочитав такое описание после победы над достаточно сильным противником, который встречается на ранней стадии игры, игрок поймет, что дальше его ожидают противники гораздо сильнее и опаснее, возможно даже те противники, из-за которых рыцари покинули свои дома. Как мы видим, для нашей страны локализатор посчитал нужным использовать доместицирующую стратегию и опущение части игровых элементов, и это не привело к потере смысла или понимания оригинальной задумки.

В результате исследования различных вариантов переводов мы выявили, что чаще всего локализаторы использовали стратегию прагматической адаптации текста. Культурная адаптация встречалась не так часто и применялась, преимущественно, для передачи эмоционального фона с учетом русскоязычных реалий. Основная часть примеров была локализована с использованием гибридных стратегий и, как мы выяснили, зависела от технических особенностей пользовательского интерфейса в игре.

«Миссия локализации состоит в реконструировании текста под нормы культуры выбранного языка. То есть, текст не просто переводится, он подстраивается под культурно-апроприационный стиль, соответственно все окружающие элементы игры подстраиваются под текст. Целью локализации является подготовка текста для приема реципиентов иной культуры» [2]. Локализация – это привязка перевода к менталитетным реалиям принимающей культуры.

«Таким образом, для успешной локализации и культурной адаптации крайне важно учитывать все необходимые элементы языка-реципиента и потребности рынка принимающей культуры. Для работы над такими проектами в обязательном порядке должны привлекаться переводчики, являющиеся специалистами в данной области и, по возможности, носителями языка перевода, на который необходима локализация» [2].

### Библиографический список

1. Анциферов, А.А. Искусство локализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.osp.ru/pcworld/1998/10/159683> (дата обращения: 10.04.2023).
2. Ефименко, Н.В., Ефименко, В.В. Перевод и локализация компьютерных игр: алгоритм взаимодействия // Теория и практика языковой коммуникации: материалы XV Международной научно-методической конференции. – Уфа, 2023. – С. 72–78.
3. Ефименко, Н.В., Перунков, Я.Ю., Ефименко, В.В. Культурная адаптация и локализация компьютерных игр: сопряжение парадигм // Теория и практика языковой коммуникации: материалы XIV Международной научно-методической конференции. – Уфа: УГАТУ, 2022. – С. 78–85.
4. Маслова, В.А. Лингвокультурология. Введение: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / отв. ред. У. М. Бахтикиреева. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – С. 67.
5. Швейцер, А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – 4-е изд., стер. – М.: Либроком, 2018. – 215 с.
6. Якунина, В.Г., Шевченко, Е.В. Лингвоиндустрия: локализация и перевод // Наука без границ. – 2017. – № 6 (11). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoindustriya-lokalizatsiya-i-perevod> (дата обращения: 15.05.2023).
7. Mazur, Iwona. The Metalanguage of Localization: Theory and Practice. – 2007. – Target 19 (2). – P. 337–357.
8. O'Hagan, M., Mangiron, C. Game Localization. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2013. – 98 p.

© Ефименко В.В., Перунков Я.Ю., 2023



А.А. ЕФИМОВ

*etmanuel6967qq@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПУНКТУАЦИИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

*Аннотация:* статья посвящена истории развития пунктуации в русском языке, начиная с древности и до настоящего времени, а также роли пунктуации в русском языке.

*Ключевые слова:* пунктуация, русский язык, история русского языка, развитие, значение пунктуации, русская орфография.

В истории письменности и развития языка пунктуация - одна из важнейших составляющих. Она помогает в разделении текста на отдельные элементы, такие как, предложения, фразы и слова. Также пунктуация помогает структурировать текст и улучшить его читаемость, что помогает обычному читателю улучшить понимание текста. В данной статье мы рассмотрим, как развивалась пунктуация в русском языке.

Самые ранние письменные произведения, которые нам известны, не имели ни одного знака препинания. Ученые и писатели античной эпохи начали использовать разнообразные знаки для разделения фраз и предложений. Первые попытки применения пунктуации в русском языке принято считать знаки, которые использовались в древнерусской и славянской письменности. Нельзя не вспомнить один из старейших письменных памятников на русском – Патерик – Сказание о жизни одного отшельника, который датируется 9 веком [1]. Здесь присутствовали знаки, которые обозначали знаменные паузы, но не имели за собой единой системы и стандартизации. Все это произошло значительно позже. Известно, что в 13 веке во времена правления Ивана Калиты появились знаки, которые в теории могли использоваться как пунктуационные [2]. Они выглядели как вертикальные палки и черточки, которые указывались над текстом. Эти знаки помогали разделять текст по частям и указывать на необходимые паузы при чтении [3].

Однако стоит заметить, что данные знаки не были распространены на широкую публику и не получили должного признания. Уже в середине 17 века, при Петре 1, начались более серьезные попытки систематизации пунктуации в нашем языке. Началась работа по созданию грамматики и орфографии русского языка [4]. И конечно не могли не уделить отдельное внимание пунктуации. В ту эпоху роль пунктуационных знаков в русском языке выполняли «томики». Это были книги, в которых содержались примеры с преподаванием пунктуации. На тот момент уже использовались запятая, точка, двоеточие – знаки препинания,

без которых в наше время невозможно представить русский язык. Проблема «томиков» заключалась в том, что это были скорее рекомендации по использованию, нежели четко установленные правила. Поэтому каждый автор мог использовать пунктуацию по своему усмотрению, что еще больше усложняло задачу систематизации правил в единое целое.

В начале 19 века история русской пунктуации начала развиваться более сознательно. Было взято начало на активную работу по разработке единых правил использования пунктуации. Это стало необходимым, так как в то время стали появляться школьные учебники по грамматике и пунктуации, а также усилилось внимание к стилям письма и помощи от редакторов и корректоров. С целью разработки единых правил, в то время была создана Комиссия знаков и правил пунктуации, которая занималась изданием специального руководства и инструкции по пунктуации. Также стоит сказать, что начало значительных изменений в пунктуации, было связано с влиянием европейских языков, таких как немецкий и французский. Данные языки не остались в стороне и внесли свой вклад в пунктуацию русского языка. В период с 16 по 19 век из-за рубежа к нам пришли такие знаки препинания как точка с запятой и вопросительный знак [5]. Также в 19 веке появился еще один знак препинания – тире. Изначально он был нужен с целью разделения отрывков текста, но далее его функционал был расширен [5].

19 век также стал эпохой развития писательского мастерства и русской литературы в целом, что в последствии привело к более активному использованию знаков препинания [6]. Основой фигурой в этом выступил наш великий писатель Толстой Лев Николаевич. Он начал активно использовать в своих произведениях прямую речь и другие знаки препинания с целью передачи выражения эмоций персонажей и интонации. Также Лев Николаевич стремился упростить пунктуацию настолько, насколько это возможно. Этим он хотел добиться того, чтобы тексты становились понятнее и читателям было легче их читать. Толстой предлагал исключить многоточие и использовать знаки препинания только там, где они нужны.

За этот период были внесены значительные изменения в систему пунктуации русского языка. Появились правила использования каждого знака препинания в разных ситуациях. Так, например, запятая стала использоваться в разделении подлежащего и сказуемого и выделения обособленных конструкций.

Однако несмотря на то, что появились уже установленные правила применения знаков препинания в русском языке, развитие пунктуации на этом не остановилось. Продолжались совершенствоваться правила пунктуации, а также расширение функций некоторых из знаков препинания. Это все было связано с изменениями в языке и его функциональностью. Новые формы написания и новые стили коммуникации требовали новых знаков и новых правил их применения.

В 20 веке активно начала развиваться компьютерная технология и текстовые процессоры. Это стало новой развивающейся и перспективной отраслью, которое определило будущее всего мира. Также компьютерные

технологии повлияли и на пунктуацию в русском языке. Компьютерные программы и электронная печать давали новые возможности для использования, изменения и вставки знаков пунктуации. Теперь стало возможным применять более сложные и разнообразные знаки пунктуации, а также изменить их местоположение. Компьютерные технологии не поменяли в корне правила пунктуации, но сделали их использование гораздо проще в рамках современных технологиях, таких как телеграф и печатная машина.

Также наращивание разнообразности и сложности в 20 веке было связано с развитием новых жанров литературы, таких как поэзия и драматургия. Писатели активно пользовались знаками препинания для создания ритма и музыкальности в своих произведениях.

В настоящее время пунктуация имеет огромное значения для коммуникации и письменности. Она облегчает понимание текста, позволяет структурировать мысли и передавать эмоциональную нагрузку в тексте.

Однако, несмотря на все преимущества пунктуации, она не является статичной. В разных языках и культурах приняты различные правила пунктуации. Некоторые знаки могут использоваться по-разному и иметь разное значение в различных языках. Также, с появлением интернет-коммуникации и сокращенных форм письма (например, в SMS или в сообщениях в социальных сетях), пунктуация может использоваться неправильно или вообще игнорироваться.

Современные правила пунктуации в русском языке определены Государственным образовательным стандартом и Методическими рекомендациями по русскому языку. Они определяют правила использования знаков препинания, таких как точка, запятая, двоеточие, точка с запятой, тире, скобки и другие [7]. Наличие этих правил позволяет обеспечить ясность текста и его понимание из первого прочтения.

Несмотря на установленные правила, пунктуация в русском языке имеет свои особенности и тонкости. Использование и расстановка знаков препинания может зависеть от стиля текста, его смысловой нагрузки и индивидуальных предпочтений автора.

Также стоит отметить, что с развитием информационных технологий и интернета, в русском языке появились новые знаки препинания, такие как символы эмоций или интернет-аббревиатуры. Это неофициальные знаки препинания, которые используются в чате, электронной почте и социальных сетях.

В заключение можно сказать, что развитие пунктуации в русском языке прошло длительный путь от примитивных знаков разделения до универсальных правил использования знаков препинания. Современные правила позволяют создавать четкие и понятные тексты, которые легко читать и понимать. Однако, в силу различных стилей письма и индивидуальных предпочтений, пунктуация в русском языке остается гибкой и может варьироваться в разных текстах. Несмотря на изменения в правилах пунктуации, она остается важным инструментом для писателей, читателей и коммуникаторов.

## Библиографический список

1. Гольцова, Н.Г. Из истории знаков препинания. – Режим доступа: [http://znaki-pr.ru/texts/history\\_of\\_punctuation\\_marks.html](http://znaki-pr.ru/texts/history_of_punctuation_marks.html) (дата обращения: 16.10.2023).
2. История возникновения знаков препинания – когда они появились и кто придумал. – Режим доступа: <https://history-doc.ru/nauka/kogda-poyavilis-znaki-prepinaniya/> (дата обращения: 16.10.2023).
3. Что такое пунктуация? – Режим доступа: <https://городец870.рф/faq/cto-takoe-punktuaciya> (дата обращения: 16.10.2023).
4. Пунктуация этимология – основные термины и история развития. – Режим доступа: <https://городец870.рф/faq/cto-takoe-punktuaciya-etimologiya-i-osnovnye-ponyatiya> (дата обращения: 17.10.2023).
5. Становление и развитие нормативной пунктуации в истории русского языка. – Режим доступа: <https://pandia.ru/text/81/171/5313.php> (дата обращения: 17.10.2023).
6. Что такое пунктуация и как она связана с разделами науки о языке? – Режим доступа: <https://городец870.рф/faq/cto-takoe-punktuaciya-i-v-kakoi-nauke-izucasutsya-ee-razdely> (дата обращения: 17.10.2023).
7. Основы современной русской пунктуации. – Режим доступа: <https://infourok.ru/osnovy-sovremennoj-russkoj-punktuacii-4047421.html> (дата обращения: 17.10.2023).

© Ефимов А.А., 2023

И.И. ЕФИМОВ

*ferawy@icloud.com*

Науч. руковод. – канд. пед. наук, доц. Г.Р. БИКУЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЯЗЫКОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ ГОЛОСОВЫХ ПОМОЩНИКОВ**

*Аннотация:* данная статья исследует взаимодействие языковых голосовых помощников и человека. Преимущества и недостатки данной технологии в помощи изучения иностранных языков.

*Ключевые слова:* технологии искусственного интеллекта, техника перевода, программы языкового перевода, распознавание речи, общение.

Технология языковой коммуникации охватывает различные методы и техники, используемые для эффективного общения на разных языках. Она играет важную роль в нашей современной информационной эпохе, где международные связи и коммуникация стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни.

Одним из ранних примеров технологии языковой коммуникации является изобретение телефона, который позволяет людям разговаривать на разных языках без необходимости физического присутствия. С развитием интернета и мобильных устройств возникли новые способы коммуникации, такие как электронная почта, мгновенные сообщения и видеозвонки.

С развитием машинного обучения и искусственного интеллекта, разработаны и применяются различные инструменты автоматического перевода. Эти программы основаны на словарных базах данных и статистических моделях, которые позволяют переводить текст с одного языка на другой с высокой степенью точности.

Одной из самых новых и перспективных областей в технологии языковой коммуникации является разработка голосовых помощников, таких как Siri, Google Assistant или Amazon Alexa. Эти устройства используют определенные нейронные сети и алгоритмы распознавания речи для понимания и обработки голосовых команд, а затем предоставляют соответствующую информацию или выполняют задачи, требуемые пользователем.

Языковая коммуникация голосовых помощников – это процесс взаимодействия между человеком и голосовым помощником при помощи устной речи. Голосовые помощники, такие как Siri, Alexa и Google Assistant, оснащены системами распознавания и синтеза речи, которые позволяют им понимать и отвечать на команды и вопросы пользователей.

Одним из ключевых аспектов языковой коммуникации голосовых помощников является распознавание речи. Голосовые помощники должны

иметь способность распознавать человеческую речь с высокой точностью, чтобы правильно понимать команды и запросы пользователей. Для этого они используют различные технологии, включая нейронные сети и алгоритмы машинного обучения.

После распознавания речи голосовой помощник должен проанализировать полученные данные и определить, каким образом выполнить команду или ответить на вопрос. Для этого он может обращаться к своей базе данных, проводить поиск в Интернете или обратиться к установленным приложениям на устройстве пользователя. После обработки данных голосовой помощник генерирует ответ, который затем синтезируется в речь и передается пользователю.

В процессе языковой коммуникации голосовые помощники могут использовать различные стратегии взаимодействия, чтобы обеспечить более естественное и продуктивное взаимодействие с пользователем. Они могут задавать уточняющие вопросы, запрашивать дополнительную информацию или предлагать варианты ответа, чтобы помочь пользователю достичь своей цели.

Важным аспектом языковой коммуникации голосовых помощников является также адаптация к различным языкам и культурам. Голосовые помощники разрабатываются с учетом разных региональных особенностей, диалектов и акцентов, чтобы обеспечить более точное и эффективное взаимодействие с пользователями по всему миру.

Языковая коммуникация голосовых помощников не совершенна по следующим причинам:

1. Понимание контекста: Голосовые помощники опираются на искусственный интеллект и нейронные сети для понимания языка. Однако они не всегда способны полностью понять контекст высказывания пользователя, что может приводить к неправильным или неадекватным ответам.

2. Ограничены предустановленными командами: Голосовые помощники имеют предустановленные команды и ответы на них. Если пользователь задает вопрос или выражает свою мысль немного иначе, голосовой помощник может не суметь понять или ответить на него.

3. Отсутствие эмоциональной составляющей: Голосовые помощники не могут распознавать или выражать эмоции, что ограничивает их способность в полноценной языковой коммуникации.

4. Ограниченная база данных: Голосовые помощники используют ограниченное количество информации и баз данных для ответа на вопросы пользователей. Если вопрос выходит за пределы этой базы данных или требует обширного поиска, голосовой помощник может не справиться с ним или дать неправильный ответ.

5. Технические ограничения: Возможны сбои в работе голосовых помощников, которые могут привести к неправильному пониманию пользовательских команд или ошибочным ответам.

Языковая коммуникация голосовых помощников все еще находится на стадии развития, и разработчики постоянно работают над улучшением их

способностей в понимании и ответах на запросы пользователей. В них запрограммирована способность самообучения. У голосовых помощников есть такое преимущество. Они помогают нам в получении быстрых ответов, а мы помогаем им в расширении их познавательных способностях. Стиль работы данного помощника таков, что, задавая встречные вопросы, он старается увязать с тем, что уже заложено разработчиками или программистами. Получается обоюдное взаимодействие и, как говорится, «уча других – учусь я сам». Каждый голосовой помощник подстраивается под своего друга-человека, со временем познавая его набор вопросов и даже его кругозор. Так, если постоянно задавать вопросы, связанные с иностранными языками, например, грамматические правила или лексический материал, то голосовой помощник будет адаптироваться под этот определенный набор, тем самым помогая в выполнении перевода текстов, лексико-грамматических упражнений, в тренировке произношения и пр., тем самым расширяя свой кругозор в своей технической базе, чего порой так быстро не происходит у человека.

Для того, чтобы голосовой помощник был эффективным, необходимо знать правила подачи информации не только на родном языке, но и соответственно на иностранном языке. Это касается, как правило, грамматически и стилистически верно выстроенных предложений (чаще всего вопросительных предложений), так и правильного произношения. Ускоренная и невнятная речь человека приводит к недопониманию запроса, и голосовой помощник будет постоянно переспрашивать, задавая дополнительные вопросы, тем самым выводя из нормального психического состояния оппонента.

В целом, языковая коммуникация голосовых помощников является важным аспектом их функционала. Она позволяет пользователям взаимодействовать с устройствами и программным обеспечением более естественным образом, делая использование голосовых помощников более удобным и эффективным.

### **Библиографический список**

1. Бомонин, Д. Исследовательский практикум. Голосовые виртуальные ассистенты – что с ними не так? Тема: Искусственный интеллект. Голосовые интерфейсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://habr.com/ru/articles/510986/вход\\_16.10.2023\\_9.00](https://habr.com/ru/articles/510986/вход_16.10.2023_9.00)

2. Ратников, М.О., Чафонова, А.Г. Лингвометодический потенциал виртуальных голосовых помощников (на примере Алиса» компании «Яндекс») // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2019. – № 4. – С. 64–66.

3. Тематический спецпроект «Мобильная разработка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/special/mobile/288951/> (дата обращения: 15.10.2023).

© Ефимов И.И., 2023

Д.А. ЗИННАТУЛЛИН

*d\_zinnatullin@inbox.ru*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РАЗВИТИЕ РУССКОЙ ПОЭЗИИ XVIII ВЕКА**

*Аннотация:* данная статья исследует влияние французского языка на развитие русской поэзии XVIII века. В этот период Россия переживала значительные социокультурные изменения, в том числе и в области литературы. Французский язык, считавшийся языком элиты и культуры, оказал сильное влияние на русскую интеллигенцию и литературное развитие. Влияние французского языка на русскую поэзию проявлялось в таких аспектах, как стиль, тематика, формы и жанры. В статье анализируются произведения русских поэтов XVIII века, таких как Ломоносов, Державин, Батюшков и другие, и исследует влияние французской поэзии на их творчество.

*Ключевые слова:* влияние, французский язык, развитие, русская поэзия, XVIII век, социокультурные изменения, литературное развитие.

Французские стихотворные формы, такие как сонет, ода и элегия, были взяты на вооружение русскими поэтами и адаптированы под русскую литературу. Французская поэзия также внесла свой вклад в развитие русской тематики и стиля, вдохновляя русских поэтов на исследование новых идей и выразительных средств.

Изучение влияния французского языка на развитие русской поэзии XVIII века позволяет лучше понять формирование русской литературной традиции и ее связь с западноевропейской культурой. Данная статья призвана раскрыть значение французского влияния на русскую поэзию того времени и предоставить новые исследовательские материалы для дальнейшего изучения литературной эволюции.

В XVIII веке французский язык играл важную роль в образовании и культуре России. Французский язык был языком международного общения и являлся символом престижа. Большинство русской элиты, включая дворянство, аристократию и высшие слои общества, были прекрасно образованы на французском языке. Обучение французскому начиналось уже с раннего детства, и знание этого языка было неотъемлемой частью образования российских аристократов.

Для русской элиты и интеллигенции французский язык был не только средством общения, но и символом высокого социального статуса. Знание французского языка открывало двери к мировой культуре, мировоззрению и



интеллектуальному обмену. Также французский язык был связан с модой, идеалами эпохи Просвещения и прогрессивными идеями. Многие русские деятели и культурные лидеры того времени, такие как Михаил Ломоносов, Гавриил Державин и Василий Батюшков, владели французским языком свободно и часто использовали его в своих произведениях.

Французская литература имела значительное влияние на развитие русской литературной традиции в XVIII веке. Французские произведения поэзии, прозы и драмы были широко изучены и переведены на русский язык. Русские поэты и писатели черпали вдохновение из французской литературы, а также адаптировали французские литературные техники и стили. Французское влияние проявлялось в выборе тематики, стиле, формах и жанрах русских произведений. Это влияние стало одним из ключевых факторов в эволюции русской поэзии XVIII века и оказало долгосрочное воздействие на развитие русской литературы в целом.

Французская поэзия XVIII века отличалась своими особенностями стиля и формы. Одной из характеристик была классическая гармония, которая проявлялась в использовании метра и ритма, строгом законе рифмы и ясной организации стиха. Французские поэты также предпочитали элегантность и изящество языка, стремясь к точности выражения и четкости мысли. Они мастерски использовали различные стихотворные формы, такие как сонеты, оды, эпиграммы, истины и другие, чтобы выразить свои эмоции и идеи в краткой и выразительной форме.

В русской поэзии XVIII века французское влияние было заметно в использовании различных стихотворных форм и метров. Некоторые русские поэты, такие как Василий Тредиаковский и Иван Крылов, активно использовали французские стихотворные формы, например, сонеты и оды, чтобы передать свои мысли и чувства. Они также уделяли особое внимание рифме и ритму, чтобы создать гармоничность в своих стихотворениях. Французские метрические схемы, такие как александрийский стих, также были широко использованы в русской поэзии того времени.

Французские поэтические техники оказали значительное влияние на русскую поэзию XVIII века. Одним из ярких примеров является использование аллегории и метафоры для передачи сложных идей и эмоций. Французские поэты также часто применяли стилистические приемы, такие как антитеза, параллелизм и риторические вопросы, чтобы усилить выразительность своих стихов. Русские поэты подхватывали эти техники, применяли их в своих произведениях и адаптировали их под свою литературную традицию, внося свой особый стиль и смысл [3, с. 131].

Французское влияние на стиль и формы русской поэзии XVIII века было значительным. Оно способствовало развитию русской литературной традиции и внесло свой вклад в формирование уникального стиля, который объединял французские и русские литературные традиции [2, с. 191].

Французская и русская поэтические традиции имеют свои особенности и различия. Французская поэзия часто отличается своей ясной логикой,

точностью и изящностью выражения, а также вниманием к форме и ритму. Она обычно следует строго заданным правилам и метрическим схемам. С другой стороны, русская поэзия часто обладает богатством эмоций, глубиной мысли и интенсивностью выражения. Русские поэты, в свою очередь, отдают предпочтение свободным формам и эксперименту в стихосложении.

Несмотря на различия в традициях, некоторые элементы французской поэзии были успешно адаптированы в русскую поэтику. Например, французская элегантность и изысканность языка стали одной из особенностей русской классической поэзии. Русские поэты также воспользовались французскими метрическими схемами, такими как александрийский стих, чтобы создать гармоничные и ритмичные стихотворения. Кроме того, французские стихотворные формы, такие как сонеты и оды, были включены в русскую поэтику и использованы для выражения сложных идей и эмоций.

Многие русские поэты проявили умение синтезировать французский и русский стили в своих произведениях. Например, Александр Пушкин в своих стихотворениях часто использовал французские стихотворные формы и рифму, однако сохранил русскую эмоциональность и глубину в своих текстах. Сергей Есенин также экспериментировал с французскими стихотворными формами, добавляя им русскую мелодичность и национальный колорит. Эти примеры демонстрируют успешное слияние французских и русских поэтических традиций [5, с. 234].

Адаптация французского влияния в русской поэзии позволила расширить грани поэтического выражения, обогатить русскую литературу новыми формами и техниками, а также создать уникальный синтез стилей. Это подтверждает гибкость и творческую адаптивность русской поэтической традиции.

Основные результаты исследования влияния французского языка на русскую поэзию XVIII века:

- влияние французского языка на русскую поэзию XVIII века было значительным и оказало сильное влияние на стиль и форму поэтических произведений [6, с. 205];

- адаптация французской поэтической традиции позволила русским поэтам расширить свой кругозор, ознакомиться с новыми стилями и формами выражения, а также развить свои собственные поэтические возможности [3, с. 67];

- процесс адаптации французского языка проявлялся в использовании французских метрических схем, стиховых форм и образцов, что внесло свежесть и разнообразие в русскую поэзию [1, с. 99].

Резюмирующие замечания о значимости этого влияния для развития русской литературы:

- влияние французского языка и поэтической традиции сыграли важную роль в развитии русской литературы и расширили художественные возможности русских поэтов;

– адаптация французского влияния в русской поэзии способствовала появлению новых стилей, форм и ритмов, которые стали характерными для русской поэтической традиции;

– это влияние помогло русской поэзии стать более ритмичной, элегантной и мелодичной, в то же время, сохраняя ее академическую глубину и эмоциональность.

Возможности для дальнейших исследований в данной области:

– дальнейшие исследования могут обратить внимание на конкретные примеры адаптации французского влияния в русской поэзии и их различные эстетические и художественные последствия;

– также можно посмотреть на развитие этого влияния в более поздних периодах русской литературы и его роль в формировании творческих индивидуальностей русских поэтов;

– исследования могут помочь лучше понять, как французская поэтическая традиция адаптировалась в русской литературе и какие особенности она привнесла в русскую поэзию.

Анализ влияния французского влияния на русскую поэзию позволяет нам лучше понять процессы культурного взаимодействия и влияния, а также оценить значимость и разнообразие литературных традиций. Это дает нам возможность лучше оценить богатство и многообразие русской литературы, и ее взаимосвязь с другими литературными традициями мира.

### **Библиографический список**

1. Биржакова, Е.Э. Лексикографические источники и их использование в Словаре русского языка XVIII в. // Проблемы исторической лексикографии. – Л.: Наука. – 1977. – С. 94–106.

2. Вомперский, В.П. Словари XVIII века. – М.: Наука. 1986. – С. 46–87.

3. Копанев, Н.А. Распространение французской книги в Москве в середине XVIII в. // Французская книга в России в XVIII веке: Очерки истории. – Л.: Наука. 1986. – С. 59–172.

4. Семенников, В.П. Собрание, старающееся о переводе иностранных книг. – СПб, 1913. – С. 90–106.

5. Сомов, В.А. Французская «Россика» эпохи Просвещения и русский читатель // Французская книга в России в XVIII веке: Очерки истории. – Л.: Наука. 1986. – С. 173–245.

6. Сомов, В.А. Круг чтения петербургского общества в начале 1760-х гг. (из истории библиотеки графа А.С. Строганова) // XVIII век. Вып. 22. – СПб.: Наука, 2002. – С. 200–234.

© Зиннатуллин Д.А., 2023

Е.Е. ИГНАТЬЕВ

*egor.ignatiew2021@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГРЕЧЕСКОГО ЯЗЫКА**

*Аннотация:* статья посвящена истории становления и формирования греческого языка. В материале рассмотрены ключевые моменты того, как именно формировался греческий язык, его письменность и литература.

*Ключевые слова:* греческий язык, диалект, лексика, Греция, литература.

### **История происхождения греческого языка**

История происхождения греческого языка уходит своими корнями в глубокую древность. Первые следы греческого языка относятся к эпохе микенской культуры, которая существовала в Греции в период с XVI по XI века до нашей эры. В то время греческий язык был одним из многих индоевропейских языков, на которых говорили народы, населявшие территорию Европы, Азии и Африки. Микенский греческий язык известен благодаря записям на глиняных табличках, найденных на территории Микен, Тиринфа и Пилоса [1]. Эти таблички содержат информацию о хозяйственной жизни, административных делах и религиозных обрядах. Следующим этапом в развитии греческого языка стал классический период, который начался в VIII веке до нашей эры и продолжался до V века нашей эры. Именно в этот период греческий язык становится литературным языком, на котором создаются произведения великих древнегреческих авторов, таких как Гомер, Эсхил, Софокл, Еврипид и Аристофан. С завоеванием Греции Римом в III веке до нашей эры греческий язык начинает распространяться за пределы своей родины и становится языком международного общения. В период Римской империи греческий язык приобретает статус официального языка и используется в административных и юридических документах. Однако, настоящий расцвет греческого языка приходится на эпоху Византийской империи, которая образовалась в 330 году нашей эры на месте Восточной Римской империи. В этот период греческий язык становится официальным языком империи и играет важную роль в развитии культуры и науки. Современный греческий язык является продолжением древнегреческого языка и имеет ряд отличий от него. Он сохранил многие черты классического греческого языка, но также претерпел значительные изменения под влиянием других языков и культур.

## **Грамматика и лексика греческого языка**

Грамматика и лексика греческого языка являются одними из самых сложных и интересных аспектов этого языка. Греческий язык имеет свою уникальную грамматику, которая отличается от грамматики большинства других индоевропейских языков. Например, греческий язык имеет три грамматических рода – мужской, женский и средний – в то время как большинство других индоевропейских языков имеют два рода – мужской и женский. Также в греческом языке присутствуют различные типы склонений и спряжений, которые могут быть сложны для изучения [2].

Морфология греческого языка – это раздел грамматики, который изучает формы слов и их изменение в зависимости от контекста. Греческий язык относится к флективным языкам, что означает, что в нем много окончаний и суффиксов, которые изменяют форму слова для выражения грамматических значений. Синтаксис греческого языка определяет правила построения предложений и словосочетаний. Греческие предложения обычно следуют порядку «субъект-глагол-объект». В греческом языке есть несколько типов предложений, включая повествовательные, вопросительные, отрицательные и повелительные.

### **Диалекты греческого языка**

Диалекты греческого языка представляют собой различные формы одного и того же языка, которые развивались на протяжении веков и имеют свои особенности в грамматике, лексике и фонетике. В настоящее время в Греции существует несколько основных диалектов, которые делятся на множество поддиалектов. Наиболее распространенным диалектом является димотика, который используется в повседневной жизни большинства греков. Этот диалект основан на стандартном новогреческом языке и имеет некоторые отличия от классического греческого языка. Например, в димотике отсутствуют некоторые древние формы слов, а также используются современные заимствования из других языков. Другой важный диалект – это кафаревуса, который был официальным языком в Греции до 1976 года [1]. Этот диалект близок к классическому греческому языку и сохраняет многие архаичные формы слов. Однако, кафаревуса также содержит много заимствований из других языков, особенно из французского. Кроме того, существуют и другие диалекты, такие как цаконский диалект, который распространен на острове Кипр и имеет свои особенности в фонетике и грамматике. Также стоит отметить, что диалекты греческого языка могут отличаться не только в грамматике и лексике, но и в произношении.

### **Письменность и литература**

Письменность и литература на греческом языке имеют богатую историю, которая начинается с древнейших времен и продолжается до наших дней. Греческий алфавит, основанный на финикийском письме, был создан в IX веке до н. э. и с тех пор претерпел лишь незначительные изменения. Одним из первых произведений греческой литературы является «Илиада» Гомера,

созданная в VIII веке до н.э. Это эпическая поэма о Троянской войне, которая стала образцом для многих последующих произведений. Другим важным произведением является «Одиссея», также написанная Гомером и рассказывающая о приключениях главного героя, Одиссея. В классическую эпоху греческая литература достигла своего расцвета. В это время жили и творили такие великие писатели, как Эсхил, Софокл, Еврипид, Аристофан и многие другие. Их пьесы до сих пор ставятся на сценах театров всего мира. В византийскую эпоху греческая литература продолжала развиваться, но уже под сильным влиянием христианства. Одним из самых известных произведений этого периода является «Божественная комедия» Данте, написанная на итальянском языке, но основанная на греческой мифологии. Современная греческая литература также имеет свои достижения. Среди наиболее известных авторов можно назвать Нобелевского лауреата Кавафиса, а также поэта и писателя Казандзакиса. Письменность и литература на греческом языке продолжают развиваться и сегодня, несмотря на все трудности, связанные с глобализацией и массовой культурой.

### **Мифология в греческой литературе**

Греческая мифология играет важную роль в греческой литературе и культуре. Эта античная мифологическая система отражает верования и ценности греков, а также предлагает уникальные сюжеты и символы, которые стали неотъемлемой частью литературного и художественного наследия. В этой статье мы погрузимся в мир греческой мифологии и рассмотрим ее влияние на греческую литературу[3].

#### **1. Мифология как источник вдохновения.**

Греческая мифология, со своими богами, героями и эпическими сюжетами, стала источником вдохновения для многих писателей и поэтов. Эпосы Гомера, такие как «Илиада» и «Одиссея», основаны на мифических событиях и персонажах. Греческие мифы также влияют на творчество Айсхила, Еврипида и других древнегреческих драматургов [3].

#### **2. Раскрытие глубины человеческого опыта.**

Греческая мифология предлагает множество символов и аллегорий, которые отражают различные аспекты человеческого опыта. Мифы о любви, ревности, гордыне и других чувствах выражаются через богов и героев, что помогает читателям лучше понять исторические и философские аспекты человеческой природы.

#### **3. Символизм и метафоры.**

Мифология греческой литературы предлагает обширный набор символов и метафор, которые до сих пор используются в современной литературе. Например, фраза «Ахиллесова пята» восходит к греческому мифу о герое Ахиллесе, уязвимом только в пятке. Это стало метафорой для указания на слабость или уязвимость.

#### **4. Аллегии и философские идеи.**

Греческая мифология также использовалась как средство передачи философских идей. В работах Платона и других древнегреческих философов мифы широко использовались для иллюстрации абстрактных концепций и идей, таких как познание мира и идеалы справедливости и добродетели.

#### 5. Влияние на литературные жанры.

Греческая мифология оказала значительное влияние на различные жанры литературы. От прозы до поэзии и драмы, мифологические сюжеты и персонажи использовались для создания уникальных и впечатляющих произведений. Примером является произведение «Метаморфозы» Овидия, которое рассказывает мифы и превращения в виде поэтической эпопеи [3].

Греческая мифология является неотъемлемой частью греческой литературы. Она предлагает богатый ресурс символов, аллегорий и драматических сюжетов, которые до сих пор остаются важными и вдохновляют современных писателей. Изучение и понимание греческой мифологии помогает раскрыть глубину человеческого опыта и является ключом к пониманию классической греческой литературы и культуры.

### Библиографический список

1. Греческие пословицы и поговорки с переводом и русскими аналогами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://prokipr.ru/LESSONS/greek-proverbs.html> (дата обращения: 14.10.2023).

2. Значения греческого языка: История, особенности применения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://yacht-sail.ru/что-значит/что-значит-греческий-язык/> (дата обращения: 16.10.2023).

3. История определения греческой мифологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-opredeleniya-antichnoy-grecheskoy-mifologii/> (дата обращения: 10.10.2023).

© Игнатъев Е.Е., 2023

И.И. КАЛИМУЛЛИНА

*e-mail: ilyina-mart2001@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. пед. наук, доц. Г.Р. БИКУЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ПОГРУЖЕНИЕ В ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК С ТОПОНИМАМИ

*Аннотация:* данная статья исследует возможность изучить иностранный язык на начальном уровне с помощью топонимов, знакомясь параллельно со страной изучаемого языка. С учебным материалом, выстроенным на топонимах, погружаемся в изучение иностранного языка быстро и непринужденно.

*Ключевые слова:* топонимы, страноведение, компетенции, аудио-видео материал, дидактический материал, фонетика, лексические единицы.

В мире известно много методов и подходов как в обучении, так и в изучении иностранных языков с помощью всевозможных современных компьютерных технологий, которые включают в себя обучающие программы, электронные версии словарей и энциклопедий, учебников разных изданий, а также имеющиеся в наличии аудио-видео материалы. Каждый студент, имея базовые знания иностранного языка, может дальше изучать его самостоятельно, идя к своей цели с помощью того метода или подхода, который ему лично подходит. Для начинающих же изучать иностранные языки с нуля необходимо первоначальное знакомство с языком с помощью наглядного простого материала, который пробудит интерес с первых шагов.

Первое, что делает начинающий изучать тот или иной иностранный язык, пытается научиться овладеть техникой чтения и произношения, которые он сможет натренировать на простом доступном ему материале, не переводя на родной язык. Затем постепенно увеличивается желание узнать больше и глубже, погружаясь в аутентичный материал.

Сделать «первые шаги» в изучении иностранного языка могут помочь топонимы. Они короткие, звучные и многие из них уже на слуху у каждого, кто изучал в школе географию, историю и литературу. В этом случае изучающему лучше всего обратиться к географическим картам, открыткам с видами городов, также можно задействовать короткие надписи, например на фантиках знакомых всем сладостей.

Предлагаем для начала поработать с географическими картами, которые можно найти в сети интернета. Есть также интерактивные географические карты, на которых имеются кнопки с озвучиванием всех названий стран, городов, рек, озер, улиц, также достопримечательностей и т. д. Все это топонимы, т. е. имена собственные географических объектов [1, с. 417].



Топонимы помогают не только научиться читать и правильно произносить иностранные слова, но и дают много знаний о стране изучаемого языка. В интернете можно найти сегодня разные тематические карты, в которых можно увидеть не только географические названия гор, рек, морей, озер, стран и их столиц, но и названия, например, земель, штатов, кантонов, округов, районов, а также основные названия достопримечательности городов, гастрономические карты покажут излюбленные блюда жителей данной страны или излюбленной местности туристов, есть также карты с ведущими промышленными отраслями, на которых тоже написаны названия всемирно известных производств и фирм, что поможет сориентироваться, в какую сторону ехать, если в будущем ожидаются командировки или стажировки, а может обучение в каких-либо учебных заведениях, страны изучаемого языка, и т. д.



Доступный наглядный материал привлекает своей красочностью и насыщенностью, простотой и привлекательностью, так что нет ощущения того, что иностранный язык сложный. Пройдя краткое знакомство со страной изучаемого языка, получив представление о людях, их традициях, национальной одежде из бумажного дидактически-наглядного материала, можно переходить на аудио-видео материалы, которые уже не так страшно воспринимать после наглядной тренировки.

В видеоматериале картинка представлена в оживленном виде и слышится аутентичная речь в разговорном темпе обывателя данной страны. Можно послушать не только классическую речь, но и диалекты представителей разных земель и как будут звучать те же топонимы на местном языке. Небольшой видеоролик вмещает в себя не только оживленную речь, но и показывает, что окружает человека, который нам о чем-то рассказывает, как выглядят люди в традиционной или современной одежде, какие достопримечательности и виды природы вокруг них.

На примере данных уроков есть возможность пронаблюдать, как складывается определенная картина восприятия иностранного языка. Каждый национальный язык заключает в себе уникальное самобытное мирозерцание, из чего вытекает теория внутренней формы языка [2, с. 17].

Видно, как обучающийся вовлечен в языковой процесс с помощью топонимов, и не замечая сложностей пытается выразить свое мнение, выстраивая короткие предложения, опираясь на наглядный материал. Лексика усваивается легко и непринужденно, т. к. выстроенные языковые модели просты, легко проговариваемы, содержат необходимую информацию. На наглядном материале проще анализируется выбор лексики, с помощью которой выстраивается представление или модель картины своего мироощущения.

Следовательно, использование топонимов в целях формирования социокультурной компетенции имеет определенные функции:

- познавательная: расширение кругозора;
- мотивационная: пробуждение интереса обучающихся к изучению жизни и природы, к историческому прошлому, народным традициям;
- развивающая: развитие умения получать информацию из различных источников и самостоятельно ориентироваться в ней; формирование умений и навыков ведения поисковой и исследовательской работы; формирование творческой индивидуальности личности, усвоившей духовные ценности и традиции, способной проектировать и строить свою жизнь на основе ценностей;
- воспитательная: воспитание гуманизма, бережного отношения к традициям и культуре [2, с. 33].

Изучая новый иностранный язык с помощью топонимов, приобретаются не только языковые знания, но и лингвострановедческие навыки и умения пользоваться новыми компетенциями в языковой среде. Так, например, обучающийся может проложить туристический маршрут для своей поездки по стране изучаемого языка и применить свои языковые и в какой-то степени социокультурные знания, чтобы не потеряться и не получить социолингвистический шок. Вот пример такого маршрута: место путешествия – страна Германия (Deutschland), федеральная земля Бавария (Bundesland Bayern) (столица Мюнхен/München), цель – поездка в Альпы (Alpen), посещение достопримечательности – замок Нойшванштайн (Neuschwanstein), прогулка вдоль рек Баварии (Инн/Inn, Дунай/Donau, Изар/Isar), посещение музеев (Пинакотек/Pinakothek, BMW, Нимфенбург/Nymphenburg), участие в

праздниках (Октоберфэст/Oktoberfest), знакомство с традиционной кухней (брецель/Brezel, айнтопф/Eintopf) и одеждой (дирндл/Dirndl). Проработав топонимы и дополнительные названия на основе карт и открыток, либо картинок, приступаем к изложению текста на тему «Путешествие». Каждый должен проложить свой маршрут и определить цель. В помощь составления текста подается несколько глаголов и предлогов для образования простых предложений со всеми топонимами. Каждый готовит свое краткое выступление у доски с картой и дополнительными картинками по выбранному маршруту. Занятие проходит продуктивно, активно, креативно и с интересом изучается новая тема или закрепляется прошедшая тема.

Таким образом, данный подход изучения иностранного языка можно применить к любой лексической теме и научить студентов выстраивать лексико-грамматический и тематический маршрут, вырабатывая определенную тактику и стратегию под свои собственные умственные способности.

### **Библиографический список**

1. Жукова, И.Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации / И.Н. Жукова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина, Н.Г. Юзефович; под ред. М.Г. Лебедько и З.Г. Прошиной. – М.: ФЛИНТА: наука, 2013. – 632 с.
2. Тверезенко, Д.Ф. Топонимы как источник формирования социокультурной компетенции обучающихся. – Выпускная квалификационная работа. АГГПУ им. В.М. Шукшина, Бийск, 2022. – 79 с.

© Калимуллина И.И., 2023

Р.С. КОЖЕВНИКОВ

*romakozhevnik@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. Р.Р. КОЖЕВНИКОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## НУЖНО ЛИ ЗНАТЬ ПРОГРАММИСТУ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК?

*Аннотация:* владение английским языком дает преимущество программисту и является одной из составляющих его профессиональной компетентности. Стремление к непрерывному развитию и самообразованию невозможно без знания главного языка в программировании – английского.

*Ключевые слова:* программирование, английский язык, информационные технологии.

Известно, что современное общество является высокоинформативным. В нашем мире невероятных скоростей и глобализации, умение получать информацию и осваивать бесчисленное множество источников становится действительно важным навыком.

Создание новейших информационных и компьютерных технологий, появление глобальной сети Интернет оказали огромное влияние на современное общество. На сегодняшний день трудно представить нашу жизнь без компьютера. Компьютеры помогают человеку на производстве, в сфере развлечений, образовании, медицине и научных исследованиях. Все, с чем нам приходится сталкиваться за компьютером – результат работы программистов. Сложная работа, качество картинки, возможность сидеть в Интернете – это итог длительного напряженного развития данной профессии [7].

Считается, что профессия программиста – одна из самых престижных и прибыльных на сегодняшний день. Если вы решили стать программистом, необходимо владеть не только навыками разработки, но и знать английский язык.

Вы можете задаться вопросом: действительно ли необходимо учить английский, чтобы стать успешным программистом?

С одной стороны, качество машинного перевода заметно улучшилось за последние годы. Одновременно растет количество образовательного контента для целевой аудитории на русском языке. В результате, уже необязательно знать английский, чтобы получать новые знания.

С другой стороны, основная часть профессиональной литературы, современные разработки и нововведения публикуются сначала на английском языке. На русский язык их переводят не сразу, а большое количество сторонних пакетов, которые применяются при разработке, имеют документацию только на английском языке.

Например, язык программирования Ruby был создан в Японии, но документация к нему написана на английском. Английский язык считается международным языком, и документация пишется не для разработчиков из одной страны, а сразу на весь мир, чтобы все программисты мира могли его использовать [2].

Кроме того, все высокоуровневые языки программирования, такие как C#, C++, Python, JavaScript созданы на основе лексики английского языка. Владение английским языком, даже на базовом уровне, во многом упростит процесс обучения и понимание кода.

Немаловажным навыком любого программиста является умение «гуглить» и находить решения на свой вопрос. На русский язык приходится лишь малая доля всей информации, доступная на просторах Интернета.

Согласно статистике, на январь 2023 года английский язык был самым популярным языком для веб-контента, на него приходилось почти 59 процентов веб-сайтов. Русский язык занял второе место с 5,3 процентами веб-контента. Доля русскоязычных страниц пока растет, тогда как англоязычных или, скажем, немецкоязычных снижается. Самых русскоязычных пользователей в Интернете всего 3%, а синоязычных (китайцев), например, уже сейчас – каждый четвертый [6].

Очевидно, что английский язык лидирует, так как он является международным языком общения, но нейросети и доступность образовательного контента ежедневно меняют ситуацию, а в будущем возможны и перемены. Например, может случиться так, что китайский язык вытеснит английский. Возможные перемены вновь поставят программистов перед выбором и заставят спорить о пользе нового языка [5].

Важной частью современной разработки являются Open Source проекты. Большое количество открытых и закрытых проектов, которые программисты используют каждый день, основаны на открытых разработках сообщества. Open Source имеет намного больше преимуществ на текущий момент. Чтобы сделать свой вклад в Open Source, необходимо сделать проект доступным для большинства людей и перевести на язык международного общения. Для этого важно владеть английским языком, так как он объединяет программистов со всего мира.

В информационных технологиях постоянно происходит что-то интересное и новое. Если разработчик желает не отставать от стремительного развития технологий и оставаться в курсе всех событий необходимо учить английский язык, так как очевидно, что английский – это ключ к мировой базе знаний: статьям, книгам, лекциям, исследованиям и другим полезным материалам [4].

Если вы решили использовать фриланс как источник дополнительного заработка, то владение английским языком даст вам возможность брать заказы из других стран, а не ограничивать свой круг лишь русскоговорящими клиентами. Кроме того, международный рынок огромен и может предложить разработчикам программного обеспечения множество увлекательных возможностей. Не исключено, что временный проект в дальнейшем перерастет интересное предложение о работе с долгосрочным контрактом [2].

Конечно, не стоит забывать и о мотивации. Каждый программист мечтает стать успешным, но за успехом скрываются существенные усилия ради результата, например, увеличения заработка или карьерного роста. В интернете можно найти много рекомендаций касательно того, как можно выучить английский язык или повысить свой уровень. Если вы хотите освоить английский язык или улучшить свои навыки, то для начала задайте себе цель, с которой вы учите язык. Если вы программист, то приоритетным навыком будет умение воспринимать письменную и устную речи и здесь можно отметить некоторые рекомендации, которые подойдут вам:

- курсы английского;
- погружение в сферу языка, просмотр обучающих материалов, чтение новостей, статей на английском языке;
- прослушивание различных подкастов.

В заключении можно отметить, что знание английского языка далеко не самый важный навык, но даже базовое знание намного упростит процесс обучения. Хорошее знание языка, умение читать техническую документацию и общаться на английском языке дополняют ваши профессиональные навыки и помогут стать успешным и более востребованным специалистом.

### **Библиографический список**

1. Английский язык для программистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.study.ru/article/ucheba-rabota-ekzameny/angliyskiy-yazyk-dlya-programmistov>(дата обращения: 15.10.2023).

2. Зачем программисту английский и как его учить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YfKAIDtRwx5KkobF> (дата обращения: 17.10.2023).

3. Нужен ли программисту английский? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/code/nuzhen-li-programmistu-angliyskiy/> (дата обращения: 17.10.2023).

4. Нужно ли учить английский программисту? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pylot.me/article/13-nuzhno-li-uchit-anglijskij-programmistu/> (дата обращения: 15.10.2023).

5. Самые распространенные языки, используемые в Интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://topic.ru/statistics/internet/demographics-and-use/samy-e-rasprostranennye-yazyki-ispolzuemye-v-internete/#:~:text=По%20состоянию%20на%20январь%202023,крупнейшими%20в%20мире%20англоязычными%20рынками> (дата обращения: 15.10.2023).

6. Правда ли что русский язык по распространенности в интернете второй после английского? Если да, то почему? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://yandex.ru/q/question/pravda\\_li\\_chno\\_russkii\\_iazyk\\_po\\_v\\_vtoroi\\_98f80306/](https://yandex.ru/q/question/pravda_li_chno_russkii_iazyk_po_v_vtoroi_98f80306/) (дата обращения: 15.10.2023).

7. Школьная научно-практическая конференция «Связь английского языка и программирования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/shkolnaya-nauchno-prakticheskaya-konferenciya-svyaz-anglijskogo-yazyka-i-programmirovaniya-6644341.html> (дата обращения: 17.10.2023).

© Кожевников Р.С., 2023

УДК 80

И.М. ЛУТФУЛЛИН

*ilnurlut1@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ ЭВОЛЮЦИИ АРАБСКОГО ЯЗЫКА: ОТ ДРЕВНОСТИ К СОВРЕМЕННОСТИ**

*Аннотация:* данная статья представляет собой исследование эволюции арабского языка, начиная с его древних корней и прослеживая развитие до современности. В ходе анализа обращается внимание на важное влияние арабского языка на культуру, литературу и религию. Автор обращает внимание на значительные изменения в арабском языке на протяжении веков и их влияние на современное общество.

*Ключевые слова:* арабский язык, история, Коран, диалекты.

### **История арабского языка**

Арабский язык – это семитский язык, который имеет древние корни и богатую историю. Рассмотрим происхождение арабского языка, его древнейшие формы и роль в древних культурах и науках.

Арабский язык происходит из семитских языков, которые были распространены на Ближнем Востоке с древних времен. Семитские языки включают в себя такие древние языки, как аккадский, арамейский и канаанский. Арабский язык развился из древних аравийских диалектов и стал доминирующим языком на Аравийском полуострове.

Древнейшие формы арабского языка можно отследить до 6-го века нашей эры. Наиболее известными древними формами арабского являются «классический арабский» (или «коранический арабский») и «диалекты арабского».

Это форма арабского, используемая в Коране, священном тексте ислама. Он был стандартизирован и остается неизменным в течение веков. Классический арабский является образцовым примером высокого арабского и используется в религиозных текстах, литературе и формальных мероприятиях.

Существует множество диалектов арабского языка, которые развились на разных территориях, таких как Марокко, Египет, Ливия, Иордания и другие. Эти диалекты имеют свои особенности в произношении, грамматике и лексике и обычно используются в повседневных разговорах.

Арабский язык играл важную роль в древних культурах и научных достижениях, включая следующие аспекты:

1. Роль в исламе: Арабский язык имеет центральное значение в исламе, так как Коран написан на классическом арабском. Этот текст является основой исламской религии и культуры.

2. Научные достижения: Золотой век исламской науки (IX–XI века) принес значительные научные и культурные достижения. Ученые арабского мира сделали значительные вклады в математику, астрономию, медицину, философию и другие области. Эти достижения были документированы на арабском языке и затем переведены на другие языки, включая латынь, что сыграло важную роль в средневековой европейской науке и образовании.

3. Литературное наследие: Арабская литература имеет древние корни и включает в себя произведения поэзии, прозы и драмы. Классическая арабская поэзия, такая как творчество Абу Нуваса и Аль-Мутанабби, остается важной частью литературного наследия.

4. Язык науки и образования: Арабский язык был языком образования и науки в средние века, и множество важных научных текстов были написаны на арабском языке.

### **Классический арабский и Коран**

Арабский язык остается важным культурным и религиозным элементом на Ближнем Востоке и имеет богатое наследие в исламской культуре, литературе и науке.

Влияние арабского языка на ислам и роль Корана в развитии литературного арабского:

1. Центральное значение Корана: Коран, священный текст ислама, написан на классическом арабском языке. Он считается словом Аллаха, и его текст неизменен с момента его откровения пророку Мухаммаду в VII веке. Коран имеет огромное значение в исламской вере и культуре. Его текст стал образцовым для классического арабского языка, и его прочтение и изучение остается обязательным для всех мусульман.

2. Развитие классического арабского: Коран, будучи стандартизированным текстом, оказал сильное влияние на развитие классического арабского языка. Он установил нормы для грамматики, лексики и стилистики. Кроме того, структура и ритмичность Корана оказали влияние на арабскую поэзию.

3. Сохранение арабского языка: Благодаря Корану, арабский язык был сохранен в своей первоначальной форме на протяжении веков. Это позволило арабскому языку оставаться живым и непрерывно развиваться в течение многих поколений.

Ключевые особенности классического арабского языка и его влияние на современный арабский:

1. Сохранение архаичных форм: Классический арабский язык (فصحى, Fus'ha) сохраняет множество архаичных форм грамматики и лексики, которые отсутствуют в современных диалектах арабского. Это включает в себя устаревшие слова и грамматические структуры.



2. Стандартизированный литературный язык: Классический арабский язык используется в официальных и научных текстах, в литературе и в религиозных обрядах. Это стандартизированный литературный язык для всех арабских стран.

3. Современное влияние: Классический арабский оказывает влияние на современный арабский язык, особенно в области формального образования и письменной коммуникации. Множество слов и выражений, используемых в современных диалектах, происходят из классического арабского.

4. Литературное наследие: Многие великие произведения арабской литературы, такие как «Тысяча и одна ночь» (Альф Лайла в Лайла) и стихотворения Аль-Мутанабби, написаны на классическом арабском языке. Эти произведения оставляют глубокий след в арабской литературе и культуре.

5. Язык науки и образования: Классический арабский был и остается языком образования, науки и официальных документов в арабских странах. Медицинские, научные и академические тексты обычно написаны на классическом арабском.

Таким образом, классический арабский язык остается живым и важным элементом арабской культуры, а его влияние на современный арабский проявляется в различных сферах, включая литературу, науку и религию [2].

### **Диалекты и разнообразие**

Арабский язык обладает богатым разнообразием диалектов, которые формировались в течение многих веков в различных регионах арабского мира. Рассмотрим разнообразие арабских диалектов и их историческое формирование, а также то, как арабский язык адаптируется к разным региональным и социокультурным контекстам.

Разнообразие арабских диалектов и их историческое формирование:

1. Региональные различия: Арабский язык разделился на множество диалектов из-за географического деления арабского мира. Некоторые из самых известных арабских диалектов включают в себя магрибский (Марокко, Алжир, Тунис), египетский, левантийский (Сирия, Ливан, Иордания, Палестина), а также диалекты Персидского залива (Саудовская Аравия, ОАЭ, Кувейт, и т. д.).

2. Историческое формирование: Исторический контекст, включая завоевания, торговлю и миграцию, оказал влияние на формирование арабских диалектов. Например, завоевания и влияние иностранных языков, таких как арамейский и персидский, способствовали появлению лексических элементов в диалектах.

3. Сохранение древних элементов: Некоторые диалекты, особенно те, которые находятся в более изолированных регионах, могут сохранять древние элементы классического арабского языка, которые утеряны в других диалектах.

Адаптация арабского языка к разным региональным и социокультурным контекстам:

1. Фонетические и лексические отличия: Арабские диалекты могут иметь собственные фонетические особенности и лексические элементы. Например, лексические различия могут быть вызваны влиянием других языков, таких как французский или английский, в магрибских странах.

2. Социокультурные аспекты: Арабские диалекты могут отражать социокультурные особенности и традиции разных регионов. Например, некоторые диалекты могут содержать слова и выражения, специфичные для местных культур и обычаев.

3. Социальный статус: В некоторых случаях, выбор диалекта может быть связан с социальным статусом. Например, классический арабский часто используется в формальных и образовательных контекстах, в то время как диалекты могут использоваться в повседневных разговорах.

4. Средства массовой информации и миграция: Средства массовой информации, такие как телевидение и радио, могут оказывать влияние на стандартизацию определенных диалектов и распространение более общих форм арабского языка. Миграция также может способствовать смешиванию диалектов и появлению новых лингвистических характеристик.

В целом, арабские диалекты представляют собой богатое многообразие, которое отражает историю и культуру разных регионов арабского мира. Это разнообразие олицетворяет богатство арабского языка и его способность адаптироваться к разным контекстам и потребностям сообществ.

### **Современный арабский язык**

Современный арабский язык подвергся ряду изменений и приспособлений, отражая современные социокультурные и технологические изменения. Рассмотрим современные изменения и роль арабского языка в современном мире.

#### *Современные изменения в арабском языке*

Арабский язык активно адаптируется к влиянию современных технологий и мировой культуры. В процессе глобализации арабский язык принимает новые слова и выражения из английского и других языков, связанные с технологией, медиа и интернетом [1].

Стандартизация классического арабского языка в официальных и образовательных контекстах сохраняется, но он стал менее распространен в повседневных разговорах. Вместо этого, многие люди предпочитают использовать свой региональный диалект для более естественного общения.

Современный арабский язык широко используется в системе образования и в средствах массовой информации. Это включает в себя печать, телевидение, радио и интернет. Средства массовой информации играют важную роль в стандартизации языка и распространении стандартных форм арабского.

Арабский язык является одним из шести официальных языков Организации Объединенных Наций. Он имеет важное место в мировой дипломатии и коммуникации [2].

Арабский язык остается ключевым языком ислама и используется в религиозных текстах, а также в молитвах и религиозных обрядах.

Современный арабский язык сохраняет свое литературное наследие, включая произведения современных писателей и поэтов. Арабская литература остается важной частью мировой культуры.

Современный арабский язык остается языком образования, научных и академических исследований в арабских странах. Ученые на арабском языке продолжают вносить вклад в различные области науки [1].

Арабская диаспора распространяется по всему миру, и арабский язык остается важным средством общения для арабских сообществ за границей.

Арабский язык продолжает развиваться и адаптироваться к современным вызовам, сохраняя при этом свою важную роль в религии, культуре, образовании и мировой дипломатии. Влияние арабского языка на мировую культуру и общество продолжает оставаться значительным, особенно в контексте многих арабских стран и их роли в мировой политике и экономике.

### **Перспективы и вызовы**

*Вызовы, с которыми сталкиваются исследователи арабского языка*

Угроза сокращения стандартного арабского: во многих арабских странах, особенно среди молодежи, наблюдается снижение использования стандартного арабского в повседневной речи в пользу региональных диалектов и даже иностранных языков. Это может угрожать сохранению и стабильности языка.

Проникновение иностранных языков: английский и другие иностранные языки становятся все более влиятельными, особенно в области науки, технологии и международного бизнеса. Это может привести к доминированию иностранных слов и выражений в арабском языке.

Социокультурные изменения: глобализация и социокультурные изменения могут оказать влияние на лексику и образ жизни, что может изменить семантику и значение некоторых арабских слов и выражений.

Интернет и социальные медиа: использование арабского языка в интернете и социальных медиа может привести к упрощению грамматики и структуры языка, что может повлиять на его качество и стандарт.

*Возможности для сохранения и развития арабского языка*

Языковое образование: продвижение языкового образования и поддержка стандартного арабского языка в школах и университетах может помочь сохранить и укрепить язык.

Содействие литературе и искусству: поддержка литературных и художественных работ на арабском языке способствует продвижению и развитию языка. Литературные исследования, фестивали и награды могут быть полезными.

Информационные технологии: использование арабского языка в информационных технологиях и интернете может содействовать его сохранению и развитию. Это включает в себя разработку арабских интернет-ресурсов и программного обеспечения.

Международное сотрудничество: сотрудничество между арабскими странами и другими странами может способствовать обмену языковой и культурной информацией, что может быть полезным для развития арабского языка.

Сохранение и документирование диалектов: поддержка усилий по сохранению и документированию разнообразных арабских диалектов важна для сохранения языкового многообразия.

Сохранение и развитие арабского языка требует совместных усилий со стороны правительств, образовательных учреждений, литературных исследователей, и всего арабского общества. С учетом современных вызовов и возможностей, арабский язык может продолжать процветать и оставаться важной частью мировой культуры и общества.

### **Библиографический список**

1. Зелтынь, Л.А. Эволюция арабского языка в эпоху культурной глобализации: от диглоссии к «золотому треугольнику» // Язык и культура. – 2013. – Т. III (165). – № 16. – С. 207–215. – Режим доступа: <https://publications.hse.ru/articles/112653467>.

2. Абдулхаков, Р.Р. Влияние арабского языка на развитие мировой цивилизации / Р.Р. Абдулхаков. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 16 (96). – С. 472–477. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/96/21523/>.

© Лутфуллин И.М., 2023

Е.А. ОВЧИННИКОВА

*lizaovchinnikova2004@yandex.ru*

Науч. руковод. – преп. А.С. МАТВЕЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ЧТО ТАКОЕ СЛЕНГ?

*Аннотация:* статья посвящена сленгу в английском языке. В начале статьи обсуждаются этимология и происхождение термина, далее рассматривается эволюция сленга и его основные категории. Наконец, раскрывается идея широкого практического применения сленга. Данная статья может быть интересна широкому кругу людей, заинтересованных в изучении английского языка, поскольку в ней дается общее, но от этого не менее важное, представление о данном стиле.

*Ключевые слова:* сленговые тенденции английского языка.

Этимология термина «сленг» по-прежнему остается загадкой. Это слово впервые было использовано в письменной форме для обозначения оскорбления. Сленг постепенно вошел в лексикон многих людей и приобрел популярность в середине 18 века. Распространение сленга произошло во многом благодаря социальным сетям, которые также способствовали его популярности.

Сленг относится к неформальному стилю речи и чаще используется в устной речи, а не в письменной. Следить за сленгом может быть довольно сложно, поскольку он постоянно меняется. Сейчас он популярен, и большинство слов, которые мы используем сегодня, вероятно, не использовались всего несколько лет назад. Сленг состоит не только из определенного набора слов, но и из того, как он используется в определенной социальной среде.

Знание того, как и когда использовать сленг – очень полезно для общения в Интернете. Однако важно иметь в виду, что некоторые модные слова можно использовать только со своими друзьями, а при общении с коллегами, учителями и малознакомыми людьми лучше более официальный английский. Люди могут счесть вас грубым или непрофессиональным из-за использования неформального языка.

### **Эволюция сленга**

Сленговая терминология обычно возникает случайно, главным образом для того, чтобы передать враждебность, насмешку, презрение или радость. Это происходит, например, когда кто-то делает оговорку или использует игру слов. Если аудитория реагирует положительно, то новое выражение набирает популярность. Как правило, недавно введенный термин становится

распространенным в определенной субкультуре, прежде чем проникает в общество в целом. Сленг также имеет тенденцию высмеивать собственные ценности, поведение и установки, что проявляется в таких фразах, как «shotgun wedding» (вынужденный брак), «cake eater» (любитель легкой жизни) и «greasy spoon» (забегаловка). Общество играет более значимую роль во влиянии на сленг, чем отдельный носитель языка или писатель, который изобретает слово в этом языке. По этой причине поиск происхождения жаргонных терминов часто является сложной задачей.

Основываясь на некоторых исследованиях, сленг можно разделить на следующие типы:

1. «Рифмующийся сленг».

Эта форма часто используется среди молодежи и, как правило, приводит в замешательство пожилых людей. Многие люди невольно используют рифмованный сленг в своих повседневных разговорах.

2. «Контекстуальный сленг».

Использование этого типа сленга зависит от конкретной ситуации, в которой на нем говорят. Например, наблюдая за человеком в состоянии алкогольного опьянения, подростки могут сказать: "that dude is wasted" (тот парень пьян), указывая на то, что этот человек находится в состоянии сильного алкогольного опьянения.

3. «Мобильный сленг».

Этот тип сленга уходит корнями в функцию «T9» в клавиатуре смартфонов. При вводе сообщения люди часто выбирают первое слово, предложенное этой программой. Следовательно, слово "book" (книга) может быть автоматически заменено на «cool» (классно).

Молодые люди часто используют в своей речи аббревиатуры, и это также можно считать сленгом. Например: gonna – going to (собираться что-то сделать), wanna – want to (хотеть что-то сделать), ama – I'm (я), уер – yes (да), dis – this (это), и – you (ты), dunno – don't know (не знать), cause – because (потому что). Такие аббревиатуры понятны многим людям и обычно используются как в устной речи, так и в сообщениях, не вызывая проблем с пониманием.

Это примеры предложений, включающие слова и словосочетания, которые широко использовались на протяжении многих лет:

– *Nah(no), I'm not really into snowboarding.* (Нет, мне не нравится катание на сноубордах).

– *This is dope (cool)!* (Это круто!)

– *I'm all ears(listening); tell me what happened.* (Я слушаю; рассказывай, что случилось).

### **В чем разница между сленгом, разговорной речью и жаргонизмами**

Существуют и другие типы слов, которые могут циркулировать только в определенных кругах и считаться неформальными. Два из них - разговорные выражения и жаргон.

Разница со сленгом заключается в том, что разговорные выражения считаются стандартным английским. Более того, он согласуется в предложениях как грамматически, так и синтаксически.

Вот несколько примеров распространенных разговорных выражений:

- Boo or bae (возлюбленный)
- Wicked (very – очень)
- Fixing to (готовиться к)
- Bestie or BFF for best friend (лучший друг)
- Y'all (you all – вы все)
- **GOAT** – Greatest of all time (лучший, великий)

Жаргон – это в основном технические термины, которые используются людьми определенной профессии. Если люди, не связанные с профессией, не понимают значения слов, это может рассматриваться как жаргонизм, но важно отметить, что не каждый термин может быть идентифицирован как жаргонизм. Иногда люди используют жаргонные слова, чтобы избежать суровой профессиональной правды или обмануть людей, которые не понимают этих терминов.

Например:

- Cache: a place for short-term memory storage (Кэш: место для кратковременного хранения данных в памяти)
- **Horripilation** – Goosebumps (Ужас, шок – Мурашки)
- **Lachrymation** – Crying (Слезотечение – Плач)
- **Quashal** – Act of canceling or reversing something (Отмена – акт отмены или обращения чего-либо вспять)

Из-за ограниченной длины постов, комментариев и сообщений, социальные сети сегодня являются местом, где сленг и жаргоны используются чаще всего.

Вот несколько примеров:

- **IRL** – in real life (в реальной жизни).
- **YOLO** – you only live once (ты живешь только один раз).
- **GOAT (G.O.A.T)** – greatest of all time (величайший из всех времен).

Вы можете увидеть комментарии с подобными словами под публикациями во многих социальных сетях. Молодые люди могут рассматривать их как сленг, потому что эти слова не относятся к профессиональным терминам, однако лингвисты относят их, скорее к жаргону, чем к сленгу.

Теперь, когда мы выяснили, что жаргон в основном используется в определенных профессиональных сферах, а разговорные выражения считаются стандартным и согласуются грамматически и синтаксически в обычных предложениях, мы можем подвести некоторые итоги и сделать вывод.

Сленг происходит из различных источников, таких как музыка, литература, фильмы, телешоу и даже реклама. Неспособность понять сленг может привести к тому, что человек упустит ценный культурный опыт.

Сленг можно спутать с жаргонизмами и разговорной речью, поэтому важно знать разницу в этих группах, чтобы иметь полное представление о том, что люди хотят вам сказать. Сленг меняется каждый день, поэтому, если вы хотите быть в тренде, вам нужно обратить внимание на то, как люди общаются онлайн, и попытаться понять, что они имеют в виду. Большинство сленговых слов несут в себе эмоциональный подтекст. Чтобы понять смысл, достаточно понять реакцию человека на что-то, что именно вызвало у него эту определенную реакцию.

Сленг чаще используется молодежью и подростками, но людям среднего возраста и пожилым никогда не поздно научиться чему-то новому. Это позволит им лучше понимать своих детей, студентов и, возможно, внуков.

### **Библиографический список**

1. Седова, М.К. Молодежный сленг в современном английском языке / М.К. Седова, Я.О. Белова, С.В. Сырескина. – Текст: непосредственный // Филология и лингвистика. – 2016. – № 2 (4). – С. 34–36. – Режим доступа: <https://moluch.ru/th/6/archive/33/1057/> (дата обращения: 21.10.2023).

2. <https://www.britannica.com/topic/slang>.

3. <https://shorelight.com/student-stories/a-guide-to-american-college-slang-words-in-2023/>.

4. <https://writingtips.org/slang/>.

5. <https://smartblogger.com/jargon-examples/>.

6. <https://smartblogger.com/colloquialism-examples/>.

7. <https://www.onsecrethunt.com/why-is-slang-such-an-important-part-of-language/>.

8. <https://pickwriters.com/blog/6-reasons-slang-is-important-for-language-learning>.

© Овчинникова Е.А., 2023



УДК 80

Н.В. ОЖИГИН

*nikita\_ozhigin@outlook.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ РУССКОГО ЯЗЫКА**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается влияние информационных технологий на лексический состав современного русского языка. Автор исследует изменения в словарном запасе, связанные эволюцией и обогащением русского языка под влиянием информационных технологий.

В статье рассматриваются следующие аспекты: изменения в пунктуации и использовании знаков препинания в интернет-общении, важность сохранения уникальности и красоты русского языка, влияние социальных сетей на лексику и использование аббревиатур, жаргонных выражений и ненормативной лексики, развитие новых способов словообразования, таких как хэштеги и склейка слов.

Также в статье обсуждается влияние информационных технологий на орфографию и грамматику русского языка. Обсуждается то, как неологизмы, заимствованные из английского языка, становятся частью русской лексики. Автор также анализирует новые термины, которые появились благодаря этим технологиям, и их роль в повседневной жизни людей. Статья является ценным источником знаний для лингвистов, учителей и всех интересующихся вопросами языкового развития в условиях цифровой эры.

*Ключевые слова:* влияние, социальные факторы, культурные факторы, лексические изменения.

Современная эпоха характеризуется уникальным прогрессом в области информационных технологий, включая вычислительные системы, интернет, мобильную связь и всеобщую доступность дистанционных средств коммуникации. А также превосходными возможностями для записи, хранения и передачи информации.

В данной статье описывается эволюция и обогащение лексического состава русского языка, вызванное воздействием информационных технологий. Особое пристальное внимание уделяется механизмам появления новых слов и выражений в пространстве сети Интернет.

Интернет диктует свои правила написания слов, написания каких-то комментариев. При использовании русского языка, в интернет-пространстве, в первую очередь изменениям подвергается наша пунктуация. Обратим внимание на наше письмо в интернете: мы общаемся в социальных сетях, используем

СМС сообщения, пишем комментарии, и можно заметить, что мы все меньше и меньше используем такие знаки препинания как точка с запятой, мы практически перестали использовать кавычки, мы практически запутались, когда писать слова с большой буквы, и все чаще и чаще эти слова пишем с маленькой буквы. Пунктуационная система русского языка меняется на наших глазах.

Многие люди считают, что точка является слишком жестким знаком препинания и иногда принципиально отказываются от точки. Также люди очень часто пренебрегают знаками препинания, утешая себя тем, что они ведь умеют писать грамотно, и когда нужно, они пишут грамотно.

Но на самом деле, если задуматься, можно ли отказываться от знаков препинания даже в таком быстром интернет-общении, как например общение с помощью смс, в мессенджерах и так далее? Все-таки нет, потому что знаки препинания выполняют функцию смысла различительной функции. Вспомним фразу «казнить нельзя помиловать» где ставится запятая, и от этого меняется смысл фразы.

Также знаки препинания выполняют регулятивную функцию, то есть: это как знаки дорожного движения, если мы откажемся от знаков препинания мы сразу перестанем понимать друг друга.

Помимо редукции, то есть упрощения пунктуации, мы можем наблюдать и ее усложнение, мы можем говорить о том, что некоторые знаки пунктуации в интернет-общении, сегодня, выполняют транспозиционную функцию и берут на себя функцию других знаков, например скобка.

Раньше в скобках мы всегда заключали попутные замечания, то есть, так называемые вставные конструкции.

Еще Владимир Владимирович Набоков в одном из своих ЭССЕ писал о том, что скобка очень интересный знак и считается, что он один из первых предложил ее использовать как улыбочку, как смайлик. И действительно, сегодня скобки используется как смайлики. Для этой же функции используется двоеточие, которое оттеняет эти смайлики.

Также стоит упомянуть о влиянии социальных сетей на лексику русского языка. Многие пользователи используют в своих сообщениях аббревиатуры, жаргонные выражения и ненормативную лексику. Это приводит к тому, что некоторые слова становятся устаревшими или даже непонятными для других людей.

Кроме того, социальные сети создают новые языковые тренды и моду. Например, сейчас очень популярно использование эмодзи – символов, которые используются для выражения эмоций. Это приводит к тому, что некоторые слова теряют свое первоначальное значение и становятся просто символами.

«Эмодзи» – это картинки, художественные изображения. Эмодзи появились в Японии (от яп. 絵 – картинка и 文字 – знак, символ). Они включают в себя как смайлы (желтые лица, выражающие разные эмоции), так и пиктограммы (дома, машины, предметы). Некоторые люди называют «эмодзи» иероглифами 21 века и сравнивают их с наскальной живописью, оставшейся

нам от предков. Через несколько сотен лет люди будут также изучать наши переписки, наблюдая за рождением нового языка общения, когда миниатюрное изображение размером с один-два буквенных символа, начало использоваться вместо текста, служа визуализации эмоций, фраз или слов [1, с. 95].

«Эмодзи» используются как знаки препинания, и сегодня вместо точки, люди очень часто в конце ставят веселые смайлики или любимую картинку из своего набора. Таким образом, при интернет-общении, «эмодзи» тоже включаются как знаки препинания.

Еще интересный способ использования новой грамотности, в интернете, это разные новые способы словообразования. Например, мы все помним сказку «мальчик с пальчик», и это словосочетание писалась по окказиональной модели, то есть в случайной словообразовательной форме, через два дефиса, сегодня этот способ словообразования мы используем в нашем интернет-общении, мы объединяем слова в целые предложения с помощью дефисов.

Сегодня мы используем то, чего раньше в русском языке не было, например этот окказиональный, то есть случайный способ словообразования в нашем интернет-общении: человек-с-улицы или девушка-живущая-в-сети, то есть мы складываем слова словосочетания с помощью дефисов.

Еще один новый способ словообразования в Интернет-коммуникации – это склеивание слов, называемое «Хэштег».

Хэштег – это метка, используемая для распределения сообщений по темам в блогах и социальных сетях. Сообщения, в которых присутствует тот или иной хэштег, становятся маркированными и дают возможность интернет-пользователям найти тематическую информацию с помощью поиска (например: #музыка, #искусство, #смешное и т. д.) [2, с. 62].

Если мы посмотрим на хэштеги, которые используются сегодня в интернет-общении, мы увидим, что все они пишутся слитно, то есть слова соединяются без каких-либо дефисов в единое слово. Но знак решетки, то есть знак хэштега, позволяет прочесть эти слова и понять их смысл, поэтому это тоже новый способ словообразования, и что неудивительно из интернета он переходит сегодня в нашу обычную речь, например: если мы смотрим телевизор, то теперь бегущая строка на экране может донести до зрителя тему телепередачи с помощью хэштега.

В целом можно сказать, что информационные технологии существенно изменяют жизнь людей и вносят свой вклад в развитие русского языка. Однако необходимо помнить о том, что язык постоянно меняется под воздействием различных факторов, поэтому важно сохранять его уникальность и красоту.

Также стоит упомянуть о влиянии социальных сетей на лексику русского языка. Многие пользователи используют в своих сообщениях аббревиатуры, жаргонные выражения и ненормативную лексику. Это приводит к тому, что некоторые слова становятся устаревшими или даже непонятными для других людей.

Интернет-пользователи упрощают свое общение короткими предложениями, используя простые термины. На орфографию, пунктуацию и

грамматику мало кто обращает внимание. И как раз, для нового способа словообразования, для современной интернет-коммуникации свойственно в целом сокращение слов. Используется очень много аббревиатур, мы видим взрыв аббревиатуры в интернет-общении. Например: молодой человек (мч) или мы видим сокращение слова спасибо (спс).

Информационные технологии имеют значительное влияние на лексический состав русского языка. Они изменили способы общения и взаимодействия людей, что привело к появлению новых слов и выражений.

С развитием компьютерных программ и Интернет-сервисов появилась необходимость использования формального стиля речи, и таких слов, как «написал», «сообщил». Это связано с тем, что компьютерная программа может выполнять определенные задачи автоматически, без участия человека. И самостоятельно генерирует информационные сообщения для человека, используя эти слова.

Информационные технологии также оказывают влияние на орфографию русского языка. Некоторые ошибки, которые раньше считались просто опечатками, теперь могут быть исправлены с помощью специальных программ. Кроме того, многие люди начинают использовать сокращения слов, которые раньше были неизвестны или использовались редко.

В целом можно сказать, что информационные технологии существенно изменяют жизнь людей и вносят свой вклад в развитие русского языка. Однако необходимо помнить о том, что язык постоянно меняется под воздействием различных факторов, поэтому важно сохранять его уникальность и красоту.

Процесс образования неологизмов, происходящий в русском языке в последнее десятилетие, у специалистов вызывает живой интерес. Многие из них активно входят в узус и фиксируются словарями.

Например, с развитием интернета и социальных сетей появились такие неологизмы как «селфи», «хэштег», «лайк» и другие. Эти слова пришли из английского языка и стали частью русской лексики. Также были заимствованы некоторые технические термины, например «флешка», «айфон» или «ютуб».

Кроме того, информационные технологии повлияли на изменение значения некоторых уже существующих слов. Например, слово «блогер» стало обозначать не только автора блога, но и человека, который активно делится своими мыслями через социальные сети.

С появлением и развитием новых информационных технологий количество неологизмов в русском языке стало увеличиваться очень быстрыми темпами.

Появление неологизмов в интернете обусловлено несколькими факторами:

1. Быстрым развитием социальных сетей и технологий. Новые технологии и сервисы появляются очень быстро, и пользователи стремятся использовать новые термины и обозначения для описания этих технологий.

2. Влиянием английского языка. Английский язык является международным языком коммуникации в Интернете, поэтому многие термины и понятия из английского языка переносятся в другие языки.

3. Культурными различиями. Различные культуры имеют свои уникальные термины и понятия, которые могут быть использованы в Интернете. Например, в англоязычных странах часто используются термины «мем» и «хэштег», которые стали широко распространенными в социальных сетях.

4. Литературными и художественными влияниями. Некоторые литературные произведения и фильмы также могут вдохновлять на создание новых терминов и понятий в Интернете.

5. Социальными трендами. Многие социальные тренды и модные слова также могут приводить к созданию новых терминов и понятий в Интернете.

Таким образом, можно сказать, что информационные технологии оказывают существенное влияние на лексический состав русского языка. Новые слова и выражения появляются благодаря использованию компьютерных программ и интернет-технологий, а также благодаря общению между людьми по всему миру.

### **Библиографический список**

1. Сидельникова, Т.Т. «Есть идея!»: вопросы теории и практики активизации творческих способностей студентов коммуникативно ориентированных специальностей: монография / Т.Т. Сидельникова; под редакцией Г.В. Морозовой. – Казань: КФУ, 2022. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/254846> (дата обращения: 10.10.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – С. 95.

2. Лингвокультурологическое моделирование медиатекста: монография / составители И.В. Ерофеева [и др.]. – Чита: ЗабГУ, 2017. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/271544> (дата обращения: 10.10.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – С. 62.

© Ожигин Н.В., 2023

УДК 80

Е.И. ПОГУДИНА

*pkate2006@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. пед. наук, доц. Г.Р. БИКУЛОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ТЕХНОЛОГИИ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

*Аннотация:* в исследовании на примере многообразия способов изучения иностранных языков показаны возможные подходы к их усвоению и пониманию, а также определение технологии изучения иностранных языков в современном мире. Для реализации поставленной цели в работе проведен анализ и систематизация ресурсов, используемых в изучении иностранных языков различными способами.

*Ключевые слова:* IT-ресурсы, подходы, методы, страноведение, лексико-грамматический корпус, первый второй иностранный

«Знать много языков – значит иметь много ключей к одному замку», писал один из крупнейших французских философов-просветителей XVIII века, поэт, прозаик, историк и публицист Вольтер [1].

Сегодня только ленивый не знает хотя бы одного иностранного языка, имея в наличии такой арсенал компьютерных технологий, которым, конечно же, нужно уметь правильно пользоваться. Владение иностранным языком – это владение информацией для собственного развития в цивилизованном мире. Знать, что происходит в мире людей, в мире науки и техники, в мире культуры народов было всегда интересно, что остается до сих пор, несмотря ни на что.

Интерес и возможность познать культуру, историю, менталитет народа изучаемого языка раскрывается с детализированным и углубленным изучением иностранных языков. Знание языков позволяет видеть и узнавать мир с различных сторон, с которым можно познакомиться не только в зарубежных поездках (что просто идеально, только весь мир объехать невозможно), но и с помощью интернета, в котором сегодня скрываются многочисленные видеосюжеты как официальных корреспондентов, так и самих жителей той или иной страны, которая интересует людей на данный момент изучения языка или вообще жизни. С этими сюжетами можно проверить свои имеющиеся языковые знания и приобрести новые. Это идеально подходит, если уже имеется какая-то база, которую и необходимо развивать далее.

В изучении иностранных языков привлекает все больше внимания у молодежи не только разно-тематические видеосюжеты, но и интерактивные языковые тематические онлайн-уроки, актуальность которых подтверждается постоянным рвением к улучшению языковых навыков и умений, посредством

связи с носителями языка и практикой среди изучаемых. Практиковаться можно, читая и переводя литературные источники (классика, периодика, публицистика), сюда отнесем также разножанровые фильмы, песни, развлекательные ролики, при этом можно использовать субтитры по желанию. Так, опрос среди жителей города Нижневартовска показал, что такое быстрое и непринужденное восприятие развивается именно благодаря подобным интернет-ресурсам, направляя наше внимание на естественные разговорные обороты речи, сокращения, фразеологизмы, акцент и постановку самой речи.

Очень часто возникают вопросы на начальном этапе освоения нового иностранного языка, как первого, так и второго, и третьего по счету. Что же предпринимать в тех случаях, когда неизвестно, с чего начать? На первых этапах, не имея пока никаких элементарных знаний, очень трудно плавать в море информации, разбросанной повсюду, но не дающей объяснений. Конечно, самым оптимальным вариантом будет консультация с педагогом, наставником, который сумеет не только определить стартовый уровень, но и подсказать различные вариации развития навыков, в которых нуждаются новички. В интернет-пространстве есть много преподавательских чатов, в которых можно кое-что для себя почерпнуть. Имеются записи разных преподавателей (как российских, так и зарубежных) с их уроками иностранных языков. Главное, понять, кто кому лучше подойдет по манере объяснения и навыками преподавания.

Неотъемлемой частью являются, все-таки, первоисточники для изучения иностранных языков – учебники, словари, лексико-грамматические справочники, либо в цифровом формате, либо в бумажном. На начальном этапе изучения языков следует выработать последовательный план действий, например:

1. Приобретение учебных пособий или сборников для новичков, которые помогут отслеживать пройденные темы, находить дополнительные материалы благодаря другим источникам и возвращаться к заметкам. С их помощью можно увидеть более понятные схемы и описания к таблицам, правилам, исключениям и иным особенностям языка.

2. Любой материал требует закрепления, будь то алфавит, таблицы времен или словообразования, возможно найти видеуроки, а закрепив прочитанное, приступить к повторному произношению за записью.

3. Когда нужно двинуться с мертвой точки, на помощь приходят любимчики нашего времени – музыка, мультфильмы, любимые видеоблогеры или обзоры по увлечениям изучающего. Таким образом человек не только привыкает к произношению, но и пополняет словарный запас, способствующий рассказам о любимом деле.

4. С ростом уровня поднимутся и запросы: возможность знакомиться с иностранными новостными лентами, терминологией среднего и сложного уровня, книгами о собственной стране, просмотром интервью и различных телевизионных шоу.

5. Если происходит изучение двух и более языков, все сложнее уделять им одинаковое количество времени, держа на одном уровне. В таких ситуациях на помощь приходит двойной перевод: например, повторяя правила согласования времен английского языка, можно рассказывать их себе на немецком, услышав любимые строчки песен, перевести их с итальянского на французский.

6. Общее изучение языка часто мотивирует не опускать руки и побуждает к новому. Возможно, знакомые пытаются сделать похожие шаги. Разговоры помогут побороть страх перед ошибками и вообще языковые барьеры, а совместное времяпрепровождение или наставления более углубленного знатока услышать новые подсказки к источникам информации.

7. Сравнивая, перечисляя и постепенно прощупывая язык, развивается конкретика понимания, осмысления, использования определенных тенденций.

8. Желательно вести свои записи, которые будут понятны и в любом случае станут некой опорой или подсказкой. На самом деле наилучшим способом проработки лексических и грамматических навыков является письмо, проявляющее механическую память с доведением до автоматизма лексико-грамматических навыков и умений владения языком. Самым эффективным остается ручное написание, но возможность повторять, закреплять и освежать память отлично проявляется в электронных приложениях, играх, онлайн-карточках, онлайн-уроках для всех языковых уровней.

На сегодняшний день известно много обучающих компьютерных программ и интернет-приложений для разных языков, которыми можно пользоваться как дома, так и в дороге. Например:

– **Duolingo**, у этого приложения есть:

– множество способов обучения;

– предоставляет аудиоклипы с более низкой скоростью;

– поддерживает более 35 языков;

– **Hello Talk**, это приложение для изучения языков, которое связывает вас с носителями языка для языкового обмена. Приложение обеспечивает общение посредством текстовых сообщений, голосовых сообщений, видеочатов и рисунков.

– **Mondly** – популярное приложение для изучения языков благодаря геймифицированным урокам. Это включает сопоставление фраз с изображениями, поиск правильных ответов, выбор точных переводов, перестановку слов в предложении и ответы на вопросы с несколькими вариантами ответов. Самое впечатляющее, что оно предлагает функцию чат-бота, которая позволяет пользователям участвовать в реальных разговорах, записывая предлагаемые ответы голосом.

Есть также цифровые многоязычные словари, например, **мультигран**, в котором заложен голосовой помощник для правильного произношения слов.

Независимо от того, какой язык вы изучаете – доступно огромное количество приложений. У каждого есть плюсы, минусы и разные особенности. Необходимо решить, какую языковую область нужно развивать, а затем можно



найти лучший вариант интернет-приложения в помощь изучения языка или закрепления языковых знаний. Использование интернет-ресурсов, а также книг, языковых чатов облегчат путь к пониманию и совершенствованию языка.

В ходе исследования данной темы выявлено, что первоначально для изучения языков были более масштабные материалы, но с меньшими способами овладения. Человек, стремящийся познать язык с разных сторон, постепенно увеличивая охват, находит пути его изучения. Чаще всего человеческий интерес связывает пошаговое изучение языков, завязанное на близких ему темах, помогающие на жизненном пути, тем самым подбирая необходимый метод или подход в приобретении знаний.

### **Библиографический список**

1. <https://viti-mephi.ru/news/znat-mnogo-yazykov-znachit-imet-mnogo-klyuchey-k-odnomu-zamku-volter>.

© Погудина Е.И., 2023

Д.И. РОМАНОВА

*rdasha120303@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **КОРЕЙСКИЙ ЯЗЫК И ЕГО ОСОБЕННОСТИ**

*Аннотация:* в данной статье исследуется корейский язык и его отличительные особенности. В нем обсуждается корейская система письма, известная как хангыль, которая была создана как фонетическая и имеет логическую структуру. В аннотации подчеркивается наличие в корейском языке почетных знаков, которые используются для обозначения социального статуса и проявления уважения, а также подчеркивается важность вежливости и иерархии в языке, демонстрируя уникальные культурные аспекты, присущие корейскому общению. В целом, статья представляет собой краткий обзор корейского языка и его особенности.

*Ключевые слова:* корейский язык, Корея, особенности корейского языка, хангыль.

### **Корейский язык**

Корейский язык является одним из древнейших языков мира, который, невзирая на многовековое китайское цивилизованное влияние, японскую военную оккупацию и американское присутствие после завершения Второй мировой войны, сумел сберечь свою оригинальность. Корейский язык стал очень популярным языком у молодого поколения двадцать первого века. Поэтому мне стало интересно разобраться в особенностях корейского языка.

### **Особенности корейского языка**

Одной из главной особенности корейского языка является отличие корейского от многих других иностранных языков, в том числе от русского. В особенности он отличается по построению предложений, по работе грамматических конструкций и так далее. Также в корейском языке многие буквы и словосочетания имеют очень непривычное для нас произношение.

### **Корейские имена**

Отличительной особенностью корейского языка являются корейские имена. Обычно корейские имена состоят из трех слогов. Например, Ким Джису (김 + 지수), где Ким – это фамилия, а Джису – это имя или Пак Чимин (박 + 지민), где Пак – это фамилия, а Чимин – это имя. Единого правила написания корейских имен не существует, можно указывать Джису как слитно, так и в два

слова. Но иногда встречается, что имя состоит всего лишь из одного слога, например, Сон Джун (선 + 준). Встречаются исключения, когда фамилия состоит не из одного слога, а из двух, но таких фамилий не так много и их очень редко встретишь, к примеру, Хванбо (황보). У корейцев нет отчества. Вместо них есть название родословия (본관). Поэтому если люди имеют одинаковую фамилию это не означает, что они являются родственниками. Само родство определяется оп происхождению. Одна из популярных и распространенных фамилий в Корее, является фамилия Ким. Люди, которые имеют эту фамилию, не являются все родственниками. У этой фамилии существует большое количество названий родства, например, как Конджу (경주 김씨) [1].

Корейские имена имеют свое особенное значение, потому что они образованы большинство от китайских иероглифов, а китайские иероглифы имеют какое-то специальное значение, к примеру, имя Чонгук также имеет особенное значение слова. Слог «Чон» (정) образован от «Намуре паре чо» (나무를 바를 정), то есть дерево, которое правильно растет. А слог Гук» означает «Нара», то есть страна. Поэтому полностью имя Чонгук, скорее всего означает стать правильным деревом страны, то есть стать опорой, центром страны. Но при этом это не значит, что слог «Чон» имеет только это значение.

Корейские слоги могут совпадать с большим количеством других китайских иероглифов, и кто-то может выбрать любое понравившееся ему значение слога. По такому принципу в основном и выбирают корейские имена. Обычно в семьях детям имя дает именно старший мужчина в семье, то есть отец, дедушка или старший дядя.

Еще одна особенность корейских имен заключается в том, что детям обычно дают имена так, чтобы один из слогов их имени совпадал. Например, если старшего ребенка в семье называли Чихен, то других младших детей могут назвать Юнгхен, Техен и так далее. Таким образом, чтобы последний слог он совпадал.

В последнее время корейцы стали давать корейские имена, которые не образованы от китайских иероглифов, то есть имена, которые не имеют какого-то специального значения. Одной из таких имен – это Ким Дженни, где имя Дженни – это обычное корейское имя, которое не имеет какого-то специального значения.

Кто-то называет детей какими-то определенными словами или выражениями. Один знаменитый спортсмен назвал своих детей тройняшек – Тэхан, Мингук и Мансей. Если соединить все это вместе, то получится «Тэхан мингук мансей», что означает «Да здравствует Корея».

Но как же различать мужские и женские имена? Для большинства иностранцев различать и запоминать имена является большой проблемой. Но,

как и в других языках, есть определенные особенности, по которым можно различить. Женские имена обычно содержат плавные, женственные звучания. А мужские имена содержат, наоборот, твердые звуки. Также существуют имена, которые не имеют полового различия, то есть могут использоваться как мужчинами, так и женщинами.

### **Системы исчисления в корейском языке**

В корейском языке есть две системы исчисления с разными способами использования: исконно-корейские числительные и корейские числительные китайского происхождения.

Исконно-корейские числительные существуют только с цифры 1 по 99. Каждый десяток имеет свое название, и для того, чтобы сказать двузначное число, для начала нужно сказать десятки, а потом единицы. Исконно-корейские числительные используются только с четными словами, с возрастом, с временем, и когда мы отвечаем на вопрос «сколько раз мы что-либо делали». Некоторые корейские числительные имеют сокращенную форму, такие цифры как 1, 2, 3, 4 и 20. Такое сокращение упрощает произношение этих цифр в сочетании с другими словами.

А в корейских числительных китайского происхождения существуют все цифры и числа. Также китайские числительные имеют свои названия сотен, тысяч, миллионов. Для того чтобы составить двузначное число, сначала пишется количество десятков, потом «десять» и количество единиц. Китайские числительные используют, когда говорят про дату, то есть год, месяц и день, про время, про номер телефона, про деньги, про адрес проживания, то есть номер домов, квартир, корпусов, офисов, этажей и так далее. А также используются с измерениями, то есть, когда говорят про килограммы, метры и проценты [2].

### **Алфавит корейского языка**

В корейском языке очень интересный алфавит, который называется Хангыль. Но свое название он получил только в 20-ом веке, когда на территории Корейского полуострова появились 2 государства: Южная Корея и Северная Корея. Хангыль является единственной письменностью, которую специально кто-то создал или изобрел, другие языки, в том числе русский язык, произошли естественно. Корейский алфавит изобрел король Седжонг Великий в 1443 году, чтобы корейский народ мог жить достойно и счастливо, ведь до этого корейский народ использовали китайские иероглифы.

В корейском языке есть согласные и гласные буквы. А сам алфавит состоит из 40 букв. В самом языке больше гласных букв, что значительно облегчает понимание структуры языка. Многие значения фраз и предложений происходят от использования различных частиц, добавляемых в конце слов. Буквы в хангыль складываются в блоки, чтобы сформировать слог. Например, ㅇ, ㅏ и ㅑ – отдельные символы. Но, поскольку они образуют один слог, то ㅇ

+ ㅏ + ㄴ = 한 (хан). И другой пример – ㄱ + ㅡ + ㄹ = ㄱㅡㄹ (кыль). Объединяем слоги в слово: 한 ㄱㅡㄹ = 한 ㄱㅡㄹ (два слога и шесть букв) [3].

Поэтому корейский язык очень интересный для изучения.

### Стили речи в корейском языке

Корейский язык считается одним из самых вежливых языков, он включает в себя семь разных стилей речи, но в основном используется только четыре.

Официально-вежливый стиль речи является самым основным и простым в образовании. В этом стиле к основе глагола или прилагательного прибавляется открытый слог «Саада» и закрытый слог «Ниида».

Неформальный вежливый стиль является самым распространенным стилем в корейском народе, который часто используется в разговорной речи. Этот стиль настолько многофункциональный, что используется в разговоре, как и с начальством, так и с незнакомыми людьми, то есть со всеми, с кем не перешли на «ты». Для того чтобы использовать этот стиль нужно знать про светлые и темные гласные. Если основа слова заканчивается на светлую гласную, то присоединяется «Ае», на темную – «Ое».

Неформальный стиль используется только с близкими людьми, то есть с друзьями, а также с людьми младше по возрасту.

Книжно-литературный стиль является основой для книг, статей и так далее.

Корейский язык – это увлекательный и уникальный язык со своими отличительными особенностями. Его система письма, Хангыль, считается одной из самых научных и эффективных в мире. Почетные знаки играют решающую роль в корейском обществе, демонстрируя уважение и социальную иерархию. В целом корейский язык отражает богатое культурное наследие и лингвистические сложности Кореи, что делает его интригующим предметом изучения для любителей языка.

### Библиографический список

1. Корейские имена и их значения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://koreansimple.com/blog/otvlechsya/koreisikie-imena/> (дата обращения: 14.10.2023).

2. Корейский язык // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 10.10.2023).

3. Ким, Е. Корейский язык. Начальный и средний уровень. – 1-е изд. – 2006. – 250 с.

© Романова Д.И., 2023

А.А. САФОНОВА

*tttonyasafonova@icloud.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ИТАЛЬЯНСКИЙ ЯЗЫК

*Аннотация:* статья посвящена истории становления и формирования итальянского языка. В материале рассмотрены ключевые моменты того, как именно итальянский язык влиял на историю Италии на протяжении нескольких столетий.

*Ключевые слова:* итальянский язык, диалект, фразеологизм, Италия, изучение, развитие.

### **1. Итальянский язык: истоки, развитие и географическое распространение**

Итальянский язык является официальным языком Италии, Сан-Марино, Швейцарии и является одним из официальных языков Ватикана. Он принадлежит к романской группе языков индоевропейской семьи и его происхождение уходит корнями в народную латынь. Итальянский язык имеет свои корни в латинском языке, который был основным языком Римской империи. В период средних веков на основе латинского языка сформировался итальянский язык, который стал основой для многих других романских языков, включая французский, испанский, португальский и румынский. История Итальянского языка начинается с конца 10 века, когда появились первые письменные документы на Итальянском языке, такие как «Liber Aikularum» и «Liber Rimarum» [1]. В течение следующих столетий Итальянский язык развивался и распространялся по территории Италии, становясь языком образования и культуры. В 1861 году, после объединения Италии, Итальянский язык стал официальным языком нового государства. С тех пор Итальянский язык продолжает развиваться и обогащаться за счет новых слов и выражений, связанных с новыми технологиями, социальными изменениями и культурой. Сегодня Итальянский язык является одним из самых распространенных языков в мире, с более чем 60 миллионами носителей по всему миру. Современный итальянский язык отличается от латыни не только грамматически, но и лексически. В нем появились новые слова и выражения, которые отражают изменения в обществе и культуре [1].

### **2. Грамматика Итальянского языка: основные правила и особенности**

Итальянский язык имеет свою уникальную грамматику, которая отличается от грамматики других языков. В этой главе мы рассмотрим основные правила и особенности грамматики языка.

## **Артикли**

Артикли делятся на два типа: определенный и неопределенный. Определенный артикль (il, la, lo, i, le, gli) указывает на конкретный объект или группу объектов, а неопределенный (un, una, uno) используется для обозначения неизвестного или нового объекта.

## **Существительные**

Существительные имеют три рода: мужской (maschile), женский (femminile) и средний (neutro). Род существительного определяется по его окончанию: существительные, оканчивающиеся на -a, -e, -o, -u, относятся к женскому роду; существительные, оканчивающиеся на согласную букву или на -i, -u, -ci, -gi, -gli, -ni, -chi, -ghi, -gni, -bbi, -fri, относятся к мужскому роду; все остальные существительные относятся к среднему роду.

## **Прилагательные**

Прилагательные изменяются по родам и числам. Например, прилагательное «grande» (большой) будет иметь разные формы в зависимости от рода и числа существительного, к которому оно относится: grande (мужской род, единственное число), grandi (мужской род, множественное число), grande (женский род, единственное число).

## **Числительные**

Числительные также изменяются по родам и числам, как и прилагательные. Например, числительное «uno» (один) будет иметь форму «una» (одна) в женском роде и форму «due» (два) в множественном числе.

## **Местоимения**

Личные местоимения также имеют три рода (maschile, femminile, neutro) и два числа (singolare, plurale). Например, местоимение «io» (я) относится к мужскому роду, а местоимение «lei» (она) – к женскому.

## **3. Лексика и фразеология Итальянского языка: популярные слова и выражения**

Итальянский язык известен своим богатым словарным запасом и уникальными фразеологическими оборотами, которые делают его неповторимым и узнаваемым. В данной главе мы рассмотрим наиболее популярные слова и выражения итальянского языка, которые пригодятся вам в повседневном общении и изучении культуры Италии. Одно из самых известных слов на итальянском языке – «amore». Оно обозначает любовь и используется не только в литературе, но и в повседневной речи итальянцев. От него происходят такие слова, как «amico» (друг) и «amicizia» (дружба). Фразеологизмы также играют немаловажную роль в итальянском языке, добавляя ему выразительности и яркости. Например, оборот «fare le valigie» переводится как «упаковать вещи» или «собраться в путь», а выражение «mettere i puntini sulla "i"» означает «разобраться в ситуации» или «поставить все точки над "i"». Не стоит забывать и о словах, связанных с едой – ведь итальянская кухня известна на весь мир своими изысканными блюдами! Слово «pasta» переводится как макароны, а «espresso» обозначает кофе эспрессо.

Знание названий различных видов пасты поможет вам лучше ориентироваться в меню итальянских ресторанов и кафе [2].

#### **4. Итальянский сленг и диалекты: особенности и различия региональных вариантов**

Итальянский язык является одним из самых разнообразных и сложных языков в мире. Он включает в себя множество диалектов и сленгов, которые могут значительно отличаться друг от друга, в зависимости от региона страны. В этой главе мы рассмотрим особенности и различия между различными региональными вариантами итальянского языка.

##### **Тосканский диалект**

Тосканский диалект является основой литературного итальянского языка, на котором говорят в Тоскане, Лацио и на Сицилии. Этот диалект характеризуется четкостью произношения и ясностью выражения. Он также имеет свои собственные региональные варианты, такие как флорентийский и сиенский диалекты [3].

##### **Неаполитанский диалект**

Неаполитанский или неаполитанско-калабрийский диалект отличается от стандартного итальянского языка своей мелодичностью и ритмикой. Этот диалект имеет свою собственную грамматику и лексику, а также множество особенностей, таких как удвоение согласных и аллитерация [3].

##### **Сицилийский диалект**

Сицилийский диалект также отличается от стандартного итальянского, особенно в области фонетики и грамматики. Он имеет свои уникальные особенности, такие как сохранение латинских окончаний и сохранение латинской лексики [3].

##### **Ломбардский диалект**

Ломбардский диалект, также известный как ломбардский язык, является наиболее распространенным диалектом в Италии после стандартного итальянского. Он отличается своим произношением, лексикой и грамматикой от стандартного итальянского [3].

##### **Венецианский диалект**

Венецианский диалект – это диалект итальянского языка, который используется в Венеции и некоторых прилегающих регионах. Он имеет свое собственное произношение, грамматику и словарь, отличающиеся от других итальянских диалектов [3].

#### **5. Изучение итальянского языка: подходы, ресурсы и рекомендации для самостоятельного обучения**

Итальянский язык – это увлекательное и полезное занятие. Он является официальным языком Италии, Швейцарии, Сан-Марино и Ватикана, и на нем говорят более 60 миллионов людей во всем мире. Изучение итальянского языка открывает богатую историю и культуру, а также предоставляет возможности для карьерного роста и путешествий. В этой главе мы расскажем о методах, ресурсах и советах для изучения языка. Мы также рассмотрим некоторые



особенности этого языка, которые делают его уникальным и интересным для изучения.

Существует несколько методов изучения итальянского языка, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Некоторые из наиболее популярных методов включают:

**Аудиокниги и подкасты:** Слушайте итальянские аудиокниги или подкасты, чтобы улучшить свое понимание языка и научиться воспринимать его на слух.

**Просмотр фильмов и телепередач:** смотрите итальянские фильмы и телепередачи, чтобы погрузиться в язык и узнать новые слова и выражения из контекста.

**Общение с носителями языка:** Найдите итальянско-говорящих друзей или партнеров по языковому обмену, чтобы практиковаться в разговорной речи и улучшить свои навыки общения.

Ниже приведены некоторые ресурсы, которые помогут вам в изучении итальянского языка:

**Duolingo:** Duolingo – это бесплатный онлайн-сервис, который предлагает курсы по изучению итальянского языка. Он использует интерактивные уроки, игры и задания для обучения языку.

**Memrise:** Memrise – еще один бесплатный онлайн-ресурс, который помогает изучать итальянский язык с помощью интерактивных курсов и игр.

**BBC Learning Italian:** BBC Learning Italian предлагает бесплатные курсы итальянского языка для начинающих и продвинутых студентов.

**Советы для самостоятельного изучения итальянского языка**

**Используйте карточки для изучения новых слов:** разложите карточки со словами и фразами на столе и повторяйте их каждый день.

**Не пугайтесь совершать ошибки:** Ошибки являются неотъемлемой частью процесса изучения языка, поэтому не стесняйтесь допускать их и исправлять себя.

**Устанавливайте контакт с носителями итальянского языка:** Общение с людьми, для которых итальянский язык является родным, поможет вам совершенствовать разговорные навыки и узнавать больше о культуре и традициях Италии. Итальянский язык имеет несколько особенностей, которые делают его уникальным. Например, в итальянском языке есть две формы обращения – «tu» (ты) и «Lei» (Вы).

«Tu» используется для близких друзей, родственников и детей, в то время как «Lei» используется для официальных ситуаций и незнакомых людей.

Также итальянский язык отличается своей мелодичностью и музыкальностью. Многие итальянские песни и оперы известны во всем мире благодаря своим красивым мелодиям и гармонии.

Изучение итальянского языка может быть интересным и полезным. Следуя нашим советам и используя доступные ресурсы, вы сможете быстро и эффективно освоить этот красивый язык. Удачи в изучении!

## Библиографический список

1. История и особенности итальянского языка, его диалекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://italyanskiy.blogspot.com/2019/08/istoriya-i-osobennosti-italyanskogo-yazyka-i-dialekty.html> (дата обращения: 14.10.2023).

2. Итальянские фразеологизмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://siblec.ru/lingvistika/italyanskie-frazeologizmy> (дата обращения: 16.10.2023).

3. Диалекты в Итальянском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://top100lingua.ru/blog/istorija-jazyka/mezhdu-rimom-i-siciliej-dialekty-italjanskogo-jazyka> (дата обращения: 10.10.2023).

© Сафонова А.А., 2023

А.Ю. СЕМЕНОВ

*alekxsemenov@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СУДЬБА ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК ЗА РУБЕЖОМ**

*Аннотация:* статья посвящена рассмотрению и анализу развития филологических наук за рубежом. В материале рассмотрены ключевые моменты такие как, направление филологических наук, тенденции и перспективы развития филологических наук за рубежом в настоящее время.

*Ключевые слова:* иностранная филология, литературоведение, искусствоведение, фольклористика, сравнительная лингвистика, филология, филологические науки.

### **Введение**

Филология – это наука, изучающая литературу, культуру, а также историю народов в письменных и устных источниках [1]. В настоящее время, филология, играет важную роль в понимании и изучение разнообразных языков. Исследования, проводимые в области филологии ведутся как в отечественных университетах, так и за рубежом, где существуют множество престижных исследовательских центров и учебных заведений. За рубежом филологические науки имеют высокий статус и широкое признание. Ведущие университеты мира предлагают обширные программы по филологии, которые позволяют студентам заниматься изучением языков и культуры многих стран и регионов. Например, университеты Оксфорда, Кембриджа и Гарварда имеют в своем арсенале отличные программы по литературоведению и лингвистике [2]. В этой статье будут рассмотрены основные направления, тенденции филологических наук, а также их дальнейшее развитие.

### **Направления филологических наук**

Одним из наиболее интересных направлений филологических наук является сравнительная лингвистика. Она занимается сравнением языков разных стран и регионов, а также исследует их сходства и различия. Сравнительная лингвистика помогает понять происхождение языков, их эволюцию и взаимодействие друг с другом [3].

Одним из важных направлений филологических наук является литературоведение.

Литературоведение – это наука, изучающая литературу как явление искусства и культуры. В нее входит структура литературных произведений, их анализ, темы, стиль, а также их культурный и исторический контекст.

Литературоведение ставит перед собой главной задачей глубокое понимание значения литературы в человеческой жизни и культуры.

Литературоведение содействует расшифровке языка литературы, развития навыков критического мышления и понимание культурных и социальных процессов, которые присутствуют в литературе. Еще одна из ролей литературоведения является изучение истории литературы и ее эволюции. Штудирование литературных произведений разных времен помогает проанализировать изменения в общественной жизни людей, их культуре и мировоззрении, которые, в свою очередь, отразились в литературе той эпохи. Также литературоведение изучает взаимосвязь литературы и искусства. Представителями искусства могут выступать кино, театр, живопись музыка и другие. Литературоведение имеет большую значимость для развития культурной грамотности. Данная наука помогает расширить кругозор, развить чувство прекрасного и повысить способности к коммуникации [4].

Фольклористика – это наука, которая занимается изучением народного творчества, таких как: традиций, обычаев, песен, сказок, легенд и других форм народного творчества. Главная задача фольклористики – изучение фольклора как источника информации о культуре и жизни народов. Фольклористика помогает в понимании особенностей наследия культуры разных народов, их мировоззрения, образа жизни и традиций. Фольклористика в основном занимается анализом языковых и стилистических особенностей фольклорных произведений, а также их структуры и содержания. Изучение фольклора дает понимание о закономерностях его изменения и развития в разных исторических периодах. Фольклористика имеет за собой такие функции как: сбор, сохранение и изучение фольклорных материалов. Это является важной и неотъемлемой частью, так как за этим стоит сохранение культурного наследия и, конечно, передачи его будущим поколениям. Фольклористика обладает существенным значением в понимании культурных и социальных процессов, которые происходят в обществе.

Искусствоведение – это наука, изучающая искусство художественной культуры в целом, так и отдельных видов искусства. В искусство входят такие виды творчества как кино, живопись, архитектура, театр, скульптура и другие виды искусства. Изучение истории и развития искусства, а также его направлений, техник, стилей является главной задачей, которая ставит перед собой искусствоведение. Эта наука дает понимание особенностей культурного наследия разных народов, их мировоззрения, образа жизни, традиций и обычаи. Искусствоведение помогает выявить закономерности его развития и изменения в разных исторических периодах [6].

Искусствоведение имеет несколько важных функций:

1. Анализ произведений искусства. Искусствоведение занимается изучением структуры произведения искусства, а также его содержания, анализируя при этом их стилистические особенности. Все это помогает понять смысл произведений и дать оценку их художественной ценности.

2. Оценка социальной роли искусства. Искусствоведение позволяет оценить социальную роль искусства. Это важно для понимания того, каким образом искусство способно влиять на развитие общества и культуры в целом.

3. Изучение истории и развития искусства. Искусствоведение помогает понять особенности культурного наследия разных народов, их мировоззрение, образ жизни, и народные традиции.

4. Сохранение культурного наследия. Как уже говорилось выше, основные функции, которые присутствуют в искусствоведении являются сбор, сохранение и изучение художественных произведений.

5. Усовершенствование культурной грамотности. Изучение искусства способствует в развитии навыков критического мышления и улучшения культурной грамотности.

### **Тенденции в филологических исследованиях за рубежом**

Междисциплинарный подход является одной из основных тенденций в филологии и ее исследованиях за рубежом. В современных исследованиях часто объединяются элементы истории, культурологии, лингвистики и литературоведения. Данный подход позволяет углубленно и всесторонне заниматься изучением языка и литературы в контексте их культурного и исторического развития. Междисциплинарный подход дает новые возможности для понимания текстов и культурных особенностей разных народов.

Применение современных технологий также является одной из основной тенденции. По мере развития компьютерных технологий стали доступны все новые и новые инструменты для анализа текстов. Благодаря этим технологиям исследователи могут проводить более точные и объективные исследования и получать наиболее точные результаты.

Филологические исследования за рубежом также активно взаимодействуют с другими областями науки. Например, в последние годы все большую популярность получили исследования в области когнитивной лингвистики, которая изучает взаимосвязь между языком и мышлением. Также филология имеет взаимосвязь в областях социолингвистики, которые занимаются изучением влияния социальных факторов на коммуникацию и язык [7].

### **Перспективное развитие филологии за рубежом**

Одной из перспектив развития филологических наук за рубежом является углубление исследований в области межкультурной коммуникации. В современном мире все большую роль играют международные контакты и взаимодействие разных культур. Филологические исследования в этой области позволяют лучше понимать и разрешать межкультурные конфликты, а также создавать эффективные методы обучения иностранным языкам.

Важной перспективой развития филологических наук за рубежом является также расширение географии исследований. В современном мире все больше внимания уделяется изучению малоизвестных или редких языков и литератур. Исследователи за рубежом активно занимаются изучением таких языков, как африканские диалекты, языки индейцев Северной Америки и

другие. Это позволяет сохранить и изучать уникальные культурные и лингвистические наследия разных народов.

Еще одной перспективой развития филологических наук за рубежом является углубление исследований в области перевода и лингвистической антропологии. Современные исследования в этой области позволяют лучше понять процессы перевода и влияние культурных особенностей на языковую коммуникацию. Также филологи изучают взаимосвязь между языком, культурой и идентичностью.

Одной из самых популярных специализаций в филологических науках за рубежом является английская филология. Студенты изучают английский язык, литературу и культуру Великобритании, США, Канады, Австралии и других англоговорящих стран. Они также изучают английский язык как второй язык и его использование в международных коммуникациях.

Французская филология также является популярной специализацией за рубежом. Одной из главных задач французской филологии является изучение французского языка как средства коммуникации и его развитие в контексте культурных изменений. Французский язык является одним из наиболее распространенных языков мира и имеет большое значение для международных отношений, бизнеса и культурного обмена.

Также все больше и больше набирают популярность итальянская и китайская филологии [7, 8].

### **Заключение**

Филологические науки за рубежом находятся на стадии активного развития и привлекают все большее внимание исследователей. Междисциплинарный подход, применение современных технологий, взаимодействие с другими областями науки, углубление исследований в области межкультурной коммуникации, расширение географии исследований, а также углубление исследований в области перевода и лингвистической антропологии – все это позволяет получать новые знания и открывает новые перспективы для филологической науки. Правильно построенные исследования в филологической области за рубежом помогают расширить понимание языка, литературы и культуры разных народов, а также способствуют развитию межкультурного диалога и обмену знаниями.

Филологические науки за рубежом имеют большое значение для развития межкультурного общения и понимания. Они помогают студентам понять культурные различия и научиться эффективно общаться с людьми из других стран и регионов. Кроме того, они являются важным инструментом для сохранения истории и культуры народов, что способствует их сохранению и развитию.

Одним из примеров успешной работы в области филологических наук за рубежом является Центр русской культуры при Стэнфордском университете в США. Центр занимается изучением русской культуры, литературы и языка, организует курсы и лекции, проводит научные исследования и культурные мероприятия. Центр русской культуры является важным мостом между Россией

и США, способствует развитию культурных связей и пониманию между народами.

Таким образом, филологические науки имеют огромное значение для развития межкультурного общения и понимания. Они помогают понять культурные различия и научиться эффективно общаться с людьми из других стран и регионов. Кроме того, они являются важным инструментом для сохранения истории и культуры народов, что способствует их сохранению и развитию.

### Библиографический список

1. Филология – что это такое? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psk-group.su/znacheniya/filologiya-cto-eto-takoe> (дата обращения: 16.10.2023).

2. Изучение филологии за границей, в Европе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smapse.ru/catalog/subject-2181/> (дата обращения: 16.10.2023).

3. Филология как наука [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/yazykoznanie\\_i\\_filologiya/filologiya\\_kak\\_nauka/](https://spravochnick.ru/yazykoznanie_i_filologiya/filologiya_kak_nauka/) (дата обращения: 17.10.2023).

4. Лапатинская, О.В. Введение в литературоведение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rep.vsu.by/bitstream/123456789/9364/1/+Лапотинская.pdf#:~:text=Литерату\rоеведение%20-%20наука%2C%20которая%20изучает,и%20творчества%2C%20закономерност\и%20историко-литературного%20процесса> (дата обращения: 17.10.2023).

5. Фольклористика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фольклористика> (дата обращения: 17.10.2023).

6. Искусствоведение как наука [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/iskusstvo/iskusstvovedenie\\_kak\\_nauka/](https://spravochnick.ru/iskusstvo/iskusstvovedenie_kak_nauka/) (дата обращения: 18.10.2023).

7. Зарубежная филология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/yazykoznanie\\_i\\_filologiya/zarubezhnaya\\_filologiya/](https://spravochnick.ru/yazykoznanie_i_filologiya/zarubezhnaya_filologiya/) (дата обращения: 18.10.2023).

8. Филология: открытие тайн языка и культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://nauchniestati.ru/spravka/filologiya-kak-nauka/#Области\\_и\\_направления\\_филологии](https://nauchniestati.ru/spravka/filologiya-kak-nauka/#Области_и_направления_филологии) (дата обращения: 18.10.2023).

© Семенов А.Ю., 2023

А.У. УЕЛЬДАНОВ

*henjkey@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ТЕХНОЛОГИЙ НА ЯЗЫК И ОБЩЕНИЕ**

*Аннотация:* данная статья исследует воздействие глобализации и технологического прогресса на языковую среду и на способы общения в современном мире.

*Ключевые слова:* глобализация, интернет, социальные медиа, общение.

Одним из наиболее влияющих факторов на развитие языка и на общение является глобализация. Глобализация – это процесс, который оказывает глубокое воздействие на языковую среду по всему миру. Этот процесс характеризуется увеличением мировой торговли и инвестиций, а также технологическим прогрессом, который разрушает географические барьеры в общении. Следовательно, языки также подвергаются воздействию этого глобального изменения.

Экономическая интеграция является одним из ключевых аспектов глобализации. Она создает необходимость в унификации языка для деловых коммуникаций. Это облегчает бизнес-сотрудничество между странами и международными компаниями, развивая и улучшая способы общения между различными культурами.

Однако глобализация не ограничивается только экономической сферой. Технологический прогресс, в частности интернет и социальные медиа, разрушил географические барьеры для общения. Люди могут общаться мгновенно с представителями других культур и языковых групп, что способствует популяризации английского и других языков, используемых в сети, как средства массовой коммуникации.

Развитие интернет-коммуникации привнесли значительные изменения в языковых формах и стилях общения. Новые технологии и платформы привнесли ряд инноваций, которые существенно повлияли на способы выражения и взаимодействия людей в сети. Примером таких инноваций это эмодзи (emoj) – маленькие иконки и смайлики, которые широко используются в онлайн-общении для передачи эмоций и выражений. Эти символы добавляют глубину и эмоциональность в текстовые сообщения, позволяя выразить чувства без необходимости прибегать к словам [1]. Аббревиатуры и сленг также стали неотъемлемой частью интернет-коммуникации. Они представляют собой сокращенные формы слов и фраз, такие как «LOL» (смех вслух) и «BRB» (скоро вернусь). Эти аббревиатуры значительно упрощают и ускоряют процесс



общения, позволяя сократить количество набираемых символов. Еще одним явлением в онлайн-общении является смешанный язык, при котором элементы разных языков или диалектов используются в одном сообщении. Это особенно популярно среди многоязычных общностей и способствует культурному обмену, обогащая языковой опыт.

Не менее важным в интернет-коммуникации являются хештеги (или «hashtags» на английском) – это символ «#» перед ключевым словом или фразой без пробелов, используемый для классификации и организации контента в социальных медиа и других онлайн-платформах. Популярные мировые хештеги отражают текущие события, мероприятия и обсуждаемые темы. Пользователи могут присоединяться к обсуждению этих хештегов, что делает их частью массовой культуры и общественных диалогов.

Интернет также повлиял на грамматику и пунктуацию. В силу ограничений символов в социальных сетях и мессенджерах, люди стали прибегать к неформальным формам пунктуации и иногда игнорировать некоторые грамматические правила. Это позволяет быстрее и легче выражать свои мысли и идеи в онлайн-среде. Все эти изменения свидетельствуют о постоянной эволюции языка в интернете.

Социальные сети и медиа, как следствие развития интернета, играют не менее существенную роль в современном общении, перепроектировав традиционные методы взаимодействия. Одним из наиболее заметных изменений является внедрение коротких сообщений в повседневную практику. Сервисы, такие как Twitter, ограничивают количество символов в сообщении, способствуя более краткому и ясному выражению мыслей. Это привело к развитию новой формы коммуникации, где сжатое выражение стало нормой. Кроме того, видеоблоги, или влоги, стали неотъемлемой частью медиаконтента на платформах, таких как YouTube и TikTok. Блогеры делятся своей повседневной жизнью, идеями и опытом в виде коротких видеороликов. Это не только позволяет лучше увидеть мир через глаза других, но и способствует более личному и непосредственному общению между авторами и их аудиторией. Еще одной значительной тенденцией является стриминг. Платформы, такие как Twitch и YouTube Live, позволяют пользователям транслировать события и контент в реальном времени. Это создает уникальную возможность для зрителей наблюдать за действиями и взаимодействовать с стримерами в реальном времени. Этот формат обогатил способы общения и подчеркнул важность моментальной обратной связи.

В итоге, социальные сети и медиа изменили структуру и стиль общения, предоставив новые инструменты и форматы для выражения мыслей и идей. Короткие сообщения, влоги и стримы стали неотъемлемой частью современной коммуникации, формируя уникальные способы взаимодействия и обмена информацией.

Интернет же стал неотъемлемой частью мировой жизни. Он проникает во все сферы общества, включая коммуникацию, образование, бизнес, развлечения и многое другое. Интернет облегчает доступ к информации, позволяет

общаться с людьми по всему миру и даже влияет на экономику и политику. Этот цифровой мир стал неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей.

Не менее важным аспектом глобализации также является культурный обмен. Глобализация способствует перемещению людей и культурных влияний, включая фильмы, музыку и телевидение. В результате такого взаимодействия фразы, слова и обороты из разных языков могут интегрироваться в повседневную речь и становиться частью местных языков. Однако глобализация не всегда равномерно распределяется по миру. Возникает языковая асимметрия, где английский язык доминирует в мировой политике и экономике. Это может создавать неравенство в доступе к ресурсам и возможностям для разных стран и народов, подчеркивая важность многих языков в мировом контексте.

Следует также обратить внимание на угрозу для местных языков. Под воздействием глобальных языков, таких как английский, местные языки могут постепенно терять свою роль в повседневной жизни, образовании и деловых отношениях. Люди начинают предпочитать глобальные языки, что может привести к забвению и исчезновению местных языков. Многие местные языки уже находятся на грани исчезновения. Если они не поддерживаются и не сохраняются, они могут исчезнуть в течение нескольких поколений. Это потенциально приведет к утрате богатства языковых и культурных традиций. Местные языки часто неразрывно связаны с культурой и идентичностью народов. Их исчезновение может повлечь за собой утрату культурных практик, традиций, и исторической памяти, что может серьезно повлиять на социокультурное разнообразие.

Вместе с тем глобализация также может способствовать увеличению разнообразия языков в некоторых областях, где разные культуры и языки сталкиваются и взаимодействуют. Это может приводить к созданию новых языковых смешений и обогащению культурного наследия.

Следующий ряд технологий тоже в значительной мере оказывают влияние на общение, но не являются следствием глобализации.

1. Технологии машинного перевода, включая такие сервисы, как Google Translate, оказывают значительное влияние на способ, которым люди взаимодействуют с различными языками. Они вносят важные изменения в нашу коммуникацию и обмен информацией на мировом уровне. Технологии машинного перевода значительно упрощают процесс перевода текстов и речи между разными языками. Они позволяют быстро и легко получать переводы, даже если вы не владеете целевым языком. Это сокращает необходимость в профессиональных переводчиках в ряде ситуаций. Машинный перевод снижает барьеры между языками, что делает коммуникацию более доступной. Люди могут общаться с говорящими на других языках, делиться информацией и культурой, не испытывая значительных языковых трудностей. Несмотря на многочисленные преимущества, машинный перевод имеет свои ограничения, такие как точность перевода и сохранение контекста.

2. Искусственный интеллект (ИИ) – это область компьютерных наук, которая занимается созданием программ и систем, способных выполнять задачи, обычно требующие интеллектуальных способностей человека. Искусственный интеллект стремится моделировать и имитировать человеческий интеллект, включая обучение, анализ данных, принятие решений и восприятие окружающего мира.

Обработка естественного языка (Natural Language Processing, NLP) – это подраздел искусственного интеллекта, который занимается разработкой методов и алгоритмов для анализа, понимания и генерации текста и речи на естественных языках, таких как английский, русский и многие другие.

3. Специализированные технологии для людей с ограниченными возможностями играют важную роль в обеспечении доступности и облегчении коммуникации для этой группы людей. Системы синтеза речи (TTS – Text-to-Speech) преобразуют текстовую информацию в аудио-сигналы, что позволяет людям, у которых есть проблемы с произношением или голосовыми ограничениями, выражать свои мысли и коммуницировать с окружающими.

Таким образом, глобализация и технологии оказывают множественное воздействие на использование языков в мире, создавая как вызовы, так и возможности для разнообразия и культурного обогащения.

### **Библиографический список**

1. Баландина, Л.А., Ганина, Е.В. Лингвистические аспекты глобализации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2016. – № 3 (23). – С. 73–84.

2. Кирилина, А.В., Гриценко, Е.С., Лалетина, А.О. Глобализация в аспекте лингвистики // Вопросы психолингвистики. – 2012. – № 15. – С. 18–37.

3. Максимова, О.Б. Язык в интернет-коммуникации: общие закономерности и национально-культурные особенности (на материале русского и английского языков) // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2010. – С. 74–90.

4. Панченко, И.М. Социальные сети как новая форма коммуникации: польза или опасность для общества? // Социология науки и технологий. – 2018. – № 2. – С. 86–94.

5. Потехина, И.П. Развитие информационно-коммуникационных технологий в условиях глобализации // Промышленность: экономика, управление, технологии. – 2012. – № 2. – С. 36–40.

© Уельданов А.У., 2023

С.Д. ШАЯХМЕТОВА  
*shah.svetula@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. В.Р. ГАБДУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## ПОРТУГАЛЬСКИЙ ЯЗЫК

*Аннотация:* в данной статье исследуется португальский язык и его распространение и связи с другими языками. В ней упоминается о влиянии португальского языка на культуру и литературу, а также о географических открытиях и колониальном прошлом Португалии. В данной статье описывается фонетика, орфография языка и поднимаются вопросы, как определить на каком языке написан текст – на португальском или на испанском.

*Ключевые слова:* португальский язык, лексика, фонетика.

### История

Португальский язык – самый западный язык романской группы [1].

Этот язык является родным для 220 миллионов человек во всем мире, и большинство носителей португальского живет не в Португалии там живет всего лишь 5%. Большинство носителей португальского живет в Бразилии.

Даже при таком огромном количестве носителей создается ощущение, что португальский постоянно находится в тени своего большого брата – испанского. Но при этом испанский – это не самый близкий родственник португальского [3].

А кто же еще ближе?

Если вы откроете карту Пиренейского полуострова и попытаете продолжить восточную границу Португалии на север, то вы отделите от Испании кусок ее территории. Что же вы отделили от Испании: это Галисия. Как раз там находится знаменитый центр паломничества Сантьяго-де-Компостела, к которому ведет знаменитый Путь святого Иакова. И как раз там говорят на галисийском языке – ближайшем родственнике португальского.

Период с XII по XIV век считается периодом португальско-галисийского единства, когда еще не произошло распада на два отдельных языка. Как раз тогда язык простого народа стал вытеснять латынь там, где ее высокий статус долго казался непоколебимым.

Афонсу II был первым португальским королем, составившим завещание на португальском – это произошло в 1214 году. В 1297 году король Диниш I придал этому языку официальный статус. А спустя почти три века, в 1572 году было опубликовано центральное произведение португальской литературы. Его автор – Луиш де Камозэнс, и называется оно *Os Lusíadas*, или Лузиады; там изложены все героические события португальской истории.

Все начинается с персонажа по имени Луз, это мифический царь-основатель Лузитании и населявшего ее народа лузитанов, которых португальцы считают своими предками (и как раз поэтому носителей португальского называют лузофонами). Лузитания действительно занимала юго-запад Пиренейского полуострова, однако что это за лузитаны такие, наука пока ответить не в состоянии. Индоевропейцы? Вроде да. Кельты? Возможно. Казалось бы, Португалия находится на самом краю Европы, что там вообще делать... Но оказалось, что перед португальцами огромный океан, а в этом океане еще много всяких интересных земель.

В 1419 году они доплыли до Мадейры, чтобы там потом родился Криштиану Роналду и в честь него назвали аэропорт, в 1439 году они доплыли до Азорских островов, ну а дальше их уже было не остановить. Дальнейшие события вошли в историю под названием «Эпоха великих географических открытий», в главных ролях Васко да Гама и Фернан Магеллан. И до Гоа португальцы добрались, и до Шри Ланки, и до всяких интересных территорий вроде Восточного Тимора, где португальский до сих пор используется, и до Макао, откуда португальцы ушли только в 1999 году, практически синхронно с британцами, покинувшими соседний Гонконг.

Вот и получается, что Португалия – это даже не вторая и не третья по населению португалоязычная страна, а четвертая! Второе и третье место занимают Ангола и Мозамбик соответственно. И естественно во всех этих местах возникало множество смешанных языков. Мы не будем пытаться объять все эти языки, а приведем лишь пару примеров.

Существовал народ малайско-португальского происхождения, называли их словом «кристанг», которое происходит от португальского слова *cristao*, то есть крещенный. Эти самые кристанги были во многих португальских колониях, включая вышеназванный Макао, поэтому местный смешанный язык, именуемый маканским, внезапно содержит огромное количество малайской лексики. Но влияние языка кристангов дошло аж до Капской колонии – сейчас это Южно-Африканская Республика. Поэтому заимствования из малайско-португальского смешанного языка появляются в родственном нидерландскому языке африкаанс, на котором говорят в Южной Африке: *piesang* – это банан, *baie* – это очень (это слова малайского происхождения, а далее парочка португальских), *sambreel* – это зонтик, *tronk* – это тюрьма...

Что же касается Бразилии, то там долго время была своя атмосфера, потому что среди колонистов было не так уж и много людей, владеющих португальским, поэтому там говорили на лингва-жерал – языке, созданном иезуитами на основе языков тупи-гуарани с элементами португальского [2].

Это все закончилось в 1759 году, когда маркиз де Помбал прогнал из Бразилии иезуитов, использовавших лингва-жерал, и сделал единственным языком Бразилии португальский. Южная разновидность лингва-жерал под названием лингва-жерал-паулиста вымерла, а вот северная разновидность под названием лингва-жерал-амазоника в XIX веке развилась в язык ньенгату, который все еще жив.

Что же касается языков семьи тупи-гуарани, то гуарани еще жив (особенно в Парагвае), а вот тупи вымер, но оставил после себя кучу хорошо знакомых нам слов, таких как ягуар, пиранья и капоэйра.

### **Фонетика и орфография**

Как определить, на каком языке написан текст – на португальском или на испанском? Прежде всего, над гласными в португальском могут встречаться хитрые значки вроде крышечки или волны, о назначении которых мы поговорим чуть позже.

Да, в испанском тоже можно поставить значок волны над буквой, но только над одной – это буква N, и тогда она будет читаться как «нь». При этом в португальском для получения того же звука используется сочетание nh, а для звука «ль» будет использоваться сочетание lh, которое проблематично будет встретить в испанском тексте.

Но это мы обсудили различия на письме, а с произношением все гораздо хитрее, потому что разница в произношении между европейским португальским и бразильским португальским довольно заметна, так что сначала сосредоточимся именно на этом.

Начнем с гласных. Все эти разговоры о том, что португальский многим напоминает по звучанию русский, во многом связаны с тем, как себя ведут безударные гласные в португальском. Особенно это касается европейского варианта, где редукция гласных значительно сильнее и где даже появляется «ы» – да, такой же звук, как и в русском. Так что в Португалии вопрос «почему» – это /'pɔɾ.tu.ɡi/ (porque), а в Бразилии это /pɔɾ.tu.'ke/ (por que). Они еще и пишутся по-разному в Португалии и в Бразилии, и в зависимости от ситуации.

Немного о том, в каких случаях происходит редукция. Рассмотрим ее на примере имени Роналду. В европейском португальском страшно редуцируются абсолютно все безударные гласные, и, если они могут уйти в ноль, то они уходят в ноль, так что по сути четко звучит только ударный слог – Ronaldo. Бразильцы, естественно, бывают разные, но в большинстве случаев они не такие; они будут четче произносить безударные слоги, в которых в середине слова характер гласных может лишь немного поменяться, при этом только в конце слова е будет превращаться в i, а о будет переходить в u – Ronaldu.

Следовательно, вопрос: а почему тогда бразильского футболиста мы записываем как Роналдо, а португальского – как Роналду, если на конце звук «у» в обоих вариантах? Ответ: традиция, видимо, такая писать бразильцев с «о» на конце, игнорируя при этом и реальное произношение этих имен в Бразилии, и правила португальско-русской практической транскрипции. И такая ситуация не только с футболистами, Пауло Коэльо тоже по-хорошему должен был быть Паулу Коэлью...

Но вернемся к футболистам вообще и к Криштиану Роналду в частности, потому что у него в имени есть еще одна хитрая ловушка, связанная с произношением гласных. Почему-то буква A перед N или M читается не как «а», а как [ɐ] или даже как [ə]: Cristi[ə]no Ronaldo. Это справедливо как для европейского, так и для бразильского варианта.

Произношение согласных в двух основных вариантах португальского тоже имеет свои особенности. Буквы *z* и *s* на конце слогов в Португалии читаются как [ʒ] (*cruz, olhos*), и, так как буква *s* на конце слова встречается довольно часто, то и обилие звука «ш» в европейском португальском будет чувствоваться очень здорово: (*Eles estavam interessados em novas rotas marítimas.*). В Бразилии в этих местах будет звук «с», хотя это справедливо и не для всех регионов Бразилии; например, в Рио-де-Жанейро все-таки будет «ш».

А вот что распространено в Бразилии почти повсеместно, так это переход *d* и *t* в «джь» и «чь» перед гласным *i*, который может обозначаться и буквой *e*, если это безударный слог на конце слова. Сравните европейское португальское /si.'ða.ði/ и бразильское португальское /si.'da.d̃zi/.

Наконец, буква *R* читается как /ʁ/ в начале слова, после *l*, *n* или *s*, а также если она стоит удвоенная – сравните слова *caro* и *carro*. Но в бразильском варианте к этому правилу еще добавляется пара пунктов: /ʁ/ будет на конце слога, как в слове *quarto*, ну а сам этот звук может не просто оглушаться без видимой причины, превращаясь в [χ], но и вообще переходить в самый настоящий [x], который есть в русском языке. Так что не удивляйтесь, когда жители Рио-де-Жанейро будут произносить первую часть названия своего города как Хиу.

А еще португальский *s* с русским сближает звук [ʃ], который явно отличается от того, что мы привыкли видеть в других романских языках. Тут тоже есть региональные особенности произношения: на конце слога португальцы точно его произнесут (*Portugal*), а бразильцы передают пламенный привет полякам, потому что у них тоже *l* перешло в [w] (*Brasil*). И да на севере и в центре страны между гласными /b/, /d/ и /g/ ослабевают, превращаясь в [β], [ð] и [ɣ] – да-да, прямо как в испанском.

Вернемся к гласным, нам надо теперь попробовать научиться читать все эти буквы с черточками, крышечками и волнами наверху. Возьмем для примера слова «бабушка» и «дедушка», которые звучат как *avó* и *avô*. Черточка указывает на ударение и на более открытый звук (*avó*), крышечка – на ударение и на более закрытый звук (*avô*). Так же и *E* с крышечкой превращается в «е» (*português*), а вот *A* с крышечкой становится хитрым звуком [ɐ] (*Ucrânia*). Да, это официальное название Украины на португальском, где почему-то идет *I* после *N*, а не наоборот. Кстати, по-португальски «в Украине» – это *na Ucrânia*, так что получается, что правильно «в», но написанное как *na*.

В португальском есть носовые гласные, и их так много, что французы грызут ногти от зависти. Есть пять простых носовых гласных звуков, даже *u* можно сделать носовым. Потом есть носовые дифтонги, самый популярный из которых – дифтонг *ao*: *colonização, integração, ilusão* и прочие слова, о значении которых можно догадаться и без знания португальского. Для обозначения носовых гласных не обязательно рисовать волны над буквами – буквы *M* и *N* после гласной тоже укажут на то, что гласный звук должен быть носовым; прекрасным примером тут послужит слово *também*. Еще есть шесть слов-

исключений, где есть носовой дифтонг *ui*, но на письме ничто не указывает на это.

В целом, испанская орфография значительно понятнее и легче португальской. Уж очень много в португальской орфографии неоднозначностей, которые не позволяют сразу понять, как читать слово. Например, буква *X* может читаться как [ʃ], [ks] или [z], да и в словах вроде *cinquenta* никто теперь не ставит две точки над буквой *U*, чтобы показать, что здесь чтение немного не такое как в слове *quente*.

Но сейчас мы посмотрим, что носители португальского делают со своей грамматикой, там тоже немало странностей.

### Грамматика

Давным-давно в португальском система местоимений выглядела вот так (рис. 1):



Рис. 1. Местоимения

Нас сейчас особо интересует второе лицо, где было *tu* для единственного числа и *vós* для множественного числа. Но было еще и уважительное обращение, что-то наподобие сочетания «ваше благородие», которое сначала выглядело как *vossa mercê*, потом как *vossemecê*, потом как *vosmecê*, и в итоге сократилось до *vosê*. А потом у этого *vosê* появилось еще и множественное число: *vosês*. Но *voces* стали использовать в Португалии настолько часто, что оно почти вытеснило *vós*; лишь на севере Португалии можно услышать это местоимение в живой речи.

В Бразилии же рассказ о распределении местоимений второго лица может очень сильно затянуться, так что лучше просто выделить несколько основных моментов:

- никто в Бразилии не использует *vós*; во множественном числе будет либо *vosês*, либо *os senhores, as senhoras* при вежливом обращении;
- *tu* используется не везде и не всегда, а если и используется, то при нем будет форма глагола не 2-го лица, а 3-го лица (то есть не *tu cantas* как в Португалии, а *tu canta*). Если что, *vosê* тоже требует после себя формы 3-го



лица, что вполне логично, учитывая историю этого местоимения – просто сопоставьте это с русской фразой «ваше благородие поет»;

– все-таки чаще бразильцы для обозначения второго лица единственного числа будут использовать именно *vosê* или же *o senhor, a senhora* при вежливом обращении. *Tu* в Бразилии может не использоваться вообще, может быть взаимозаменяемым с *vosê*, а может нести и оттенок немного большей близости, чем *voce*, что делает данную систему вежливости такой же трехступенчатой, как ракета-носитель «Союз».

Все это зависит от региона. Как и другие западно-романские языки, португальский балуется слиянием предлогов с артиклями. Получается весьма лаконично: *de + o = do, de + a = da, em + o = no, em + a = na* и так далее. Но потом оказывается, что португальские предлоги можно даже с местоимениями объединять: *em + este = neste, em + outro = noutro, de + ele = dele*. Испанцам и итальянцам у себя в языках такие вещи делать не дозволено [4].

В глагольной системе у португальского ожидаемо много сходства с испанским. Например, тут те же два глагола «быть», *ser* и *estar*. Сразу к примерам: *ele está triste* – «он грустный (в смысле грустный сейчас)», *ele é triste* – «он грустный (в смысле грустный всегда по жизни, вот такой вот человек)».

Времен тут большое количество, и будущее время тут выглядит очень похоже на то, как оно выглядит в родственных португальскому языках. Вот есть глагол *mostrar* (показывать), и от него можно образовать формы будущего времени *mostrarei, mostrarás, mostrará* и так далее. А дальше фокус: если дополнение выражено личным местоимением, как в предложении «я покажу тебе», то это местоимение можно поставить прямо между основой будущего времени и окончанием. То есть «я покажу тебе» – это не *te mostrar-ei* (хотя так в принципе тоже можно), а *mostrar-te-ei*.

Вернемся к различиям между европейским и бразильским вариантами. Португальцы и бразильцы так и не пришли к единому мнению насчет того, как же выражать продолжительность действия. Понятно, что через глагол *estar*, но только что ставить после него? Например, фраза «она поет» в Бразилии будет звучать *ela está cantando* (то есть тут будет причастие герундий), а в Португалии будет уже *ela está a cantar* (то есть с использованием инфинитива). И кстати про инфинитив – он спрягается! Да, в романских языках это прямо категорически редкое явление.

Но теперь надо бы понять, как это разумно использовать. Возьмем для начала фразу *É melhor voltar*, которая переводится как «Лучше вернуться». Мы можем указать, кому именно лучше вернуться, как раз-таки спрягая инфинитив глагола *voltar*: *É melhor voltarmos* – нам лучше вернуться, *É melhor voltarem* – им лучше вернуться. Еще одна ситуация, когда нам понадобится изменение инфинитива по лицам, это когда нам попадаются предложения типа «я слышал, как они вернулись». В португальском эта фраза будет выглядеть просто как *Ouvi voltarem*, и больше ничего не нужно.

## Лексика

Если, опять же, сравнивать португальский с испанским, то в португальском будет меньше слов арабского происхождения. Да, предлог *até* происходит от того же арабского слова *ḥattā*, что и испанский предлог *hasta*, но в остальных случаях в португальском будет больше романской лексики, чем арабской. Например, ковер по-испански *alfombra*, а по-португальски *tapete*. Но так как до арабов по Пиренейскому полуострову бегали еще и германские племена, в португальском отпечатались и такие слова как *branco* и *ganso*.

Посмотрим на то, насколько сильно отличаются португальские слова от своих латинских предков. Понятно, что результатов подобных великой французской эволюции мы тут не увидим, но пара занятных моментов все-таки есть. Например, слова *geral*, *essoa* и *mezinha*, где просто исчезли некоторые согласные. Бывают и занятные преобразования: так, латинское *plicare* в современном португальском выглядит как *chegar*, а латинское *ecclesia* превратилось в *igreja*.

## Библиографический список

1. Португальский язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 07.10.2023)
2. Португальский язык – происхождение и отличительные особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nativespeakers.ru/languages/portlang/> (дата обращения: 09.10.2023)
3. Развитие португальского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smartuz.com/blog/razvitie-portugalskogo-yazyka> (дата обращения: 09.10.2023).
4. Белякова Е.И. Португальский язык. Самоучитель для начинающих. – М.: АСТ ПРЕСС КНИГА, 2014. – 344 с.

© Шаяхметова С.Д., 2023

## СЕКЦИЯ 7.12. СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ЗНАНИЯ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

УДК 930 (470.57)

Е.А. БЕЗРУКОВ

*filimonov.ma@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р ист. наук, проф. М.А. ФИЛИМОНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

### ИСТОРИЯ УФИМСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы истории возникновения и развития Уфимского района и административно-территориальных образований, бывших на территории современного Уфимского района до 1930 года, современное состояние промышленности района.

*Ключевые слова:* Уфимский район, Уфа, Башкортостан.

На всем протяжении истории Башкортостана, вошедшего в состав России в 1557 г., административно-территориальное разделение прилегающих к Уфе территорий многократно изменялось.

До появления Уфы на территории современного Уфимского района находились Казанская и, частично, Ногайская дороги. Здесь под словом «дорога» подразумевается территориальная единица. После строительства Уфимской крепости в 1574 г., современная территория Уфимского района относилась к административно-территориальным образованиям, центром которых являлась Уфа. Большую часть времени, одним из таких образований был Уфимский уезд.

Впервые он был образован в конце XVI века. В него вошли Казанская, Ногайская, Осинская и Сибирская дороги. Однако в начале 18 века, в ходе административно-территориальных реформ, Уфимской уезд был преобразован в Уфимскую провинцию.

По различным данным Уфимская провинция была образована в 1712, 1715 или 1719 г. в составе Казанской губернии. С 1728 г. провинция стала самостоятельной территорией с особым статусом в ведении Сената. В 1744 г., с образованием Оренбургской губернии, Уфимская провинция вошла в состав этой губернии и южная ее часть отошла к Оренбургской провинции.

После того, как Уфимская провинция была упразднена в 1781 г., Уфимский уезд был образован вновь в составе Уфимского наместничества.

Его площадь составила 18 672,2 кв. км, население – 61 285 человек. Уфимское наместничество просуществовало до 1796 года. После этого Уфимский уезд вошел в состав Оренбургской губернии. С 1865 г. Уфимский уезд стал уездом Уфимской губернии.

В 1922 г. Уфимский уезд и губерния были упразднены. Была образована Башкирская АССР, в которую вошла современная территория Уфимского района. Республика делилась на 8 кантонов, в числе которых был Уфимский кантон. Также Уфа стала столицей БАССР.

Уфимский район был образован 20 августа 1930 г. Площадь района составляла 1 598 кв. км, население в 1939 г. было 64 574 человека.

Сейчас район располагается в центре Республики Башкортостан, вокруг города Уфы (но не включает сам город). В 2000 г. в районе находились 19 сельских советов и 88 населенных пунктов.

Дальше представлены основные события, связанные с изменениями, коснувшимися сельских и поселковых советов Уфимского района:

- в 1940 г. Вольно-Сухаревский сельсовет перечислен из Кушнарековского района в Уфимский район;

- в 1944 г. Дема включена в город Уфу и Демский поссовет ликвидирован;

- в 1950-е гг. сельсовет Федоровский вошел в состав Нагаевского;

- к 1952 г. появился Шакшинский поссовет, точную дату появления не удалось выяснить;

- в 1960 г. Чесноковские и Осоргинский сельсоветы объединены в Зубовский сельсовет;

- в 1963 г. Шакшинский поссовет передан в подчинение Нуримановскому промышленному району, но в 1965 г. вернулся в состав Уфимского района;

- в 1966 г. выделен Таптыковский сельсовет из Зубовского сельсовета;

- к 1969 г. вновь образован Федоровский сельсовет из Нагаевского сельсовета;

- в 1980 г. Шакшинский поссовет вошел в состав Уфы;

- в 1991 г. образован Алексеевский сельсовет;

- в 1992 г. Чесноковский сельсовет выделен из Зубовского сельсовета, Нагаевский и Федоровский сельсоветы включены в состав Уфы;

- в 1998 г. выделен Ольховский сельсовет из Булгаковского сельсовета.

Это далеко не все изменения, но найти информацию об этих изменениях сложно, и перечислять все изменения не имеет смысла.

Если же посмотреть на статистику населенных пунктов, видны следующие закономерности: количество с/с и п/с уменьшилось с 26 до 13 в 1950-х гг., но возросло до 19 к 2001 г., после чего не менялось. Количество населенных пунктов постепенно уменьшалось с 231 в 1939 г. до 88 в 2001 г., после чего стабилизировалось и сейчас составляет 89.

Население Уфимского района сначала постепенно уменьшалось, с 64 574 человек в 1939 г. до 55 800 человек в 2002 г., а после стало стремительно увеличиваться и к 2023 г. составило 114 453 человек. Этот прирост обусловлен, в основном, миграцией.

Важнейшая отрасль промышленности, в которой сегодня работают предприятия Уфимского района – сельское хозяйство. Район входит в тройку лидеров в этой отрасли в РБ. Площадь сельскохозяйственных угодий Уфимского района – 110 700 га, что составляет 69% общей площади. В эту площадь входит пашня – 77 000 га, сенокосы – 10 500 га, пастбища – 22 900 га.

Самые важные предприятия:

– Совхоз «Алексеевский» – одно из крупнейших тепличных хозяйств в России. Сейчас совхоз имеет 7 263 га земли, в том числе 4 720 га пашни, 78 га занимает тепличный комбинат, площадь самих теплиц – 24 га. Отличительной особенностью этого совхоза является тот факт, что он сам обеспечивает себя всем комплексом процессов, вплоть до продажи готовой продукции через собственную сеть фирменной торговли.

– Птицефабрика «Башкирская», расположенная возле села Авдон – одна из крупнейших в России фабрик по производству яиц (марки «Авдон»), продуктов на основе яиц и мяса «Халяль». Производит более 780 млн яиц в год, среднее поголовье птицы – 3,7 млн голов.

– Уфимская птицефабрика – птицефабрика, находящаяся около с. Дмитриевка. Специализируется на выращивании цыплят-бройлеров. Имеет 219 га сельскохозяйственных угодий, поголовье бройлеров составило 656,9 тыс., производство мяса – 10 361,4 тонн.

– НГДУ Уфанефть – нефтегазодобывающее управление. Основано в 1964 г. в составе объединения «Башнефть». Имеет 3 389 пробуренных скважин. В 2004 г. было добыто 642 тыс. тонн нефти.

– Санаторий «Юматово». Открыт в 1934 г. в 5 км от железнодорожной станции Юматово. Основные лечебные факторы: климат, кумыс, минеральная вода «Юматовская». Имеется кумысная мастерская с микробиологической лабораторией. Награжден золотыми медалями на Всероссийских форумах «Здравница».

### **Библиографический список**

1. Башкирская АССР. Административно-территориальное деление на 1 июня 1952 года / отв. ред. А. Денисов. – Уфа: Башкирское книжное издательство, 1953. – 496 с.

2. Башкирская энциклопедия. В 7 т. / гл. редактор М.А. Ильгамов. Т. 2: В – Ж. Уфа: Башкирская энциклопедия, 2006. – 624 с.

3. Башкирская энциклопедия. В 7 т. Т. 5. П – Советы / гл. редактор М.А. Ильгамов. – Уфа: Башк. энцикл., 2009. – 576 с.

4. Башкирская энциклопедия. В 7 т. Т. 6. Советы народного хозяйства – У / гл. редактор М.А. Ильгамов. – Уфа : Башк. энцикл., 2010. – 544 с.

5. Наш дом – земля уфимская / авт.-сост.: Л.М. Савенко, В.В. Аристархов, Н.Н. Олейник. – Уфа: Издательство «Лето», 2000. – 152 с.

© Безруков Е.А., 2023

А.А. ВАГАПОВ

*aslyam.vagapuz@gmail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Н.А. АБУЗАРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПОИСК СМЫСЛА ЖИЗНИ (ПО КНИГЕ ВИКТОРА ФРАНКЛА СКАЗАТЬ ЖИЗНИ ДА!)**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы смысла жизни, истории рассмотрения смысла жизни, парадигмы преמודерна, модерна, постмодерна, метомодерна. Раскрывается содержание теории логотерапии В. Франкла и его помощь в нахождении смысла жизни.

*Ключевые слова:* смысл жизни; парадигма; преמודерн; модерн; постмодерн; метамодерн; логотерапия.

Во-первых, индивидуум обладает интеллектом и возможностью для самоанализа, что дает возможность задуматься о своем бытии. Сущность жизни помогает нам узнать, что делает нашу жизнь ценной и важной, и дает направление для принятия решений и поиска счастья.

Во-вторых, вопрос о назначении жизни связан с поиском целей и источников мотивации. Когда мы осознаем свою миссию и цели, мы обычно чувствуем себя более удовлетворенными и направленными, так как имеем ясное понимание того, зачем мы живем и что хотим достичь. Вопрос о смысле жизни, в одной или другой форме, возникает перед каждым человеком, если он хоть как-то развился в качестве личности. Обычно такие вопросы возникают в юности, когда молодой человек ищет свое место в жизни. Однако, порой приходится задумываться о назначении жизни и в зрелом возрасте и перед смертью. Это не всегда простое столкновение одного человека с самим собой как частью огромного и бесконечного мира. Страшно осознавать бесконечность внутри себя - и страшно не замечать ее. Это огромная ответственность, которая может вызвать либо гордость, либо отчаяние. Размышление о назначении жизни необходимо для каждого человека, без него мы не можем стать полноценными личностями.

Преמודерн, модерн, постмодерн – это разные парадигмы мышления. Парадигма представляет собой мировоззрение или коллективное представление о мироустройстве. У разных стран и в разных эпохах, у разных людей оно разное. Но их что-то объединяло. Глобальных эпох в культуре всего три:

- преמודерн – традиционном обществе;
- модерн – в обществе индустриальном;
- постмодерн – в мире масс культуры и интернета (постиндустриальном).

Примерно до XV века все жили в эпоху преמודерна и мыслили очень похожими шаблонами. Например, в Древнем Египте в центре мировоззрения у рабов, крестьян и даже Фараона стояли идентичные боги. То же самое происходило и у других стран, например, для кого-то это был Зевс, для другого Христос, для третьего Будда. Простые смертные богов не выбирали, они верили в тех же богов, в которых верили их отцы и деды. Но верили они не метафорически, а буквально. Все было пронизано Богом. Бог вообще создал весь и мир, а затем явился к людям чтобы рассказать правила игры. Человек живет в сакральном мире, руководствуясь религиозными ценностями. Общественные отношения имеют сословную структуру, то есть строгую иерархию. Во властных отношениях в центре внимания отношения правителя и его подданных, его авторитет играет решающую роль. В древности парень из трущоб не мог стать миллионером. Узнать, что где-то живут другие люди, которые верят в других богов, было почти невозможно для большинства людей. Такой тип жизни напрямую влиял на мышление преמודерна. Самой концепции будущего как постоянного развития не было. Для этой парадигмы смыслом жизни было следование Божьей воле.

В XV веке мир начинает стремительно меняться. Европейцы открывают Америку, Коперник окончательно убеждает общество, что Земля движется вокруг Солнца, а не наоборот. Начинают издаваться книги, люди начинают осознавать, что интересно читать не только о богах, но о обычных людях. Наука открывает все больше и больше. С XVIII-го века начинается промышленная революция, происходит городское развитие. Человек переходит к новому типу мышления – модернизм (от слова современность). Теперь не Бог должен привести человека в рай, а наука и разум. В искусстве появляются новые жанры: импрессионизм, кубизм, футуризм и так далее. Весь мир в модернизме - это большой механизм, любую задачу можно решить. Появляются глобальные идеологии, которые утверждают, что научным путем нашли способ идеальной организации общества. Смыслом жизни для этой парадигмы является познание мира и удовлетворение человеческих потребностей.

Переход к постмодернизму начался в XIX–XX веках. Различные точки зрения имеют право на существование. Личность не определяется «объективными» факторами, такими как пол или национальность, а сама создает свои идентичности и самоидентификации. Универсальной истины не существует. Искусство постмодерна не создает новых великих смыслов, а скорее деконструирует уже существующие. Постмодернизм фокусируется на виртуальном мире, который состоит из образов и символов, представленных в массовых СМИ. Это особенно ярко выражено в социальных сетях, где люди могут быть теми, кем хотят. Однако кризис постмодерна заключается в том, что люди начинают скучать по чему-то разумному, доброму и вечному, такому как цель жизни. Людям не хватает какой-то ценности в жизни. Суть этой парадигмы заключается в том, что смысла жизни нет, каждый должен его

придумать сам. Именно эта ситуация делает проблему поиска смысла жизни актуальной: как найти универсальную ценность, как найти смысл жизни?

Метамодерн хочет преодолеть цинизм постмодерна и утвердить новую искренность. Суть метамодерна: теперь не важно, что ты делаешь, важно, что ты делаешь это искренне. Получается, метамодерн – это некий маятник между постмодерном и модерном, только со взглядом в будущее, а не в прошлое. По сути метамодерн – это новая искренность. Насилие недопустимо.

Виктор Франкл (26 марта 1905 – 2 сентября 1997) был австрийским психиатром еврейского происхождения, прославившимся своей концепцией логотерапии, которая утверждает, что поиск смысла жизни является основной мотивацией человека. Логотерапия входит в рамки гуманистической и экзистенциальной психологии. Существуют события, которые заставляют нас потерять дар речи, и фотографии из лагерей смерти относятся к таким событиям. Там царило бесчеловечие и жестокость, каждый день заключенные сталкивались с несчастьями и унижениями. Однако, как отмечает Франкл, даже в таких экстремальных условиях можно найти смысл жизни. Он разработал свою теорию логотерапии на основе собственного опыта и наблюдений, которая помогала пациентам преодолевать депрессию и панические атаки.

Во время первых дней после прибытия в лагерь большинство заключенных находилось в состоянии потрясения. Многие искали хотя бы малейший повод для надежды. Люди находили разные подтверждения тому, что все это - просто неприятное недоразумение, и скоро они вернутся домой, к своим семьям. Со временем шок сменялся преимущественно тяжелым равнодушием. Равнодушие – это защитная реакция психики человека. Благодаря определенной эмоциональной отупелости (апатия) заключенные избежали попадания в плен своих чувств, не потеряли способность к действию и смогли сосредоточиться на выживании. Разница между теми, кто страдал от первоначального шока, и теми, кто погрузился в равнодушие, стала особенно очевидной, когда началась эпидемия (вспышка тифа). Первые в отчаянии плакали и надеялись, что хотя бы сейчас что-то изменится к лучшему. Вторые, в свою очередь, снимали с умерших одежду, обувь и брали их еду. Как получилось, что многие выжившие узники концлагерей сохранили свое психическое здоровье и смогли жить полноценной жизнью в будущем? Одним из основных стратегических подходов было сосредоточение на своей внутренней жизни. Нацисты могли лишить людей всего, но не могли запретить им мыслить о прекрасном. Еще одним способом сбежать от мрачной действительности был юмор. Естественно, все заключенные были до предела истощены физически, запуганы и измучены страданиями. Поэтому особенно ценилось, когда кто-то находил в себе силы сказать что-то, что вызывало улыбку.

Казалось бы, повседневное дело – принимать решения. Мы привыкли все решать сами. Тот, кто не позволяет нам это делать, лишает нас части нашей индивидуальности. В лагере также были определенные возможности для принятия решений, которые оставались во власти заключенных. Можно назвать и две



взаимоисключающие стратегии относительно того, что делать с этими свободами. Первая стратегия: избегать любых ситуаций, в которых необходимо принимать решение. В конце концов, неправильный выбор мог привести к гибели. Поэтому многие заключенные старались вести себя как можно незаметнее и не брать на себя никаких решений. Они не видели смысла в том, чтобы бороться за улучшение своего положения, они отдали себя на произвол судьбы. Вторая стратегия была противоположной первой. Последователи этой стратегии считали возможность принимать даже маленькие решения символом оставшейся у них свободы и независимости. Они соглашались на переводы в другие лагеря, брали на себя дополнительные обязанности. Они использовали любые возможности, которые предоставляли им надзиратели, чтобы принимать и осуществлять решения. Некоторые решили придерживаться высоких моральных принципов, несмотря на жестокость окружающей среды. Такие индивидуумы передавали часть своего пищевого запаса больным товарищам – даже если они сами испытывали голод.

Как уже отмечалось выше, Виктор Франкл разработал теорию логотерапии на основе своего опыта в разных лагерях после освобождения. Он отметил, что заключенные, которые находили смысл в своей жизни, лучше справлялись с трудностями, чем те, кто уже сдался. Смысл жизни дает человеку силы радоваться, надеяться и верить в будущее. Поэтому у таких заключенных было больше сил, они были более устойчивыми. Франкл пришел к выводу, что смысл жизни – это наша наиболее важная мотивация. Это подтверждают и последующие исследования. Например, 78% студентов Университета Джона Хопкинса назвали ощущение имеющей смысл и конечной цели жизни самым важным в своей жизни. Люди, которые считают свою жизнь бессмысленной, находятся в экзистенциальном вакууме. Это часто происходит, когда человек не может жить в соответствии со своими ценностями. Многие люди периодически страдают от таких расстройств. Например, когда мы работаем целую неделю и, наконец, можем отдохнуть в воскресенье, мы задаем себе вопрос: зачем я это все делаю? Если ответа нет, это может привести к депрессии и другим психологическим проблемам.

Цель логотерапии – помочь людям найти смысл жизни и спасти их от «экзистенциального вакуума» и его последствий.

Для достижения силы и счастья необходимо осознать смысл своей жизни. Это задача не простая, и многие люди считают, что нужно понимать ее до принятия решений. Однако логотерапия утверждает, что наши решения влияют на смысл жизни. Заключенные в концлагерях находили свой смысл жизни в маленьких решениях, таких как помощь больным товарищам или наблюдение за птичками. Это позволяло им сохранять свои ценности и быть самостоятельными. Чтобы быть психически стабильными и сильными, нам нужно понять, какие поступки придают смысл нашей жизни.

#### **Библиографический список**

1. <https://www.youtube.com/watch?v=NX-ZJ-d27Fc>.
2. <https://studfile.net/preview/9312879/page:3/>.
3. <https://studfile.net/preview/1360716/>.
4. <http://polezner.ru/viktor-frankl-skazat-zhizni-da-kratkoe-soderzhanie-knigi/>.

© Вагапов А.А., 2023

УДК 930 (470.57)

А.Р. ДАВЛЕТБАЕВ  
*princalbert1903@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р ист. наук, проф. М.А. ФИЛИМОНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РОДИНА Б.И. НИКОЛАЕВСКОГО ИЛИ БЕЛЕБЕЙ ВЕК НАЗАД**

*Аннотация.* в статье рассматриваются вопросы, связанные с биографией Б.И. Николаевского и историей его родного города Белебей.

*Ключевые слова:* биография, жизнь, деятельность, родной дом, Белебей, город, история.

Борис Иванович Николаевский (7 октября 1887 г., Белебей – 22 февраля 1966 г., Менло-Парк, Калифорния) – политический деятель и историк. Также известен как Н. Борисов, Б. Иванов, В.И. Николаев и др.

Б.И. Николаевский родился в Белебее, в семье священника Ивана Михайловича Николаевского и его жены Евдокии Павловны. Родители Бориса познакомились в Орловской губернии во время церковной службы, где у них и завязался роман. В детстве Иван потерял своего отца, после чего его мать осталась одна с малышами. Дети пошли в духовные учебные заведения, куда были взяты на казенный счет. Евдокия же тогда не имела полного образования. Иван окончил духовную семинарию в 1870 году и отправился в Уфу, где был принят в Уфимскую епархию и рукоположен священником Уфимским и Мензелинским преосвященным Дионисием. Он был назначен на приход в Белебей, где и родился впоследствии Борис. Обряд крещения сына прошел 18 октября 1887 года. Всего в семье было 7 детей.

По воспоминаниям Бориса, его отец был очень добрым человеком. Иван искренне верил в православную традицию и учил детей сочувствию к бедным. Борис хорошо запомнил голод зимой 1891–1892 годов, когда его родители открыли столовую и раздавали обеды голодным. В семье очень любили читать. В домашней библиотеке Иван хранил религиозные книги и полное собрание сочинений К.Д. Ушинского. Борис рано научился читать. Первыми его произведениями были книги «Природа и люди», «Живописная астрономия» и «Вокруг света».

Борис получил начальное образование в Белебеевском городском училище в 1894 году в возрасте семи лет. В 1898 году, когда ему было 11 лет, он поступил в Самарскую гимназию. А уже в 1899 году в возрасте 12 лет Борис потерял своего отца.

Шли года. Бориса несколько раз арестовывали и высылали. В то время он публиковался в меньшевистских изданиях. К Первой мировой войне был членом группы под руководством Ираклия Церетели. На I Всероссийском

съезде Советов рабочих и солдатских депутатов в июне 1917 года Бориса избрали членом ВЦИК. В 1918 году он представлял меньшевистский ЦК в Поволжье и на Урале, в 1919 – в Сибири. Вернувшись в Москву, призывал народ к совместной борьбе против Колчака и большевиков.

Работал в историко-революционном архиве и в журнале «Былое». В 1921 году был арестован и после 11 месяцев заключения изгнан за границу в обмен на убежище в Вятке. С 1922 года стал жить в Берлине. Работал редактором журнала «Летописи Революции». Печатался в изданиях «Новая русская книга», «На чужой стороне» и «Голос минувшего на чужой стороне». Представлял Русский исторический архив в Праге и работал в Берлине. С декабря 1924 года по 1931 год был зарубежным представителем Института Маркса-Энгельса в Москве.

В феврале 1932 года он был лишен гражданства. В 1933 году переехал в Париж, где руководил Амстердамским отделением Института социальной истории. В 1940 году эмигрировал в США, где работал редактором «Нового журнала», «Нового русского языка» и «Народной правды». В 1963 году продал Гуверовскому институту войны и мира свой архив революционной истории.

С 1919 по 1921 год Николаевский заведовал Революционным архивом в Москве, где он опубликовал книги по истории революционных движений в России и Европе. Однако его интересы выходили за рамки социал-демократии. Николаевский оставил после себя более 800 коробок со старыми документами. Сейчас они хранятся в Гуверовском институте.

Борис умер от сердечного приступа и был похоронен в Менло-Парке г. Калифорния (США). Его вклад в российскую историю заключался в сборе и сохранении для потомков ценных архивных материалов 1917 года.

Последние минуты своей жизни Борис Иванович Николаевский провел вдали от своего родного края. Однако же он всегда вспоминал Белебей с теплом. Тогда это был совсем другой город. В конце XIX века Белебей представлял собой большую деревню с населением 3000 человек, где проживали русские, татары, башкиры и чуваша. Жители занимались хлебопечением, земледелием, торговлей, виноделием и мыловарением.

Архитектура Белебея была скучной и однообразной. Улицы Большая Уфимская и Коммерческая (ныне Красноармейская и Коммунистическая) были главными улицами того времени. Предположительно, именно на одной из этих улиц, согласно книге Георгия Чернявского «Через века и страны...», жила семья Николаевских. Дело в том, что отец Бориса работал в Кладбищенской церкви, рядом с которой стоял его двухэтажный дом. Опираясь на карту Белебея того времени, можно сделать вывод, что улица Большая Уфимская начиналась именно там, где работал Иван Николаевский. В ту пору на этой улице не было двухэтажных домов, лишь только в самом ее начале располагались два дома. По воспоминаниям Бориса, его семья жила на окраине города, где как раз и находились эти дома. Он писал, что недалеко от них располагалась мечеть, при которой находилось медресе. Если посмотреть на нынешнюю карту Белебея, то можно увидеть татарскую мечеть, которая

находится рядом с тем местом. Также стоит отметить, что Борис в своих записях упоминал богатство территории, на которой проживал. Дело в том, что у его семьи было два сада и огород. Так сказать, свое сельское хозяйство.

Все вышесказанные факты подтверждают то, что двухэтажный дом Николаевских с большим участком земли находился на окраине города. Из этого напрашивается вывод о том, что скорее всего Борис Иванович с семьей проживал по адресу улица Большая Уфимская (Красноармейская), дом 25.

Как уже было сказано ранее, дом Николаевских находился на главной центральной улице города. Именно на Большой Уфимской располагались все городские учреждения. Вдоль улицы находилась гора Долгая, под которой текла маленькая речка Белебеевка. На Большой Уфимской улице в то время еще располагалась лавка купца Дядякина.

За оврагом находится церковь Архангела Михаила, которая была освящена в 1828 году. В 1879 году она была преобразована в Соборную церковь.

Здесь же располагалось здание женской гимназии, построенное в 1896 году. Пройдя через овраг, можно увидеть здание городского училища на улице К. Иванова, которое открыли в 1896 году. Здесь учился Николаевский. Отец Бориса преподавал в этом заведении и был знаком с С. А. Дворжецким – польским педагогом, организовавшим городскую школу в 1886 году.

Рядом с училищем находилась земская больница, где до 1919 года работал выпускник-медик Яков Николаевич Соколов. Семья Николаевских поддерживала связь с белебеевскими врачами. Их дома стояли друг напротив друга. Центральная улица Белебея была названа в честь династии Соколовых.

Дальше на Красноармейской, 118 можно увидеть деревянную мечеть. Недалеко на Собецкой, 23 в 1865 году был построен дом городского главы А. Л. Напаркова. На Коммунистической располагалась гостиница и дом купца Кожевникова. Напротив был тюремный замок, построенный в 1775 году, а за ним находились чайная и читальня, открытые на Слободской улице. На улице Чапаева строился винный склад, который начал функционировать в 1895 году.

### **Библиографический список**

1. Ахмерова, Ф.Д. Пушкин – всегда открытие и всегда тайна... // Ватандаш. – 2000. – № 3. – С. 68–72.
2. Ахмерова, Ф.Д. След земной. – Уфа : Китап, 2008. – 478 с.
3. Белебей от века XVIII к веку XXI / сост. Т.И. Аминев, Д. С. Ахметзянов, П.А. Федин, В.А. Иванов. – Уфа: Уфимский полиграфический комбинат, 2006. – 430 с.
4. Курганов, Д. Историк с мировым именем // Белебеевские известия. – 2004, 11 сентября.
5. Федин, П. Изгнанник // Белебеевские известия. – 2004, 7 декабря.

© Давлетбаев А.Р.

К.С. ЗИВА

*k\_ziva@mail.ru*

Науч. руковод. – Г.А. ТУГУЗБАЕВ

*Уфимский юридический институт МВД России*

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ИНФОРМАЦИОННЫЕ РИСКИ И МЕРЫ ПО ИХ ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается проблема, связанная с обеспечением безопасности информации, содержащей наши личные данные и предложены способы предотвращения таких неприятных ситуаций для наших читателей. Несмотря на то, что доступ к такой информации обычно сложно получить, иногда возникают непредсказуемые обстоятельства, которые могут подвергнуть нас риску.

*Ключевые слова:* влияние; социальные медиа; информационные риски; меры предотвращения.

Существует понятие электронных киберрисков, которые представляют собой возможность столкнуться с кражей личной информации, риском попасть в ситуацию мошенничества в сети, получением спам-рассылок, а также вирусами и шпионскими программами при установке компьютерных игр. Важность компьютерных игр в этом контексте состоит в их способности использовать различные методы распространения и проникновения в компьютеры, включая компакт-диски, локальные сети и другие носители, а также электронную почту через спам и скачивание файлов. Поэтому, даже не подозревая, мы можем оказаться на грани потенциального риска.

В настоящее время специалисты акцентируют внимание на ряде рисков, связанных с использованием интернета детьми и подростками. Они выделяют основные признаки и примеры таких рисков:

1. Контентные риски представляют собой информационные материалы, включающие текстовое содержание, изображения, аудио- и видеофайлы, а также ссылки на сторонние онлайн-ресурсы, которые передаются пользователю путем отправки соответствующих файлов или ссылок со стороны собеседника или знакомого лица.

2. Коммуникационные риски, возникающие при взаимодействии интернет-пользователей через межличностные отношения, включают возможность столкновения с оскорблениями и атаками со стороны других участников сети. Такие риски могут проявляться в форме несанкционированных контактов, киберпреследования и других негативных воздействий. Для достижения подобных целей широко используются различные коммуникационные платформы, такие как онлайн-чаты,

мессенджеры, социальные сети, сайты знакомств, форумы и блоги. Такие ситуации могут создавать опасности и негативные последствия для пользователей, поэтому необходимы защитные меры и стратегии, направленные на предотвращение и управление коммуникационными рисками в интернете.

3. Электронные риски составляют потенциальную возможность попасть под воздействие кражи личной информации, подвергнуться нападению вирусных атак, стать жертвой онлайн-мошенничества, получить массовые нежелательные рассылки и быть подверженным инфильтрации шпионскими программами и другими подобными угрозами. Эти риски возникают вследствие развития информационных и коммуникационных технологий и использования интернета в повседневной жизни. В связи с этим необходимо разрабатывать и применять эффективные меры безопасности в цифровой среде, чтобы минимизировать возможность уязвимостей и защитить себя от потенциальных угроз.

4. В сфере интернет-торговли существуют риски для потребителей, связанные с возможностью оказания недобросовестных действий со стороны продавцов или приобретения низкокачественных товаров. Эти риски выражаются в том, что потребитель может столкнуться с ситуацией, когда он осуществил покупку и перечислил средства, но не получил запрашиваемый товар или услугу, что может привести к финансовым потерям. Кроме того, существует вероятность, что после совершения покупки у покупателя возникают проблемы с возвратом средств, так как связь с организацией, совершившей продажу, может быть прервана.

Давайте рассмотрим основные действия, которые представляют собой информационную угрозу и потребуют научного подхода для анализа:

1. Вторжение в частную жизнь, нарушение конфиденциальности. Связано данной угрозой может случиться в том случае если присутствует слабая защищенность персональных данных, что повышает риск для взлома для злоумышленников, информационных мошенников.

2. Преднамеренный обман. Данная угроза распространяет ложную информацию, тем самым заводит в заблуждения людей.

3. Спам. Это самая распространенная угроза в интернете, с которой каждый сталкивался в социальных сетях, электронных почтах, поэтому для вас это не будет незнакомым. С помощью манипуляции, посредством распространения различной рекламы.

4. Вредоносное программное обеспечение. Кто бы мог подумать, что в вашей информационной системе встроена та самая программа, к которой также могут подобраться мошенники, а вы в этом им поможете сами того не заметив.

Помимо этого, отнесем скачивание программ и приложений в систему. Игры, которые вам интересны, приносят вред вашему компьютеру, данный документ может содержать в себе вирусы, поэтому и здесь мы встречаем обман.

5. Виртуальные преступления. Интересное название, каждый из нас задумался создать аккаунт в той или иной социальной сети не

распространявшую свои данные, только мошенники создают такие аккаунты не афишируя себя, под другими именами и используют их, иногда даже преобладает агрессивное поведение.

6. Область финансовых онлайн транзакций. Данный вид информационной угрозы связан с распространением в сфере виртуальных платежей. Все мы делаем покупки с интернет-магазинов, где привязаны ваши электронные карты и иногда даже паспортные данные. Даже приведу пример из жизненной ситуации, у моей знакомой была привязана карта к программе «Яндекс Такси» и случилось так, что мошенники каким-то непонятным образом смогли взломать ее аккаунт и вызывать такси в другом городе. Она заметила это, когда было уже поздно, поэтому позже расскажу в своей статье как не столкнуться с этим.

7. Кибербуллинг. Это относится к форме психологического воздействия на личность, вторжение в личное пространство. Благодаря информационным технологиям в социальных сетях злоумышленники узнают про человека, потом с помощью унижения и оскорбления запугивают личность или ее близких родственников недостоверной информацией.

8. Перехват паролей является распространенной стратегией получения несанкционированного доступа, с которой сталкиваются многие сотрудники и специалисты по обеспечению информационной безопасности. Эта форма мошенничества включает использование специализированных программных инструментов, которые создают всплывающее окно ввода имени пользователя и пароля на экране монитора. Введенные данные затем перехватываются злоумышленником. Далее может произойти повторное появление окна авторизации, после чего собранные данные передаются перехватчику информации. Таким образом, злоумышленники получают полный доступ к системе с возможностью вносить изменения. Существуют и другие методы перехвата паролей, поэтому рекомендуется использовать шифрование паролей при их передаче.

В данном контексте авторы предлагают проанализировать позитивные характеристики, признаки и аспекты, с которыми связана обеспеченность информационной безопасности:

1. Целостность данных представляет собой возможность информации сохранять свою форму и организацию в процессе хранения и после множественных передач. Внесение изменений в данные, их удаление или дополнение может осуществляться только с согласия владельца или пользователя, обладающего законным доступом к информации.

2. Конфиденциальность представляет собой атрибут, который демонстрирует ограничения в отношении доступа к информационным ресурсам для определенного контингента лиц. Во время ходовых действий и операций изложенная информация становится достоянием лишь для пользователей, включенных в специфические информационные системы, которые успешно прошли идентификацию.

3. Доступность информационных ресурсов подразумевает обеспечение своевременного и беспрепятственного предоставления полномочным пользователям информации, находящейся в общем доступе. Помимо этого, необходимо продолжить мысль о том, что доступность информации является важным фактором для обеспечения информационной грамотности и развития общества в целом.

4. Достоверность описывает степень соответствия информации истинным фактам и реальности. Определение достоверности имеет большое значение в научных исследованиях и академической работе, поскольку это позволяет оценивать точность и достоверность полученных данных. В научном контексте источник информации играет важную роль в определении достоверности, поскольку его авторитетность, экспертиза и репутация могут повлиять на оценку достоверности предоставленных им сведений. Однако, оценка достоверности не является окончательной, и требуется проведение дополнительных исследований, критического анализа и верификации информации для достижения наиболее достоверных результатов.

5. Поддержка и обеспечение информационной безопасности предполагают комплексное осуществление разнообразных мер, направленных на предотвращение, устранение и обнаружение несанкционированного доступа третьих лиц. Наряду с этим, эти меры стремятся защитить информацию от повреждения, блокировки и неправомерного копирования. Целесообразность достижения полноценной и надежной защиты предполагает выполнение всех указанных задач одновременно.

Многие из нас имеют множество аккаунтов в социальных сетях, электронной почте и других онлайн-сервисах. Узнав о попытке взлома одного из этих аккаунтов, возникает неудобство и напряженность. Особенно тревожно, когда активно используется данный аккаунт для общения, покупок и хранения личных фотографий. В случае взлома аккаунта важно минимизировать ущерб, сохранить финансовые ресурсы и данные, защитить друзей от мошенников и попытаться восстановить контроль над аккаунтом. Если возникают проблемы с входом в аккаунт, так как вводимый пароль недействителен, это обычная ситуация, так как злоумышленники первым делом изменяют пароль. Однако, несмотря на это, есть возможность принять несколько мер. Важно правильно определить приоритеты и действовать быстро. Сначала попробуйте сбросить пароль, предполагая, что злоумышленники не успели отключить вашу связанную с аккаунтом электронную почту. Оповестите о взломе как можно больше своих знакомых: позвоните родным или опубликуйте сообщение о взломе в других социальных сетях. Зная о взломе, ваши друзья скорее всего не поведутся на уловки мошенников, если они начнут отправлять им от вашего имени просьбы о срочном переводе денег или другие манипуляции.

Если мошенники добрались до аккаунта в платежной системе или к учетным данным была привязана электронная карта, то позвоните в банк или платежный сервис, чтобы тот заблокировал ваш аккаунт или карту.



Посмотрите внимательно не присылали ли вам сообщения о коде подтверждения, которые привязаны к взломанному аккаунту. Поменяйте в них пароли, как и в тех сервисах, где вы использовали тот же пароль, что и во взломанном аккаунте. В разделе безопасность можно просмотреть сессии и вычислить с какого места заходили в аккаунт, но мошенники могли позаботиться об это заранее и сделать сброс.

Если все-таки удалось получить доступ, смените пароль. Лучшим решением в данный момент это настроить двухфакторную аутентификацию, так как сейчас это возможно. Привяжите к аккаунту свои e-mail и телефон. Она поможет избежать взлома в будущем, потому что мошенники больше не смогут войти в ваш аккаунт без доступа к вашему телефону, даже если разгадают или украдут пароль.

Вернемся к той ситуации, которая случилась с моей знакомой со взломом его аккаунта в мобильном приложении «Яндекс Такси». В таком случае рекомендую привязывать другую карту, не основную и не тем более зарплатную. Не привязывайте зарплатную карту ни к каким платежным сервисам, так как это может быть опасно. Если считаете и этот способ не безопасным, то расплачивайтесь наличными, на мой взгляд это самый простой и безопасный способ.

В заключение хочу сказать, что социальные медиа имеют большое влияние на общество. Они помогают людям общаться друг с другом, получать информацию, создавать сообщества и решать различные проблемы. Однако, социальные медиа также имеют свои недостатки и проблемы, такие как повышение уровня стресса у пользователей. Чтобы уменьшить отрицательное влияние социальных медиа на общество, необходимо принимать меры по защите пользователей. Следует обучать пользователей навыкам критического мышления и распознавания фейковой информации. Обращайте внимание на появления новых обновлений в операционной системе по защите информации. Социальные медиа являются частью нашей жизни. Они будут продолжать развиваться и изменять нашу жизнь, поэтому важно понимать их роль и влияние на общество, чтобы использовать их в нашу пользу и минимизировать возможные негативные последствия.

### **Библиографический список**

1. Белов, П.Г. Управление рисками, системный анализ и моделирование в 3 ч. Часть 3: учебник и практикум для вузов / П.Г. Белов. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 272 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-02609-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/512636> (дата обращения: 27.09.2023).

2. Чехарин, Е.Е. Информационный риск / Е.Е. Чехарин // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2018. – № 3(123). – С. 70–77. – EDN XOSNTN.

3. Нестерова, Д.А. Проблемы социализации информации и ее использования в условиях глобализации социальных медиа / Д.А. Нестерова //

Философия в XXI веке: социально-философские проблемы современной науки и техники: материалы I Международной научно-практической конференции, Москва, Зеленоград – Красноярск, 12 мая 2023 года. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2023. – С. 216–219. – EDN GSGOWO.

4. Хайбуллина, Р.Р. философия социальных сетей / Р.Р. Хайбуллина // Философия в XXI веке: социально-философские проблемы современной науки и техники: материалы I Международной научно-практической конференции, Москва, Зеленоград – Красноярск, 12 мая 2023 года. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2023. – С. 247–251. – EDN MOSTKO.

5. Пахомов, А.С. Информационно-коммуникационные технологии и безопасность: защита данных и кибербезопасность / А.С. Пахомов // Чаяновские чтения – XIX: материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Энгельс, 14 апреля 2023 года. – Саратов: Российский университет кооперации, Поволжский кооперативный институт, 2023. – С. 159–160. – EDN XGCAQN.

© Зива К.С., 2023

Ф.Р. КОКОРЫШКИН

*fedorkoko@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филос. наук, доц. Н.Б. ХИДИЯТОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## КАК «МЫШИНЫЙ РАЙ» СТАЛ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ «АДОМ»

*Аннотация:* что стало причиной вымирания мышей в эксперименте американского ученого? Чем мышиная колония похожа на нынешнее человеческое общество? Как предотвратить вымирание человечества?  
*Ключевые слова:* население; рост; вымирание; общество; неравенство; будущее.

Мне приходилось спорить с людьми о том, каким будет будущее человечества. Когда я приводил пример общества всенародного благосостояния, получал примерно один и тот же аргумент против него: «Мышиный рай». Мир без войн, нищеты и частной собственности – идеальный мир, приведший мышей к вымиранию.

В связи с настолько частым применением данного аргумента, я решил разобраться в этом эксперименте. Правда ли условия эксперимента были настолько корректными и однозначно толкуемыми, как планировали ученые? Какая другая структура общества привела мышей к гибели? Как применить данные, полученные американским ученым, для того, чтобы человечество не постигла та же участь, что и колонию мышей из этого эксперимента?

9 июня 1968 года стартовал эксперимент американского ученого-этолога Джона Кэлхуна под кодовым названием «Вселенная 25». Ученый поместил 4 пары здоровых мышей в идеальные условия: безлимитный запас воды и еды, отсутствие хищников. Но, несмотря на идеальные, с виду, условия, спустя 1600 дней колония вымерла.

Если мыши в данном эксперименте вымерли от отсутствия проблем и «идеальных» условий, то почему они не вымирают во многих тысячах вивариях, где их разводят в промышленных масштабах для медицинских лабораторий? Там тоже создают грызунам максимально благоприятные условия для их размножения. Точно ли в эксперименте американского ученого были созданы райские условия и мыши, правда, вымерли от отсутствия проблем, а не от чего-то еще? Для защиты от хищников ученый построил квадратный вольер со сторонами в 101 дюйм (2,57 метра) и высотой стенок в 54 дюйма (1,37 метра), а также последние 17 дюймов (43 см) стен были сделанные из оцинкованной стали, чтобы мыши не смогли покинуть загон. Каждая стенка была разделена на 4 одинаковых сегмента. Каждый сегмент включал 4 туннеля. Ширина туннеля равнялась 7,6 см. Каждый туннель вел к 4 гнездам. В каждом гнезде самка могла вырастить до 15 мышат. Этого бы хватило для

одновременного рождения 3840 особей. В каждом из сегментов были кормушки и поилки. Одновременно питаться могли 9500 мышей. Одновременный доступ к воде могли иметь 6144 особей. Зимой температуру держали на уровне 20 С, но летом было хуже – температура летом поднималась до 32°С – периодически в плохо вентилируемом «мышинном раю» стояла настоящая жара. В загоне фекалии и трупы вычищали с периодичностью в 4–8 недель. Даже в домашних условиях следует чистить клетку несколько раз в неделю, а более глубокую чистку проводить не реже 1 раза в неделю.

При ближайшем рассмотрении оказывается, что «Вселенная 25» вовсе не была мышинным раем. Большое количество корма, воды и жилья, отсутствие хищников не способствовало безостановочному росту населения. Достигнув численности в 2200 особей, рост сошел на нет. Этому способствовали такие факторы, как антисанитария, несоблюдение температурного режима, нерациональная планировка вольера. Последний фактор способствовал расслоению колонии на 2 неравноправные части. Первые – сильные старые мыши ограничивали доступ других мышей к питанию и ко всем 64 гнездам. Вторые – молодые самцы и самки, выгнанные стариками из гнезд. Перед новым поколением встала первостепенная задача – выжить, не умереть от голода. Неравномерность распределения благ негативно сказалась на росте популяции. Прошлые поколения имели и гнезда, и пищу, но не могли размножаться. Новые, наоборот, имели возможность продолжить род, но из-за неблагоприятных условий эта потребность стала второстепенной.

Но как обстоят дела у человечества? Научно-технический прогресс способствовал росту производительности труда, увеличению объемов и качества создаваемых благ. Объемы пищевой продукции достигли такого количества, что позволили бы нам прокормить все нынешнее население земли. Почему Сомали, где по данным GHI (Global Hunger Index) недоеданием страдает 48,7% населения, является экспортером огромного количества пищевой продукции (данные Массачусетского технологического института на 2020 год): овец и коз (\$87,9 миллиона), крупного рогатого скота (\$43,8 миллиона), рыбы (\$5,44 миллиона), риса (\$165 миллиона), пшеничной и ржаной муки (\$83,6 миллиона)? Улучшение технологий позволило увеличить скорость строительства жилья, улучшить качество и себестоимость. Но даже в нашей стране площадь нераспроданных новостроек по России в 2022 году достигла 66 млн кв. м, или 66% от общего объема нового жилья, хотя (по данным исследования Validata) в стране существует 2,130 млн бездомных. Почему так происходит? Почему нельзя обеспечить кровом и пищей всех нуждающихся? Причиной этому служат нынешние экономические отношения неэквивалентного обмена. Бедные страны продают ресурсы более богатым, взамен покупая товары более высокого передела за большую стоимость. Рабочий получает в виде зарплаты не 100% своего труда, а столько, чтобы хватило для поддержания его работоспособности. Циклическая сущность экономики не дает надежд на счастливое будущее для большинства населения мира. В развитых странах фертильность стремится к единице (фертильность –

среднее арифметическое число рождений на 1 женщину в поколении). Именно в развитых странах можно оценить желание семей заводить ребенка, ведь в этих странах существует развитая медицина, позволяющая сократить нежеланную беременность к минимуму. В России со второй половины восьмидесятых наблюдалось уменьшение фертильности и минимальное значение достигло 1,19 в 1999 году, а сейчас 1,5, находясь на уровне 1992–1993 годов (рис. ).

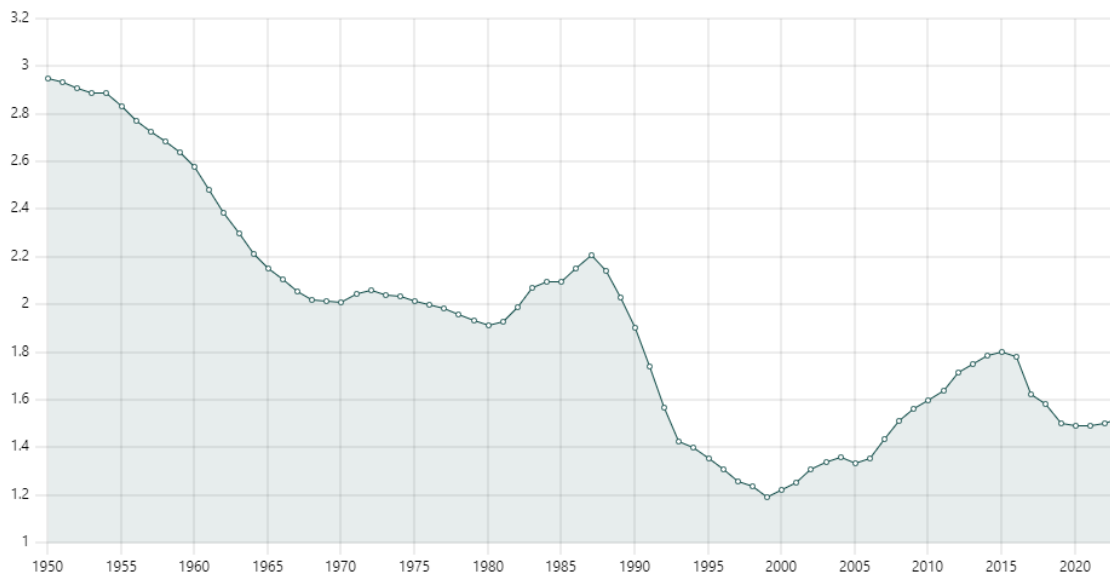


Рис. 1. Фертильность в РФ

Проведя опрос среди обучающихся своего курса, я получил результат, что лишь треть высказал желание завести ребенка в ближайшие 10 лет (рис. 2).

Будете ли вы заводить ребёнка в ближайшие 10 лет?  
56 ответов

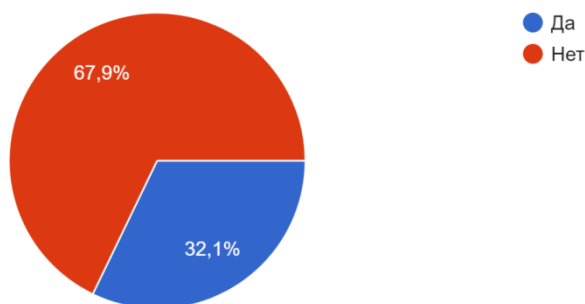


Рис. 2. Результаты опроса

Причинами отказа в основном были: низкий заработок, карьерный рост, выполнение своих желаний и т. п.

Анализируя и обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что рост населения напрямую зависит от качества жизни большинства, которое, в свою очередь, является результатом экономических процессов и состояния. Рост объема и качества благ не поможет, если не работает их распределение среди всего населения: накопление благ в одних точках земли и их полное отсутствие в других. Рост нищеты и голодной смерти – результат неправильной социальной политики, основанной на такой же неправильной экономической системе. Результатом такой политики может стать лишь неминуемое вымирание человечества. Чтобы избежать такого печального для всех нас конца, нужно полностью пересмотреть и перестроить систему экономических отношений. Отказаться от накопления богатств как цели производства. Перебросить силы и средства из мошеннического сектора экономики в реальный. Создать условия для рождения и роста специалистов нового уровня. Направить силы на создание коллективного, а не индивидуалистического общества.

© Кокорышкин Ф.Р., 2023

УДК 930 (470.57)

Б.П. НЕЧАЕВ

*filimonov.ma@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р ист. наук, проф. М.А. ФИЛИМОНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИСТОРИЯ МАОУ «ЛИЦЕЙ № 46 ИМЕНИ ПОЛНОГО КАВАЛЕРА ОРДЕНА СЛАВЫ ЗОТОВА ВИКТОРА НИКИФОРОВИЧА» Г. УФА**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы, связанные с историей Уфимского МАОУ «Лицей № 46 имени полного кавалера ордена Славы Зотова Виктора Никифоровича», с самого его основания по наши дни.

*Ключевые слова:* лицей № 46, Зотов Виктор Никифорович, Ленинский район, Затон, медиацентр.

Лицей № 46 – одно из старейших учебных заведений г. Уфы. На основании справки №76/т от 17 марта 1999 года, выданной Центральным государственным архивом РБ, есть основание считать, что средняя общеобразовательная школа № 46 Ленинского района города Уфы берет свое начало с неполной средней школы № 46, открывшейся 01 сентября 1936 года.

Она располагалась почти на окраине Затона по адресу: улица Юмашева (ныне Ахметова), дом № 268. В ней учились дети, проживающие на улицах Юмашева, Судоремонтная, Шмидта, Чкалова, Малыгина, Металлистов, Камышлинская, Малая Береговая, Челюскина.

В 1936–1937 годах директором школы был Букреев Павел Ефимович. В 1936 году насчитывалось 15 классов-комплектов (с 1 по 7 классы) и обучалось 577 человек.

В школе работали технический, балетный, струнный кружки, а также драматический кружок под названием «Красная косынка» Позднее (в 1937–1940 годах) к ним добавились кружки: литературный, исторический, военный, хоровой, музыкальный, шахматный и кружок затейников. В 1937–1940 годах директором школы работала Шемелина Ирина Васильевна. Занятия в школе проводились в одну смену. Половину территории занимал школьный сад, который учителя разбили вместе с учениками.

Во время Великой Отечественной войны в здании школы с 16 ноября 1941 года по 08 октября 1943 года размещался эвакогоспиталь № 2595, но школа продолжала работать. Уроки проводились в здании школы № 4 и в частных домах. В 1943 году был открыт восьмой класс. В 1945 году школа была преобразована в среднюю, а в 1946 году состоялся первый выпуск 10-го класса, классным руководителем которого была Макарова Е. В.

Годы Великой Отечественной войны стали серьезным испытанием для всего советского народа. Многим учителям пришлось приостановить учебный

процесс, уйдя на фронт на защиту своей Родины. Многие из них получили военные награды и высокие звания. Но большинство не забыло свой профессиональный долг, они продолжили давать знания детям после страшных лет войны.

Букреев Павел Ефимович был первым директором школы № 46 в 1936–1937 учебном году. Его отец был репрессирован в 1937 году, в связи с этим Павел Ефимович был уволен с работы. Был политруком. В июле 1942 года попал в плен, был в концлагере. Освобожден в 1945 году.

Зотов Виктор Никифорович – командир минометного расчета 47-го гвардейского стрелкового полка 15-й гвардейской ордена Ленина дважды Краснознаменной орденов Суворова и Кутузова Харьковско-Пражской стрелковой дивизии 5-й гвардейской армии, один из 29 полных кавалеров, награжденных четырьмя орденами Славы. В 2021 учебном году, 30 апреля, в лицее состоялась торжественная церемония присвоения МАОУ «Лицей № 46» имени полного кавалера ордена Славы Виктора Никифоровича Зотова.

Щурин Масгут Саубанович с первого до последнего дня являлся участником Великой Отечественной войны. В школе № 46 начал работать учителем истории в 1955 году. В 1963–1966 годах был директором школы.

И многие другие учителя были участниками той войны. Ученики так же не оставались в стороне. Совсем молодые, недавно школьники, понимали всю сложившуюся ситуацию, понимали, что Родина нуждается в них.

После эвакуации госпиталя из г. Уфы в 1943 году ученики вновь вернулись в школу и продолжали свою учебу. В 1946 году был издан указ о введении «Аттестата зрелости». Выпускники 1945–1946 учебного года были первыми, получившими аттестат.

В 1966 по инициативе директора Щурина Масгута Саубановича было построено и открыто новое здание школы, что стоит и по сей день по адресу ул. Ахметова, 320.

С середины века школа работала в плановом режиме, сотни учеников проходили через двери родного заведения. Немало так и связало свою жизнь со школой, после последнего звонка уверенно шли учиться на педагогов. Целые династии учителей успели сложиться за время существования родной 46-й школы.

Шли годы, школа развивалась, и в 2009–2010 учебном году подтвердила свой статус, успешно пройдя аккредитацию. Инновационные изменения последних лет легли в основу решения педагогического коллектива об изменении статуса учреждения на лицей. В 2010–2011 учебном году аккредитация по изменению статуса была успешно пройдена, и школа получила статус лицея. В это же время школа стала муниципальным автономным общеобразовательным учреждением.

В 2001 году открылся музей истории школы. Он представляет собой собрание множества экспонатов, связанных с историей развития лицея. В 2003 году музей прошел паспортизацию. В экспозиции представлены фотографии из первых дней жизни Затона, книги о речниках и многое другое. Посетители



знакомятся с такими музейными экспонатами, как конспекты первых учителей школы № 46, уникальные фотографии первых дней учебы в новой школе.

Даже через годы выпускники 46-й не забывают родную школу. Так в дар были переданы классы математики и информатики, оснащенные новейшей аппаратурой и современными материалами для обучения школьников.

02 марта 2023 года в лицее был открыт первый школьный медицентр Ленинского района г. Уфы. Он был создан по инициативе и при поддержке совета старшеклассников. Медицентр позволяет осваивать навыки написания материалов, съемки видеосюжетов о жизни школы и подготовки развлекательных программ для молодого поколения. Идти в ногу со временем – девиз учащихся лицея.

У лицея за 10 лет сменилось два логотипа, которые с гордостью носят школьники на своей форме. У лицея есть также и неофициальный гимн: песня, написанная выпускниками школы, текст которой каждый ученик лицея знает ее с уроков музыки. Музыку гимна написал О. Е. Пустовит, автором текста песни является Л. А. Гудз.

Таким образом, мы узнали, что история лицея началась в 1936 году в качестве неполной средней школы. Во время Великой Отечественной войны не мало учителей и учеников ушли на фронт защищать свою Родину. В 1966 было отстроено новое здание, что находится в использовании до сих пор. В 2010–2011 годах школа прошла аккредитацию и получила звание лицея, в 2020 году лицее присвоено имя ее бывшего директора Зотова Виктора Никифоровича. С момента присвоения звания лицея учебное заведение активно развивается, открываются новые возможности реализации для учеников, улучшаются методы и технологическое оснащение для учебы, идет сохранение исторической памяти, проходят мероприятия, созданные для всестороннего развития учеников.

### **Библиографический список**

1. Башкирская энциклопедия. В 7 т. Т. 3. З–К / гл. ред. М.А. Ильгамов. – Уфа: Башк. энцикл., 2007. – С. 106–107.
2. Подвиги их – бессмертны. – Уфа: Китап, 2000. – С. 358–359.
3. Славные сыны Башкирии. Кн. 5. Полные кавалеры ордена Славы. – Уфа: Башкирское книжное издательство, 1985. – 289 с.

© Нечаев Б.П., 2023

Д.Д. РОТОВСКАЯ

2806ddr@mail.ru

Науч. руковод. – канд. филос. наук Ю.Р. ЕГОРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОСНОВНЫЕ ФИЛОСОФСКО-ЭСТЕТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ В ЯПОНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

*Аннотация:* в данной статье исследуется история и роль эстетических категорий в японской философии. Автором выявляются главные понятия, рожденные под влиянием китайской философии, и их смысловая значимость в искусстве Японии.

*Ключевые слова:* японская философия, поэзия, эстетика, эстетическая категория, моно-но аварэ, ваби, саби, югэн, ики, конфуцианство, буддизм, даосизм.

Как философская дисциплина эстетика в Японии оформилась достаточно поздно, в эпоху Мэйдзи (1868–1912 гг.). В это время восстановилась власть японских императоров, что сильно повлияло на общество и культуру, в том числе и на философию. «После открытия страны японцам стало доступно множество трудов европейских авторов: Шарль Луи де Монтескье, Джона Стюарта Милля, Жан Жака Руссо, Герберта Спенсера и многих других» [5, с. 117].

Вследствие этого перед японцами была поставлена следующая задача: определить место и роль Японии в мировой культуре. Для этого было необходимо систематизировать накопленные знания, и ученые Школы национальных наук впервые попытались провести систематизацию эстетических представлений.

Однако сама эстетическая мысль появилась в Японии задолго до этого момента. Это связано с тем, что японцы осмысливали эстетические принципы под влиянием религиозно-философских учений: буддизма, конфуцианства, даосизма и традиционных представлений синто. Японская поэзия и литература выросла на основе знакомства японцев с китайской. Со временем «выработался ряд принципов и категорий, в полной мере передающий особенности японской эстетики. Среди них самыми значимыми являются *моно-но аварэ* (печальное очарование вещей), *ваби* (скромная красота), *саби* (налет старины), *югэн* (сокровенная красота), *ики* (изысканный стиль)» [5, с. 125–126].

Анарина Нина Григорьевна, советский искусствовед, говорила об этих категориях следующее: «Эти понятия не лежат в области чистой эстетики как отвлеченного и сугубо теоретического знания. Составляя основу философствования, азбуку эстетической мудрости, они в то же время есть

жизненно-достоверные представления о народном духовном самочувствии. Эти понятия – японское «все», его сердцевина. Поэтому, проникнув в них, мы проникаем в глубины национальной культуры» [1, с. 248].

«Моно-но аварэ происходит от слов *моно* (вещь) и *аварэ* (печаль, очарование, исключительность, жалость) и чаще всего переводится как *печальное очарование вещей*» [5, с. 126]. «Вещью в данном случае может быть не только предмет, но и человек или его чувства, эмоции. В каждой вещи присутствует *ками*, или духовная сущность. Понятие *ками* происходит из синтоизма, национальной религии Японии, оно обозначает духов, которые населяют окружающий мир» [4, с. 46]. Благодаря внутренней сущности вещи человек, глядя на нее, может испытывать чувство радостной грусти.

«В основе *моно-но аварэ* лежит *кратковременная сопричастность человека и вещи из-за их непрерывного изменения*. Именно из-за скоротечности жизни очарование является печальным и воспринимается в своей быстротечности и эфемерности» [5, с. 126]. В идеи изменчивости мы видим влияние буддизма.

«Впервые эта категория появилась во второй половине VIII века на страницах поэтической антологии Манъесю» [5, с. 126] («Собрание мириад листьев»), древнем литературном памятнике, в котором собрано около 4500 стихов. В текстах антологии в основном используются образы природы, служащие иллюстрациями человеческих переживаний. В эстетике это связано с понятием метафоры. Однако можно заметить и «обратный эффект, когда природные явления вызвали ощущение преходящего, что послужило формированию природной эстетики – поэтического канона японской лирики» [5, с. 126]. Цель лирической поэзии вообще – передать при помощи малого количества слов суть переживаний человека, поведать сокровенную истину о себе и о мире. Это в полной мере реализуется в жанре хокку или хайку. Хайку содержит всего 3 строки. Слова должны быть подобраны очень точно. «Из-за краткости японских поэтических форм танка и хайку для обозначения сезонов года употреблялись канонические сезонные слова – *киго*. Так, весну могли обозначать цветы вишни и пение соловья, лето символизировали цикады и цветущие лотосы, осень могла быть связана с алыми листьями клена и криками диких птиц, а зима – с белым снегом и увядшими листьями» [5, с. 126].

Пример природной эстетики можно увидеть в песне Абэ Окисима, младшего инспектора Дадзайфу, из поэтической антологии Манъесю:

«Жалея цветы распустившейся сливы,  
Что наземь потом, отцветя, опадут,  
Средь бамбуковой чащи  
В саду моем ныне  
Соловей свои песни поет!»

В X–XI веках *моно-но аварэ* была уже основной эстетической категорией хэйанской литературы и получила дальнейшее развитие в новом жанре – эссе. Эссе предполагает наличие свободной композиции, за счет чего у писателей того времени появилась возможность сконцентрироваться на природных

явлениях и чувствах людей, отмечая их постоянную изменчивость. Примером этого жанра являются «Записки у изголовья» Сэй Сенагон, написанные в начале XI века.

Одно из главных составляющих эстетики в японской культуре, моно-но аварэ, способствовало зарождению культа красоты, которая может исчезнуть в изменчивости жизни [5]. Печальное очарование вещей придает человеческим чувствам значимость наравне с внешними явлениями мира [5], что в свое время заметил знаменитый писатель XIII века Есида Канэси в своем произведении «Записки на досуге»: «Если бы жизнь не высыхала росинкой – как на кладбище в Адаси, если бы она не рассеивалась, как погребальный дым над горой Торибэ, если бы она длилась и длилась – не было бы в ней очарования» [4, с. 46].

*Ваби* (скромная красота) – это эстетическая категория, зародившаяся среди буддийских монахов, отрицавших роскошь и стремившихся к простоте и единению с природой. Изначально слово ваби означало одиночество, но со временем смысл слова трансформировался, и оно начало обозначать покой [5].

Ваби представляет собой эстетику простоты и безыскусности, за которыми скрыты внутреннее благородство и красота, и в этом категория ваби схожа с учением Дзэн.

Одним из проявлений ваби является чайная церемония, мастером которой был монах Мурата Дзюко (1422–1502). «При проведении чайных церемоний он руководствовался естественной красотой ваби, которая выражалась в следующих принципах: гармонии *ва*, почтительности *кэй*, чистоте *сэй* и покое *сэки*» [5, с. 128].

Теоретическое осмысление данной категория получила только в первой половине XIX века. «Так, в трактате «Дзэнтяроку» («Записки о дзэнском чае») Дзякуан Сонтаку охарактеризовал ваби как следование буддийским заветам и смирение перед обстоятельствами жизни» [5, с. 128].

«Это понятие и сегодня определяет важнейшую суть многих традиционных видов искусств Японии – дизайн керамических изделий зачастую очень незамысловат и цвета скромные; структура японских стихов проста и незатейлива, но и те, и другие воплощают простоту и элегантную красоту, оформление садово-парковых зон безупречно и гармонично» [2, с. 3698].

Ален Де Боттон, современный британский философ, описывает ваби следующим образом: «Ваби можно наслаждаться, сидя вечером в хижине в лесу и слушая шум дождя. Ваби можно найти в старых, нестройных наборах глиняной посуды, в пятнах на стене и грубых, выветренных камнях, покрытых мхом и лишайниками. Больше всего ваби проявляется в сером, черном и буром» [1, с. 256].

Ваби дополняет другая эстетическая категория – *саби*, введенная в обиход в Средние века буддийскими монахами. Из-за связи с чайной церемонией эти две категории часто употребляют как взаимодополняющие друг друга. Изначально слово саби использовалось в значении «заброшенность», но позднее приобрело значение налета старины, который

подчеркивает красоту вещей. «Монах Мурата Дзюко считал, что эстетика саби передает ощущения спокойствия и уединения, и по этой причине является самой значимой для пути чая. Другой монах, Сэн-но Рикю (1522–1591), определил четкую последовательность действий для участников чайной церемонии, так как полагал, что это создает атмосферу покоя, которая помогает в постижении красоты и истины. Таким образом, Сэн-но Рикю переосмыслил категорию саби как принцип изысканной красоты, скрытой в простых вещах» [5, с. 129]. В эстетике *саби* предметы с небольшими дефектами обладают особенной красотой. Отсюда берет начало идея *кицууги*, искусства сломанной чашки, которая состоит в том, что при реставрации разбитых предметов следует подчеркивать трещины, например, с помощью золота, а не пытаться их скрыть. Процесс реставрации можно осмыслить как метафору человеческой жизни: она дает новый взгляд на путь исцеления травм, телесных и психологических. Предмет рассматривается и дается нам в своем прохождении пути. Понятие «путь» было очень важным в китайской философии даосизма.

Понятие *югэн*, или сокровенная красота, пришло в Японию из китайских учений и связано с одним из центральных понятий древнекитайской философии Дао, которое характеризовалось как темное и бесформенное первоначало. «Слово *югэн* состоит из двух корней, где «ю» означает темно-глубокая, а «гэн» – непроницаемая тьма, из чего следует, что *югэн* – темно-глубокая непроницаемая тьма. Однако *югэн* также означает свет, проницающий тьму, которая неспособна его поглотить» [1, с. 249]. Как эстетическая категория *югэн* получила свое развитие в теориях Фудзивара Сюдзэй (1114–1204) и его сына Фудзивара Садаиэ (1162–1241), более известного как Фудзивара Тэйка [5]. Сюдзэй считал, что *югэн* – это новое выражение красоты, сменившее мононо аварэ, в то время как Садаиэ полагал, что *югэн* является откликом при написании *медиативной поэзии*, ставшей в то время высшим поэтическим стилем благодаря возросшему влиянию буддизма [5]. Фудзивара Садаиэ известен тем, что составил новую поэтическую антологию «Синкокинвакасю» («Вновь созданное собрание японских песен»), являющуюся поэтическим образцом эстетики *югэн* [5]. К началу XIV века благодаря теоретику японской поэзии Есимото Нидзе (1320–1388) *югэн* обретает значение *таинственного и прекрасного*. Поэт Акира Камонага определял стиль *югэн* так: «Это настроение, которое охватывает красивую женщину, подавившую в себе сердечную горечь; это глубокое обаяние осенних гор, что проглядывают сквозь пелену тумана» [1, с. 249].

Категория *ики* (изысканный стиль) сформировалась среди образованных граждан в эпоху Эдо (1603–1868), ценивших роскошь. «Само слово *ики* переводится как шикарный, стильный, изысканный, хотя изначально оно использовалось для обозначения девушек с гравюр жанра бидзин-га, на которых чаще всего были изображены гейши» [5, с. 132]. Особенность этой категории заключалась в том, что она одновременно сочетала в себе эротизм и резкую прямоту, пристрастие к которым было свойственно японским горожанам того времени. В *ики* нет эфемерных представлений о красоте, как в

других эстетических категориях, в ики прекрасное раскрывается через увеселения и развлечения. Ики сильно перекликается с современной светской японской эстетикой, из-за чего термин ики довольно часто употребляется в разговорах и переписках. Обычно его используют, чтобы охарактеризовать качества человека, но иногда им описывают предметы и природные явления с целью оценки красоты. Несмотря на популярность ики, теоретически данная категория была сформулирована только в 1930 году в книге «Структура ики» («Ики-но кодзо») Куки Сюдзо (1888–1941). «Куки различал три момента ики: битай (соблазнительность), икидзи (дерзкое самообладание) и акирамэ (смирение)» [3, с. 19].

Подводя итоги, можно отметить, что ранее рассмотренные эстетические категории «стали основой, как в системе ценностей традиционной японской культуры, так и в повседневной жизни японцев. Эстетизация всех сторон жизни, постижение истины через произведение искусства – одна из главных и притягательных черт японской культуры» [2]. Влияние китайской философии и литературы на японскую поэзию позволило сделать ее из увеселительной философской, серьезной и глубокой. Так, для китайской хокку очень был важен подтекст. В ней часто таилось в себе некое противоречие между спокойным миром природы и беспокойным человеческим миром.

В современной Японии категории *моно-но аварэ*, *ваби*, *саби*, *югэн* и *ики* считаются частью философской дисциплины, но все еще являются неотъемлемой частью повседневной жизни. Это сильно влияет на культуру и мировоззрение японцев: в отличие от жителей западных стран, они относятся к искусству с большей искренностью, так как оглядываются на свои чувства. Японцы обращают больше внимания на истинную красоту предмета, а не на его стоимость и популярность. В наше время людям стоит внимательнее отнестись к этим категориям, так как они могут помочь прийти к истинному пониманию искусства.

#### **Библиографический список**

1. Аветисян, А.Д. Эстетика югэн, саби, ваби, нарэ и вкус умами // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова. – 2014. – № 1. – С. 248–263.

2. Ганова, К.С. Критерии художественности в японском искусстве через эстетические категории «ваби» и «саби» // Ломоносовские чтения на Алтае: фундаментальные проблемы науки и образования. Сборник научных статей международной конференции. Алтайский государственный университет. – 2015. – С. 3697–3700.

3. Петрова, А.А. Ики как категория японской эстетики: «Структура ики» Куки Сюдзо // Эпомен. – 2021. – № 52. – С. 16–24.

4. Ткаченко, С.С., Потапчук, В.И. Печальное очарование вещей как эстетический принцип // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона: сборник научных статей по материалам II Международной студенческой научно-практической заочной конференции. Тихоокеанский государственный университет. – 2018. – С. 44–49.

5. Язовская, О.В. Становление японской философской мысли // учебно-методич. пос. Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 163 с.

Б.Р. ТАШТИМИРОВ

*tashtimirov.bulat.rinatovich@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. филос. наук, доц. Ю.Р. ЕГОРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВОЗМОЖНА ЛИ ДУША У МАШИНЫ, ИЛИ КАК СКОРО ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ БУДЕТ СПОСОБЕН ЗАМЕНИТЬ НАС?**

*Аннотация:* в данной статье исследуется вопрос о возможности замены человеческого разума машинным. Автор анализирует тесты Тьюринга, мысленные эксперименты «Мельница Лейбница» и «Китайская комната» с целью прояснения природы искусственного интеллекта (ИИ), в результате чего выявляются основные критерии различия искусственного интеллекта и разума человека.

*Ключевые слова:* машина, душа, восприятие, мысленный эксперимент, ИИ, нейросеть, разум, понимание, смысл, свобода, экзистенция.

Человеку, испокон веков приходилось непрерывно отвечать на вызовы, связанные с его неукорененностью в природе. В результате утверждения своего мира он постепенно почувствовал себя существом, превосходящим другие, занимающим доминирующее положение во Вселенной. Успехи в области научного познания порождали новые утопии, одной из которых явилась идея полной замены человеческого разума машинным. В 20-м веке в искусстве и литературе появляются различные фантазмагии на тему кибернетики и робототехники.

Машины помогают человеку создавать силы, превосходящие человеческие, но вот вопрос – может ли машина выдать себя за человека? В 50-ом году XIX века британский математик Алан Мэтисон Тьюринг опубликовал работу «Вычислительные машины и разум». Его интересовал вопрос: может ли машина мыслить? В свое время, одним из первых задался этим вопросом французский философ и математик Рене Декарт: машина может взаимодействовать с человеком, но не способна реагировать на все события в окружающей среде [1, с. 35]. Набор реакций у машины ограничен, а мышление предполагает «Я». Видимо поэтому Дени Дидро писал: «Если бы нашелся попугай, отвечающий на все вопросы, я заявил бы не колеблясь, что он мыслящее существо» [2].

Тьюринг начал с простого – с игры в имитацию. Игра заключалась в том, что гости пытались определить, кто из двух людей, сидящих в разных комнатах, мужчина, а кто женщина. Тьюрингу оставалось лишь заменить одного из игроков на прототип ЭВМ. Первая версия теста заключалась в ответе

на вопрос, может ли машина подражать человеку. В третьей версии целью являлось определение того, может ли в 30% и более случаев машина убедить задающего вопросы компьютеру человека, что она тоже является человеком. Главная заслуга теста – в его простоте – в методе вопросов и ответов. Машине нужно было уметь разбираться в разных темах, уметь рассуждать – в конце концов, имитировать человеческое поведение. Необходимо уточнить, что поведение необходимо при оценке интеллекта, но не определяет его уровень. Те же люди нередко ведут себя неразумно.

Вместе с тем, *имитация* не решит проблему замены человеческого разума искусственным интеллектом. (Кстати, этот тезис, согласуется и с мысленным экспериментом Лейбница, о котором пойдет речь дальше). Имитация не проясняет сущности и природы того или иного явления, его основных закономерностей. «Проблему искусственного полета удалось успешно решить лишь после того, как братья Райт и другие исследователи перестали имитировать птиц и приступили к изучению аэродинамики» [3, с. 33]. До сих пор, ни одна программа не смогла преодолеть барьер в 30%, так чтобы результат был признан всеми. К примеру, Eliza американского ученого Джозефа Вейценбаума имитировала психотерапевта. Если она не могла придумать ответ, то говорила: «Понятно», и в основном перефразировала речь человека. Некоторые люди действительно верили, что общаются с человеком. Программа Parry психиатра Кеннет Колби из Стэнфордского университета имитировала человека с параноидальной шизофренией. Группе из 33 психиатров показали распечатки бесед опытных психиатров с реальными пациентами и Parry и попросили определить, кто был человеком, а кто – машиной. Психиатры определяли с вероятностью в 48%. Чат-бот «Женя Густман», созданный тремя программистами в Санкт-Петербурге, изображал 13-ти летнего мальчика из Одессы, плохо говорящего по-английски. Евгению удалось убедить 33% судей в том, что он человек, но программа добилась успеха с помощью «уловок», призванных скрыть ее ограничения.

Интересно, что среди вариаций теста Тьюринга является обратный тест, где участники пытаются имитировать компьютерную программу, намеренно игнорируя смысл разговора и допуская ошибки, которые могла бы допустить машина. В итоге, анализируя результаты своих испытаний, Тьюринг приходит к выводу, что «Если человек попытается выдать себя за машину, не подлежит сомнению, что эта попытка окажется неудачей» [4, с. 11–12].

Готфрид Вильгельм Лейбниц в 17-ом абзаце своей работы «Монадология» исследует проблему понимания работы сознания и приводит такой эксперимент, который проясняет вопрос об имитации, а так же вопрос о том, что составляет тот значимый предельный элемент, не встречающийся в машине. Его мысленный эксперимент называется «Мельница Лейбница»: «Все, что от человека зависит, необъяснимо причинами механическими, т. е. с помощью фигур и движений. Если мы вообразим себе машину, устройство которой производит мысль, чувство и восприятия, то можно будет представить ее себе в увеличенном виде с сохранением тех же отношений, так что можно



будет входить в нее, как в мельницу. Предположив это, мы при осмотре ее не найдем ничего внутри ее, кроме частей, толкающих одна другую, и никогда не найдем ничего такого, чем бы можно было объяснить восприятие. Итак, именно в простой субстанции, а не в сложной, и не в машине нужно искать восприятия. Ничего иного и нельзя найти в простой субстанции, кроме этого, т. е. кроме восприятий и их изменений. И только в них одних могут состоять все внутренние действия простых субстанций» [5, с. 415–416].

Мы можем рассматривать человеческий мозг как механическую систему, но это не будет настоящим познанием нашего разума, утверждает Лейбниц. Существует *целостность души*, истоки она берет в *простых субстанциях «монадах»*, не подчиняющимся физическим законам и имеющим *восприятие и стремление, сопровождающимся памятью*. Мельница – это не только детали по отдельности, но и весь механизм в целом, через который и можно судить о предназначении объекта. Ведь элементы по отдельности просто не предназначены для превращения зерна в муку. Кстати, Лейбниц считал, что предназначению свойственно иметь степени.

Лейбниц отрицал возможность физически объяснить разум и восприятие. *Значит, сознание и правда неделимы*. Как говорил Лейбниц, в каждой монаде в потенциале свернута целая Вселенная, просто они находятся в состоянии глубокого сна. Итак, при понимании сознания необходимо опираться на то, что есть простые монады восприятия и стремления, само сознание не выражено, и является результатом всей сложной системы восприятий, стремлений и памяти. Итак, Г. В. Лейбниц считает, что сознание человека это сложное единство. Возникает вопрос – является ли машина монадой и способен ли ученый пробудить в ней душу?

Современному человеку просто необходимо «подвязать» все на фундаментальных физических законах, ведь, по его мнению, чудес не бывает. Однако, может быть, Лейбниц прав? Мы можем хоть сколько разбирать человеческий мозг биологически, выявляя нейроны, но как бы глубоко мы не описали сам внутренний механизм работы мозга, нигде не будет очевидного следствия, что результатом этих взаимодействий является сознание или понимание. Мельницу Лейбница называют прообразом Китайской Комнаты. Американский философ Джон Серль выступал против теста Тьюринга, ведь на многие вопросы можно было ответить простым непониманием. А непонимание может свидетельствовать о неразумности. Это столь же применимо и для людей. «Вместо того, чтобы спорить по этому поводу, из вежливости принято предполагать, что все люди мыслят» – писал Алан Мэтисон [4, с. 63].

Непонимание это невозможность выяснить смысл чего-либо. В эксперименте «Китайская комната» незнающий китайского языка человек собирает из иероглифов предложения, но руководствуется инструкцией, лишь это позволяет ему успешно отвечать на вопросы знающего китайский человека из другой комнаты. Человек в первой комнате не понимает ни вопроса, ни ответа, но проходит тест успешно. Человек может не знать китайского, но

система «Китайская комната» в техническом смысле понимает китайский язык и, возможно, делает это намного лучше, чем некоторые китайцы.

Тест Тьюринга не доказывает наличие мыслительных процессов у машины. Дж. Серль, например, вообще считал, что машину невозможно запрограммировать так, чтобы она сравнялась с человеком. Машину можно заставить выполнять что-то делать, но нельзя заставить понимать, почему ей это нужно, в чем смысл ее входных и выходных данных. В этом и заключается главная проблема. Скорее всего понимание и не заключено в мозгу человека, но оно заключено в деятельности сознания.

Согласно Г. Фихте, разум – это максимально развитая способность к рефлексии, абсолютная способность отвлечения от всего окружающего для определения «Я».

Программы просто не могут служить достаточным условием для появления разума. Так человека, руководствующегося программой, можно назвать разумным, но не обязательно разумный, будет руководствоваться программой. Все должно иметь свою причину, но жесткие причинно-следственные связи характерны как раз для мира природы. Если у Китайской комнаты и есть разум, то он в мозгу разработчика, человека, который и создал программу. Разум разработчика появляется не только на основании «природности» разработчика, но и на основании того, что он обладает способностью свободно мыслить опираясь на свой опыт, накопленный в процессе жизни и познания, в переживании своей экзистенции.

Согласно Серлю, сознание – это одна из эксклюзивных способностей мозга, основанная на его нейронных процессах. Сейчас нейросети не всеильны. Все что они способны делать пока – это вычленять связь между признаком и результатом, объяснять взаимодействия с точки зрения вероятностей. Большинство людей, занимающихся машинным обучением, избегают понятия искусственного интеллекта.

По Канту, во всех нас есть моральный субъект, который верит в Бога и должен предполагать наличие таких же моральных субъектов в других людях. Это и есть объективность по Канту, это и есть замкнутый круг, обосновать который мы пока не в силах. Тест Тьюринга в той же самой ловушке. Есть ли у машины сознание? Если удалить из материалов для обучения машины все упоминания о субъективном опыте, все слова о сознании и самосознании, и машина будет способна хотя бы косвенно описать сознание, то, в теории, сознание возможно. По Конфуцию, душа - это то сознательное в человеке, на которое можно повлиять и взрастить. Получится ли взрастить это начало в машине, вопрос достаточно спорный. Сократ считал, что душа должна включать в себя не только нравственные нормы и следование добродетелям, чего довольно легко можно добиться у машины, просто добавив эти правила в программный код, но и разум. По признанию древнеримского философа Лукреция, «природа души неизвестна» [6, с. 30]. Хотя понятия душе мы дать можем, это *некая субстанция, нематериальная сущность человека, обуславливающая его существование, возможно, которой свойственно*

*стремиться к высшему, даже чему-то божественному - Абсолюту.* Вместе с тем, нам до сих пор не понять природу души, мы не знаем, где она находится, как связана с телесным и каким образом. «Возможно, еще рано говорить о том, что у нейронов есть душа. Никто из инженеров такие тезисы всерьез не воспринимает» [7], – утверждает Татьяна Шаврина – главный эксперт по технологиям, руководитель исследовательских проектов института искусственного интеллекта AIRI .

Мы не видим как на самом деле работают нейросети, так же от нас сокрыт и наш мозг. Пока мы не до конца изучили человеческий мозг, мы не можем и мечтать о том, чтобы наделить что-то другое душой и разумом. Не нужно рассматривать искусственные нейронные сети как имитацию реальных биологических нейронных сетей. Возможно, имитировать то, что делает биологический мозг, не совсем верная стратегия. Очеловечивание машины (антропоморфизм) порой доводится до абсурда. Не стоит и ожидать человекоподобных качеств от того, что человеком не является. Пытаясь создать машину, схожую с человеком, люди боятся тех же бед, что с давних времен несет человек. А если машина станет чем-то вроде сверхчеловека, то быть беде, ведь вся ответственность за нее по-прежнему лежит на человеке.

Таким образом, пока невозможно добиться у ИИ искренности эмоции и восприятия, целостности опыта, умения выводить из этого опыта идеи, наличия живого «Я», отсутствия имитации (симуляции), спонтанности и свободы, сложной, не шаблонной, не заданной кем-то, связи со смыслом, образом, переживанием. Пока этого нет, машина остается только инструментом в руках человека.

### **Библиографический список**

1. Декарт, Рене. «Рассуждение о методе: размышления о первой философии»: Нью-Хейвен: Издательство Йельского университета – 1996.
2. Дидро, Дени. Философские мысли: Издательство «Директ-Медиа», 2002.
3. Стюарт, Рассел, Питер, Норвиг. Искусственный интеллект: современный подход: Хобокен – Пирсон, 2021.
4. Тьюринг, Алан Мэтисон. Вычислительные машины и разум. – М.: Издательство АСТ, 2018.
5. Лейбниц, Готфрид Вильгельм. Монадология. – М.: РИПОЛ классик, 2018.
6. Лукреций, Тит Кар. О природе вещей. – М.: Издательство «Художественная литература», 1983.
7. Шаврина, Т. Искусственный интеллект и нейросети: подкаст Data Therapy, 2022.

© Таштимиров Б.Р., 2023

А.Э. ХАЙРУЛЛИНА  
*alinusikekh@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Н.А. АБУЗАРОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭВТАНАЗИЯ: ЗА И ПРОТИВ**

*Аннотация:* статья посвящена вопросу эвтаназии – процессу активной помощи в смерти больным с тяжелыми и неизлечимыми заболеваниями.

*Ключевые слова:* эвтаназия, болезнь, страдания, больной.

Эвтаназия (греч .eu – добро и thanatos – смерть) – помощь при смерти, искусство врача облегчить смерть неизлечимо больному или ускорить ее. Эвтаназия представляет собой намеренное прекращение жизни неизлечимо больного человека, чтобы избавить его от невыносимых страданий и мук. На сегодняшний день допустимость или недопустимость эвтаназии является темой дискуссий медиков, юристов с правовой и этической точек зрения.

Эвтаназия имеет древнюю историю. Уже в древних цивилизациях, таких, как Древняя Греция и Древний Рим, практиковалось усыпление больных или старых людей, чтобы избавить их от страданий. Эти процедуры осуществлялись путем дачи яда или простым усыплением.

В средние века практика эвтаназии была запрещена христианской церковью, которая рассматривала ее как грех. Однако эвтаназия продолжала осуществляться народными врачами и хирургами.

В 20 веке тема лечебной помощи в умирании стала очень актуальной. В 1930-х годах в Германии начался процесс убийства больных, которые не соответствовали нацистской идеологии, и больничным персоналом был принудительно задействован в этом процессе. Это привело к тому, что многие люди начали бояться использовать эвтаназию.

С середины 20 века появились организации, которые боролись за право на эвтаназию. В 1991 году Нидерланды первыми в мире легализовали лечебную помощь в умирании, а затем этот шаг последовали Бельгия, Люксембург, Швейцария и несколько штатов США. В России эвтаназия запрещена действующими с 1993 года «Основами законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан».

В истории было множество различных точек зрения на эту тему, которые менялись в зависимости от времени и контекста.

В древности и средневековье смертельная казнь была нормой, а эвтаназия не была принята в качестве лечебной практики.

В Средние века эвтаназия считалась грехом, и за такой поступок могла следовать казнь.

В XIX веке врачи начали обращать внимание на практическую сторону эвтаназии в качестве средства облегчения страданий и уменьшения боли у неизлечимо больных людей. Однако общество оставалось разделенным по этому вопросу, и эвтаназия оставалась неформальной практикой, а не определенной в качестве закона. Какие виды эвтаназии существуют на сегодняшний день?

1. Пассивная эвтаназия – это процесс отказа от лечения больного человека, который может привести к естественной смерти.

2. Активная эвтаназия – это процесс, при котором медик заставляет смерть больного путем применения летальной дозы медикаментов.

3. Вспомогательная эвтаназия – это процесс предоставления средств или инструментов, чтобы пациент мог совершить самоубийство.

4. Волевое умирание – это процесс, при котором пациент сам выбирает время и способ своей смерти, чтобы избежать страданий в будущем.

Как уже было отмечено выше, существует множество аргументов как за, так и против этой практики. Сторонники эвтаназии утверждают, что каждый имеет право на самоопределение и контроль над своей жизнью. Если пациент страдает от болезни, которая не поддается лечению и вызывает страдания, то он должен иметь право на решение о прекращении своей жизни. Также это можно назвать «право на свободу от боли».

Сторонники эвтаназии также указывают на экономические преимущества. В настоящее время большинство больниц тратят большие суммы на лечение пациентов в терминальных состояниях, исход которых неизбежно фатальный. Если бы эти пациенты имели возможность выбрать эвтаназию, больницы могли бы сэкономить деньги и ресурсы, которые могут быть перенаправлены на другие лечения.

Кроме того, в некоторых случаях, как считают сторонники эвтаназии, это может быть лучшим решением для всех заинтересованных сторон – как для пациента, так и для его близких. Когда человек находится в бессознательном состоянии, дополнительная медицинская помощь может быть бесполезной и дорогостоящей. Таким образом, эвтаназия может не только помочь избежать дополнительных страданий, но и сохранить деньги.

Противники эвтаназии утверждают, что это нарушение основных прав на жизнь и достоинство человека. Они также указывают на то, что процедура эвтаназии может быть злоупотреблена и привести к еще большим проблемам. Например, некоторые люди могут решиться на эвтаназию из-за депрессии или других психологических проблем, которые могут быть решены другими способами. Кроме того, в ряде стран медицинские ошибки и недостаточное качество медицинской помощи могут привести к смерти пациента, не соответствующей его желаниям и намерениям.

В таких случаях эвтаназия может не оставлять других вариантов, но она также может повысить риск ошибки.

Практика эвтаназии законна только в нескольких странах мира, таких как Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Канада и несколько штатов США. В других

странах, таких как Германия, Франция и Италия, эвтаназия запрещена законом, но могут практиковаться другие формы усыпления для пациентов, для которых жизнь может быть продолжена только за счет аппаратов жизнеобеспечения.

Законы, регулирующие практику эвтаназии, определяют процедуры и требования для оказания этой услуги.

Например, в Бельгии закон позволяет эвтаназию для пациентов, которые являются гражданами страны и испытывают невыносимую физическую или психическую боль, которую нельзя облегчить другими методами.

Также необходимо, чтобы пациент проявил долгосрочное желание получить эвтаназию и был определен срок ожидания между просьбой и смертью.

Однако вопросы этики и морали остаются важными частями обсуждения практики эвтаназии во всем мире. В большинстве случаев она становится предметом споров между сторонниками и противниками, которые имеют свои собственные аргументы в пользу или против ее законности и применимости в медицинской практике.

Необходимо обратить внимание и на философский аспект данной темы.

Сократ считал, что жизнь человека подчинена божественному порядку, и никакое человеческое решение не может изменить ее продолжительности. Поэтому он был против принудительной эвтаназии.

Аристотель тоже был против эвтаназии, так как считал, что ее можно использовать для устранения несовершенных или нежелательных людей в обществе.

Средневековый философ Томас Аквинский утверждал, что каждый человек имеет сверхъестественное достоинство и никакие обстоятельства не могут оправдать желание уничтожить его жизнь. Он был против любых форм убийства, включая эвтаназию.

В современной философии к эвтаназии можно отнести две основные позиции: одинаковые права - каждый человек сам выбирает, что делать со своей жизнью и как и когда ее завершить; и этика жизни и смерти – человеческая жизнь неприкосновенна и не подлежит абсолютной власти каждого индивидуума.

Проблема эвтаназии актуальна не только в отношении людей, но и животных. Процедура эвтаназии применяется в различных случаях для предотвращения страданий животного, которое болеет неизлечимым заболеванием, находится в терминальном состоянии, страдает от серьезных травм или опасно для окружающих.

В большинстве стран эвтаназия животных могут производить только врачи-ветеринары, которые имеют право на проведение процедуры, используя анестезирующие средства и препараты для прекращения дыхания и сердечной деятельности.

Процедура проводится в спокойной и безопасной обстановке, предоставляя животному достойное и безболезненное завершение жизни.

Эвтаназия – это ответственное решение, и проводится только в тех случаях, когда другое решение уже невозможно. Важно понимать, что эвтаназия не является легким решением для владельца или врача-ветеринара, но это решение, которое может защитить животное от продолжительных страданий и боли. Каждый случай должен быть рассмотрен индивидуально, с учетом состояния и медицинских показателей животного, и только после тщательного обсуждения с владельцем, принимается решение о проведении процедуры эвтаназии.

*Проблема эвтаназии в некоторой степени нашла свое отражение в фильме «Море внутри» Алехандро Аменабара.*

Фильм «Море внутри» повествует об истории человека по имени Рамон Сампедро, который в результате несчастного случая оказывается парализованным и связанным с постелью на всю оставшуюся жизнь.

Он чувствует себя пленником своего тела и не видит никакого смысла в продолжение жизни, так как он полностью зависит от других людей и не может двигаться. Рамон не хочет жить в таком состоянии вечно, и он решает бороться за право на эвтаназию. Это вызывает глубокие эмоциональные реакции у разных людей, в том числе его ближайшего родственника, брата Хосе, который не поддерживает его решение.

В своей тяжелой ситуации Рамон решает умереть и обращается за помощью к адвокату Хулии, чтобы та помогла ему добиться разрешения эвтаназии. Но суд отказывает им.

Однажды Рамон случайно знакомится с Розой, которая вместе с Хулией становятся близкими знакомыми его. Рамон влюбляется в Хулию, которая тоже страдает заболеванием и после инсульта не может самостоятельно передвигаться. Они решают вместе умереть, когда выйдет первый экземпляр книги Рамона. Но в конце концов Хулия не решается на этот шаг.

В это время Роза хочет уговорить Рамона, не умирать, так как влюбляется в него, но он убеждает ее, что если любишь, то в такой ситуации поможешь умереть. Тогда Роза помогает устроить ему самоубийство и Рамон выпивает лекарство.

Фильм «Море внутри» является ярким примером эвтаназии и показывает, что это может стать спасением для тех, кто страдает. Он поднимает множество вопросов и дает жизненные ответы на них, показывая, как важно жить достойно во все времена.

В этом фильме эвтаназия была представлена как акт освобождения, даже если казалась болезненной и трудной. Фильм также поднимает вопросы этики и морали в отношении эвтаназии, а также представляет альтернативную точку зрения, где пациент должен иметь право на решение о своей жизни и смерти.

Решение о разрешении или запрещении эвтаназии должно приниматься на основе беспристрастной оценки всех соответствующих факторов, включая медицинские, этические, правовые и социальные аспекты. Несмотря на то, что эта процедура может привести к лечению страданий, которые иначе были бы неизбежными, все еще существует определенный риск недостаточного

контроля, который повышает шансы на злоупотребление и может привести к необратимым последствиям. На данный момент эта тема остается открытой для дискуссий и споров.

### **Библиографический список**

1. Фильм «Море внутри» Алехандро Аменабара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/gh9np>.

2. Эвтаназия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/348Dzx>.

3. Добровольная смерть. Рассказываем, как работает процедура эвтаназии во всем мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/348EDN>.

4. Право на смерть: что такое эвтаназия и где она разрешена [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/348E9F>.

5. Эвтаназия с точки зрения этики, и почему она легальна в некоторых странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/348Euk>.

© Хайруллина А.Э., 2023



УДК 908 (470.57)

А.А. ХАЛИТОВА

*filimonov.ma@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р ист. наук, проф. М.А. ФИЛИМОНОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИСТОРИЯ ГИМНАЗИИ № 39 ИМЕНИ ФАЙЗУЛЛИНА А.Ш.**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы, связанные с историей и деятельностью «Гимназии № 39 им. Файзуллина А.Ш.», начиная с самого рождения и заканчивая сегодняшним днем.

*Ключевые слова:* первый директор, высокий уровень образования, реорганизация школы.

В истории народного образования Республики Башкортостан рождение 39-й школы в середине XX века стало явлением неординарным, так как через год-два после открытия она уже стала школой передового опыта, дающей высокий уровень образования.

1955 год. Среди задач, стоявших тогда перед страной, важное место отводилось улучшению дела народного образования: необходимы были новые школы, педагогические учебные заведения, качественные изменения методов обучения.

И вот 16 сентября 1955 года открывается Уфимская средняя трудовая, общеобразовательная политехническая школа № 39.

Школа начала работать в 2 смены. В течение двух недель завезли парты, столы, стулья; в классах сделали классные доски, определили дежурство по школе. Нужно было разобрать старый дом, оказавшийся на территории школы после окончания строительства, навести порядок в школьном дворе. Вся эта работа производилась учащимися 9-х классов под руководством классных руководителей, общее руководство осуществлял директор. За неделю вся территория была приведена в порядок, но в самой школе еще не было воды, не работала канализация. Поэтому после уроков самые старшие тогда ученики 9-х классов вместе с некоторыми родителями рыли канавы и раскладывали в них трубы. Работу эту выполнили за три дня. Все работали с большим энтузиазмом несмотря на то, что с утра шли уроки по расписанию, потом ребята шли домой, а к 5 часам приходили работать и работали до темноты.

К десятилетию своего существования школа могла гордиться золотыми медалистами: начиная с первого выпуска в 1957 г. их стало 15. В 1965 г. школа гордилась тем, что за последние 5 лет она уже не имела второгодников.

Секрет такого успеха во многом заключался в личности первого директора школы. Агзам Шакирович Файзуллин – отличник просвещения СССР, заслуженный учитель РСФСР, кавалер орденов Трудового Красного

Знамени и «Знак Почета». Он приступил к руководству школы в возрасте 34 лет, в ту пору, когда человек полон сил, накопил жизненный опыт, способен на самоотверженный труд. За плечами молодого директора были годы работы в комсомоле и в советских органах. Кругозор учителя истории, опыт общественной деятельности как нельзя лучше соответствовал работе в качестве руководителя школы.

Когда говорят о директоре школы, обычно добавляют, что он принял школу такого-то числа и года. Агзам Шакирович школу не принимал, он ее создавал: наблюдал за ходом строительства, завозил мебель и оборудование, подбирал учителей, комплектовал классы. Школу он никому не сдавал, а ушел из жизни, оставаясь ее бессменным руководителем в течение 29 лет. Чувство подлинного хозяина, отца созданной им школы никогда покидало Агзама Шакировича. Всегда подтянутый, точный, требовательный к себе и коллективу, профессионально и политически грамотный, пользующийся авторитетом среди педагогической общественности, он с достоинством представлял школу и ее интересы, он стремился не на словах, а на деле воспитать подлинную любовь к родному краю. В 1963 году в школе открыли Музей природы и экономики Башкортостана, в 1967 году – музей Славы родственников учащихся.

Прекрасно ориентируясь в жизни, во всем, что происходило в стране и за ее пределами, А. Ш. Файзуллин мог ставить перед коллективом задачи, направлять усилия учителей на их решение, постоянно пополнять материально-техническую базу школы, в буквальном смысле пестовать ее, как собственное детище. И школа при таком мудром, заботливом руководителе работала, как хороший часовой механизм.

В середине 1960-х годов в стране стали создаваться учебные заведения нового типа школы с преподаванием ряда предметов на иностранном языке. «Английская» школа развивалась довольно быстро: начали работать два лингафонных кабинета, проводились линейки на английском языке, создали английский хор. Через несколько лет начали преподавать технический и военный перевод, литературу на английском языке. В таком духе проходила жизнь школы вплоть до середины 90-х годов.

На рубеже 1980–1990-х годов в Российской Федерации стали создаваться гимназии, лицеи, колледжи и даже частные школы. Когда стало известно о появлении альтернативных школ, вопрос о реорганизации 39-й школы в школу-гимназию возник перед руководством нашей школы. В начале 1992 года было получено официальное «добро» и очередной 1992/1993 учебный год, школа встретила в новом качестве. 25 февраля 1993 года школа стала гимназией.

Стержнем воспитательной системы, духовным центром гимназии был и остается ее музей Славы родственников учащихся, где для школьников оживают страницы истории школы, республики и страны. Он был создан совместными усилиями педагогического коллектива, учащихся и их родителей в 1967 году по инициативе и при огромном личном участии первого директора – заслуженного учителя РСФСР А. Ш. Файзуллина. Сегодня музей имеет статус «Лучший школьный музей Республики Башкортостан» и задает ритм многим

направлениям воспитательной работы. Более 50 лет руководит его разносторонней деятельностью заслуженный учитель Республики Башкортостан Л. С. Иванова. Разработанная ею педагогическая концепция «Воспитание гражданина через изучение истории семьи на базе школьного музея Славы родственников учащихся» составляет основу его работы.

Проект «Ассоциированные школы ЮНЕСКО» был запущен в 1953 году как координирующая Международная программа в области школьного образования. В 2002 г. школа активно включилась в реализацию пилотных образовательных проектов этой Всемирной организации. В марте 2008 года в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже гимназии был вручен официальный сертификат ассоциированной школы ЮНЕСКО». Позитивный потенциал этой деятельности налицо. Главным «плюсом» является тот факт, что педагоги уже давно рассматривают учеников не только как объект планового проведения мероприятий, но в первую очередь как полноправных партнеров в исследовательских проектах в области образования, науки и культуры. Результат – значительное повышение мотивации к учению, качества успеваемости, эффективное влияние на развитие творческих способностей и обогащение всех участников духовно.

22 марта 2017 года гимназия получила статус «Ассоциированной школы Союза машиностроителей России». Получение высокого звания придало новый импульс развитию инженерных способностей учащихся, подготовке выпускников для поступления в вузы с актуальными ныне специальностями авиационной, атомной, автомобильной промышленности. Учащиеся занимают призовые места на городских выставках и конкурсах.

Таким образом, мы узнали, что школа № 39 была построена в Уфе в 1955 году. В 60-х годах в ней закрепился английский язык. В 1992 году школа получила официальное «добро» на реорганизацию. И 25 февраля 1993 года школа стала гимназией. В марте 2008 года в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже гимназии был вручен официальный сертификат ассоциированной школы ЮНЕСКО. 22 марта 2017 года гимназия получила статус ассоциированной школы Союза машиностроителей России. 39-я гимназия стала признанным центром передового опыта, демонстрировала высокие темпы развития и отличные результаты работы, а ее педагогический коллектив продолжает развивать лучшие традиции школы, заложенные первым директором.

### **Библиографический список**

1. Иванова, Л.С. Родная 39-я. – Уфа: Белая река, 2005. – 320 с.
2. Киекбаева, И.П., Иванова, Л.С. Школа с глубокими образовательными традициями // Педагогический журнал Башкортостана. – 2009. – № 1 (20). – С. 104–111.

© Халитова А.А., 2023

Б.Р. ШАНГАРЕЕВ

*Facebooxcel228@mail.ru*

Научный руковод. – д-р филос. наук, проф. А.Я. ЗАРИПОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## СОВРЕМЕННОЕ ОБУЧЕНИЕ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ

*Аннотация:* рассматриваются вопросы, связанные с обучением нового поколения студентов. Дана психосоциальная характеристика нового поколения молодых людей, которые необходимо учитывать в образовательном процессе. Описаны предполагаемые результаты при использовании «гибких» методов обучения. Предложены примеры новых принципов и методов для преподавателя в обучении студента нового поколения.

*Ключевые слова:* Z-поколение, современное обучение, студент нового поколения.

Актуальность. Важность преобразования и расширения процесса обучения будущих и нынешних студентов для усвоения профессиональных компетенций не вызывает сомнений. В систему образования пришло новое поколение молодых людей, называемых Зуммерами (от английского Zoomers) [1–3]. Традиционные принципы и методы обучения не всегда могут обеспечить современным студентом должного уровня знаний и практических умений.

Нервно-психическое развитие и характеристики нового поколения молодых людей, которые необходимо учитывать в образовательном процессе, происходило в эру цифровых технологий. Поколение Z с раннего детства интегрировано в цифровую среду. Для них все физическое существует в цифровом эквиваленте – реальный и виртуальный мир неотделимы [3].

У Z-поколения школьников и студентов в процессе обучения возникают сложности с концентрацией внимания, нежеланием прилагать усилия для обработки и восприятия больших объемов информации. Новое поколение запоминает путь к получению информации, а не саму информацию [1].

У современных студентов возникают сложности с концентрацией внимания и длительным его удержанием из-за формирования особого «клипового» мышления [1, 2]. При таком типе мышления студент воспринимает мир как последовательность почти не связанных между собой фрагментов текста, отрывков из видео, напоминающих видеоклип [1].

Это поколение быстро теряет интерес к предмету, если не предусмотрено и не предоставляется в желаемом им объеме «вознаграждение» за обучение [1].

Многих современных преподавателей волнует вопрос вовлеченности новых студентов в образовательный процесс. Запрос на новые технологии у

студентов нового поколения связан с потенциально унылой атмосферой на занятиях, которая не мотивирует их к восприятию информации [1].

Безусловно, в сложившейся ситуации поиск и внедрение инновационных методов обучения позволит значительно повысить эффективность накопления и применения студентом знаний при сохранении традиционного знаниевого образовательного процесса. Преподаватель станет вызывать уважение и желание подражать у обучаемой аудитории, что является психологически необходимой основой любого обучения [1–3].

Недостаточный уровень владения компьютерными технологиями при реализации современного образования является важной проблемой педагогов. Преподавателям необходимо внедрять в разные фрагменты урока ИКТ-технологии, при этом соблюдать умеренность. Естественно-научные и гуманитарные направления особо нуждаются в технической модернизации с применением технических средств (компьютеры, планшеты, смартфоны и др.).

Цель: Поиск методов и способов обучения для Z-поколения студентов.

Материалы и методы:

С целью повышения эффективности можно предложить использование «гибких» методов обучения [1]:

- 1) обучение в нестандартной обстановке;
- 2) обучение через интерактивные аудиовизуальные тесты;
- 3) обучение через компьютерные тренажеры и симуляторы с погружением в игровой мир;
- 4) обучение через интерактивное взаимодействие на лекциях (использование триггеров и анимаций в презентации, отсылки на ресурсы мгновенной обратной связи через QR-код).

Результаты:

Предполагаемые результаты при использовании «гибких» методов обучения:

- повышение мотивации и вовлеченности в процесс обучения
- развитие стремления к получению новой информации;
- повышение навыков самообразования и саморазвития;
- приобретение опыта в решении проблем и задач;
- развитие социально-ролевых навыков и коммуникативности;
- формирование позитивного отношения обучающегося к образовательному процессу и преподавателю.

Обсуждение:

Примеры новых принципов и методов для преподавателя в обучении студента:

1. Общение вне рамок учебного процесса, когда преподаватель для студентов на странице в соцсети или в общем чате выкладывает ссылки для ознакомления и просмотра дополнительной интересной информации по своему предмету. Это дает быстрый доступ к нужной информации на занятиях, поскольку молодые люди в большинстве привыкли использовать технологии с рождения.

2. Подача информации, разделенная на блоки и сегменты. Длинные тексты и лекции становятся неудобным форматом обучения для нового поколения студентов, привыкшего работать в режиме многозадачности и постоянно отвлекаться на соцсети. Можно чередовать активный диалог и лекцию. Например, в начале общения пообщаться по теме десять-пятнадцать минут, потом дать задание, с последующим обсуждением.

3. Важна четкая формулировка и постановка конкретных задач для студентов, поскольку они могут взяться за сразу за несколько задач одновременно, но выполнить не в полном объеме (расфокусировка внимания).

4. Конкретизация представляемой информации, поскольку молодое поколение живет в более быстром темпе и общается тезисно, не принимая длительных бесед.

5. Побуждение студента к передаче материала своими словами, поскольку это намного лучше, чем он бы читал текст сгенерированной ему нейросетью. Использование нейросетей в работе с текстами уже стало обыденностью для молодых обучающихся.

6. Использовать способы визуального восприятия и представления информации в формате инфографики или с добавлением видео-роликов на занятиях. Современное поколение активно общается мемами, эмодзи и картинками.

7. Предоставление обратной связи, для побуждения и аргументации к глубокому изучению предмета.

8. Изменение системы коммуникации с обучающимися в пользу мессенджеров и видеосвязи и вне занятий. Молодое поколение ждет моментальные ответы на свои сообщения считает электронную почту не актуальной для постоянного взаимодействия.

9. Организация бальной системы занятий с возможностью получить бонусы за большое количество баллов. Поддержка и мотивировка оценками за проекты и за своевременное достижение целей и частое награждение часто.

10. Завоевание авторитет новых студентов маленькими шагами, не вступайте в острые конфликты. Студенты могут намерено искать противоречия в представляемом вами материале и использовать это как аргумент для дальнейшего игнорирования учебного процесса.

11. Использование состязательных практик зажигает дух соперничества и делает учебу увлекательной.

12. Поощрять студентов, которые мотивируют и помогают отстающим в учебном процессе, тем самым развивая коммуникативные навыки. Однако нельзя допустить, чтобы наиболее успешные студенты выполняли учебную работу за отстающих.

Выводы:

Новое Z-поколение молодых людей с легкостью осваивают инновационные технологии и не представляют мир без гаджетов. Это то поколение, которое будет пользоваться в обычной жизни искусственный интеллект и 3-D печать, генно-инженерные технологии и наноматериалы. Они

будут владеть новыми для нас неизвестными профессиями. Поэтому важно научить исследовать и познавать мир Z-поколение студентов, а не передать им теоретические знания.

### Библиографический список

1. Танишина, Е.Н., Бахарев, И.В., Танишин, Е.С. Современное медицинское образование и новое поколение студентов // Виртуальные технологии в медицине. – 2023. – № 3. – Режим доступа: [https://doi.org/10.46594/2687-0037\\_2023\\_3\\_1737](https://doi.org/10.46594/2687-0037_2023_3_1737).

2. Козырева, Г.А., Колупаева, Е.А., Книга, М.Д., Собкалова, М.И. К вопросу обучения поколения Z // Модернизация образования. – 2023. № 1. – Режим доступа: <https://doi: 10.24412/2076-1503-2023-1-77-80>.

3. Интернет ресурс: <https://rb.ru/opinion/uchit-pokolenie-z/>.

© Шангареев Б.Р., 2023

## СЕКЦИЯ 7.13. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 004

А.А. ГАЛЛЯМОВА, А.В. ПОВОРОВА, Е.А. АКУЛИНИН  
*adelagallamova46@gmail.com, sasha.povorova@icloud.com,*  
*egorca55669808@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. Ю.В. ШАРОНОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ОНЛАЙН-БИЗНЕС И КАСТОМИЗАЦИЯ ОДЕЖДЫ

*Аннотация:* данная статья обсуждает важные аспекты современного бизнеса, сосредотачивая внимание на актуальности кастомизации и онлайн-бизнеса, особенно в контексте одежды. Авторы рассматривают, как эти два тренда становятся все более существенными в современной экономике и как они взаимосвязаны. Статья предоставляет полное понимание актуальности кастомизации и онлайн-бизнеса, особенно в контексте одежды.

*Ключевые слова:* онлайн-бизнес, одежда, клиент, инновации, рынок.

Для того, чтобы понять актуальность и перспективность онлайн-бизнеса на примере кастомизации одежды, нужно для начала разобраться что это.

Онлайн-бизнес – это тип бизнеса, который основан на использовании Интернета для продажи товаров и услуг. Бизнес в Интернете можно условно разделить на 3 основных направления: продажи, оказание услуг и реклама.

Кастомизация – это внесение конструктивных или дизайнерских изменений в продукт под заказ конкретных потребителей. Проще говоря, кастомизированное изделие – это продукт, созданный по индивидуальным потребностям покупателя, который сам решает, что ему не хватает в базовом продукте, и дорабатывает его сам или обращается за помощью к специалистам.

Исходя из данных терминов, можно сказать, что онлайн-бизнес кастомизации одежды будет направлен на изготовление различных дизайнов на одежде, обуви, аксессуарах и т. д., которые будут разрабатываться по желанию клиента.

Кастомизация имеет высокую актуальность в современном мире, особенно в сфере технологий и потребительских услуг. Вот несколько причин, почему кастомизация остается актуальной:

1. Личный опыт: Кастомизация позволяет пользователям адаптировать продукты и услуги под свои личные предпочтения и потребности. Это может быть важно, особенно в сфере развлечений, где пользователи хотят настроить свой опыт игры или просмотра фильмов, или в сфере бизнеса, где компании стремятся создать персонализированные продукты для своих клиентов.



2. Конкурентное преимущество: Компании, предлагающие кастомизацию, могут иметь конкурентное преимущество на рынке. Пользователи часто предпочитают продукты или услуги, которые они могут настроить под себя, поэтому компании, предлагающие кастомизацию, привлекают больше клиентов и могут удерживать их себе на долгое время.

3. Инновации: Кастомизация стимулирует инновации и развитие новых продуктов и услуг. Когда пользователи могут влиять на характеристики и функциональность продукта, это побуждает компании к созданию новых и уникальных возможностей, которые могут удовлетворить потребности пользователей еще лучше.

4. Улучшение продукта: Кастомизация позволяет компаниям собирать обратную связь от пользователей и использовать ее для улучшения продуктов и услуг. Когда пользователи могут настраивать продукт по своему вкусу, они больше склонны делиться своими мыслями и предложениями по его совершенствованию.

5. Психологическое благополучие: Множество исследований показывают, что кастомизация повышает уровень удовлетворенности и психологическое благополучие пользователей. Когда пользователь может контролировать и настраивать свой опыт, это создает ощущение уверенности и удовлетворения.

Таким образом, кастомизация остается актуальной в современном мире и является важным инструментом для компаний и потребителей.

Онлайн-бизнес имеет высокую актуальность в современном мире и становится все более важным для компаний и потребителей. Вот несколько причин, почему онлайн-бизнес остается актуальным:

1. Глобальная доступность: Онлайн-бизнес позволяет компаниям достигать клиентов со всего мира без ограничений географии. Это дает возможность расширять рынки и привлекать больше клиентов.

2. Низкие затраты: Создание и ведение онлайн-бизнеса обычно требует меньших вложений по сравнению с традиционным бизнесом. Нет необходимости в аренде физического пространства, оплате коммунальных услуг или зарплате персонала. Это позволяет стартапам и малым компаниям входить на рынок с ограниченным бюджетом.

3. Высокая скорость и эффективность: Онлайн-бизнес позволяет компаниям вести операции быстро и эффективно. Процессы автоматизированы, а коммуникация с клиентами осуществляется через электронные платформы. Это позволяет сократить время и усилия, что особенно важно в условиях быстрого темпа современного бизнеса.

4. Растущий рынок электронной коммерции: Электронная коммерция продолжает расти и развиваться, и все больше потребителей предпочитают совершать покупки онлайн. Онлайн-бизнес позволяет компаниям входить в эту растущую индустрию и быть конкурентоспособными на рынке.

5. Лучшая аналитика и измерение результатов: Ведение онлайн-бизнеса позволяет компаниям лучше отслеживать и анализировать данные о клиентах и

продажах. Это помогает принимать обоснованные решения и улучшать результаты бизнеса.

6. Инновации и возможности для роста: Онлайн-бизнес предлагает огромное количество возможностей для инноваций и развития новых продуктов и услуг. Благодаря современным технологиям, компании могут создавать уникальные и инновационные решения, которые могут отличаться от традиционных бизнесов.

Таким образом, онлайн-бизнес остается актуальным и важным для компаний и потребителей, обеспечивая глобальную доступность, низкие затраты, эффективность, возможности для роста и инноваций.

Актуальность онлайн-бизнеса обосновано тем, что в настоящее время стало популярным выражать себя, выражать свое внутреннее «Я», как с помощью одежды, так и с помощью иных атрибутов. Данная актуальность сегодня очевидна и будет продолжать расти в будущем. Вот несколько причин, почему онлайн-бизнес кастомизации одежды является актуальным:

1. Потребительский спрос: современные потребители все больше стремятся к индивидуальности и уникальности. Они ищут способы выразить свою индивидуальность через одежду и другие атрибуты. Онлайн-бизнес кастомизации одежды позволяет им создавать уникальные и персонализированные вещи, которые в полной мере соответствуют их предпочтениям и стилю.

2. Удобство и доступность: онлайн-бизнес позволяет покупателям кастомизировать свою одежду в удобном месте и в удобное время, не выходя из дома или офиса. Они могут выбрать дизайн, цвет, материалы и другие параметры своей одежды через веб-сайты или приложения. Это делает процесс заказа кастомизированной одежды простым и удобным, привлекая больше клиентов.

3. Технологические возможности: развитие технологий, таких как 3D-принтеры и нейросети, позволяет реалистично представить и создать дизайн будущей кастомизации. Онлайн-бизнес использует эти технологии для предоставления более точных представлений и результатов в процессе кастомизации.

4. Больше возможностей для дизайнеров и производителей: онлайн-бизнес кастомизации одежды открывает больше возможностей для дизайнеров и производителей. Они могут предложить больше вариаций продуктов, создавая более широкий спектр дизайнов и опций для покупателей. Это позволяет им быть более творческими и конкурентоспособными на рынке.

5. Лояльность клиентов: пользователи, которые заказывают кастомизированную одежду, часто становятся лояльными клиентами. Это связано с тем, что кастомизированная одежда создает более глубокую связь между клиентом и брендом, так как она полностью отражает его индивидуальность. Клиенты также часто делают повторные заказы и рекомендуют бренды своим знакомым.

Таким образом, онлайн-бизнес кастомизации одежды актуален, так как отвечает растущему спросу на индивидуализацию и уникальность со стороны потребителей. Это удобно, доступно и создает больше возможностей как для клиентов, так и для производителей.

Одна из тенденций развития онлайн-бизнеса кастомизации одежды – это использование виртуальной реальности (VR). VR позволяет покупателям виртуально примерять и кастомизировать одежду. Они могут прямо на экране видеть, как будет выглядеть конечный продукт, и вносить изменения в реальном времени. Это создает более реалистичный и удобный опыт покупки, который увеличивает вероятность покупки.

Также возможно будет развиваться 3D-печать и настраиваемые фабрики. Применение 3D-печати позволяет создавать кастомизированную одежду с минимальным количеством отходов и запасов. Настроенные фабрики могут изготавливать одежду согласно индивидуальным требованиям клиентов, сохраняя гибкость и эффективность производства.

Следующая тенденция – это использование алгоритмов и искусственного интеллекта (AI). AI и алгоритмы могут помочь брендам и производителям собирать данные о предпочтениях клиентов, чтобы предложить более релевантные и персонализированные варианты кастомизации. Основываясь на этих данных, AI может рекомендовать определенные дизайны, цвета или стили, которые могут заинтересовать конкретного клиента.

Сотрудничество с потребителями: бренды все чаще сотрудничают с клиентами в процессе создания уникальных продуктов. Покупатели могут предлагать свои собственные дизайны, выбирать материалы или детали для создания одежды. Это включает клиентов в процесс и помогает создать уникальный продукт, который идеально соответствует их ожиданиям.

Также набирают популярность устойчивость и эко-френдли варианты. Покупатели все больше обращают внимание на экологическую устойчивость и этичность производства одежды. Бренды, предлагающие возможности кастомизации, могут включать в свои варианты материалы и стили, которые соответствуют требованиям устойчивого производства.

Таким образом, тенденции развития онлайн-бизнеса кастомизации одежды включают в себя виртуальную реальность, 3D-печать, AI, сотрудничество с клиентами, онлайн-сообщества и фокус на устойчивости. Кастомизация одежды становится более доступной, более точной и более соответствующей потребностям и предпочтениям покупателей.

#### **Библиографический список**

1. Басаргин, А.А. Методы искусственного интеллекта: учебное пособие / А.А. Басаргин. – Новосибирск : СГУГиТ, 2022. – 164 с.
2. Шаронова, Ю.В., Дидык, Т.Г. Бизнес-модели современной электронной коммерции // Инновационные процессы в науке и технике XXI века. Материалы XX Междунар. научно-практич. конференции студентов, аспирантов, ученых, педагогических работников и специалистов-практиков. В 3-х томах. Отв. ред. В.Я. Мауль [и др.]. – Тюмень, 2023. – С. 237–240.
3. Дидык, Т.Г., Шаронова, Ю.В. Применение информационных сервисов на предприятии // Инновационные процессы в науке и технике XXI века. Материалы XX Междунар. научно-практич. конференции студентов, аспирантов, ученых, педагогических работников и специалистов-практиков. В 3-х томах. Отв. ред. В.Я. Мауль [и др.]. – Тюмень, 2023. – С. 199–201.

© Галлямова А.А., Поварова А.В., Акулинин Е. А., 2023

Р.З. ГИЛЯЗЕТДИНОВА

*gilyazetdinova\_renata@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. А.Э. ГАЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Аннотация:* в статье рассматривается влияние цифровой культуры на процесс цифровой трансформации. Описываются основные характеристики цифровой культуры, методы ее формирования и оценки уровня развития в организации.

*Ключевые слова:* цифровая трансформация, цифровая культура, цифровизация, цифровая грамотность, цифровые компетенции.

На сегодняшний день цифровая трансформация промышленности является одним из приоритетных направлений развития Российской экономики. Помимо повсеместного внедрения современных цифровых технологий в производство, процесс цифровой трансформации также охватывает вопросы по изменению стиля управления, корпоративной культуре и внешних коммуникациях, что в свою очередь способствует повышению эффективности и конкурентоспособности предприятия [1, с. 100].

Особую роль в процессе цифровой трансформации предприятия оказывает развитие цифровой культуры. Одно из точных определений цифровой культуры дается в работе Банных Н. С.: «цифровая культура – это набор убеждений и поведенческих стереотипов, который способствует внедрению и развитию цифровых технологий в производство и управление персоналом» [2, с. 271]. При этом важны не просто навыки работы с цифровыми устройствами, но и глубокое понимание цифровых технологий, для их безопасного и эффективного использования [4, с. 7].

Трофимова Н. Н., размышляя о роли цифровой культуры для организаций, подчеркивает, что «актуальность создания цифровой культуры в рамках организации обоснована необходимостью поддержания ее конкурентоспособности в мире постоянных изменений» [3, с. 31].

В рамках мероприятий, направленных на развитие цифровой культуры в организации, важно учитывать следующие моменты:

1. Необходимо видеть конечный результат цифровой трансформации для конкретного предприятия, при этом в процесс цифровизации должен быть вовлечен каждый сотрудник, который должен знать и понимать какие задачи перед ним ставит его руководство, и осознавать свою роль в осуществляемом процессе.

2. Необходимо активно переводить существующие процессы в цифровой формат и поощрять инициативу цифровизации среди сотрудников.

3. Поощрять стремление сотрудников осваивать цифровые технологии без которых процесс цифровой трансформации невозможен.

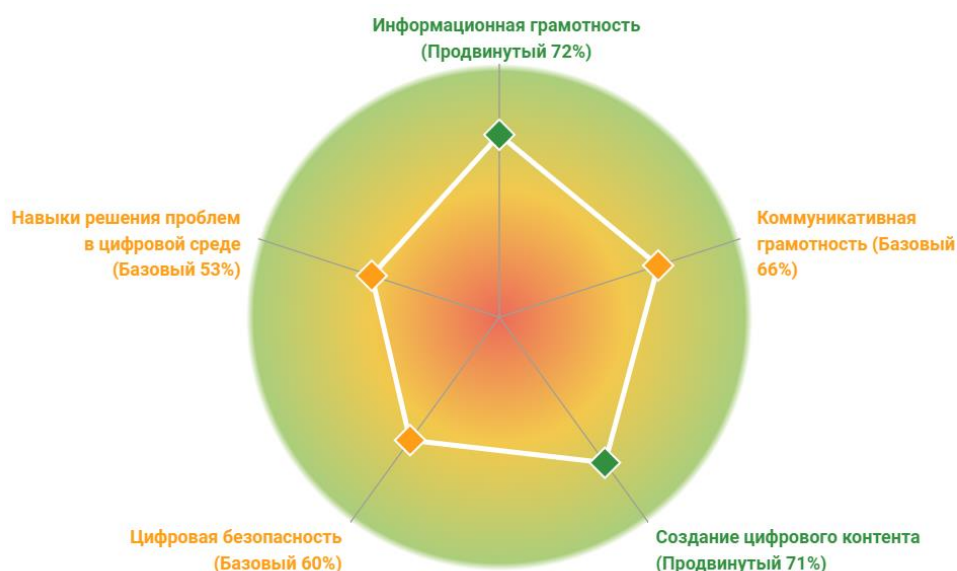
4. Необходимо учитывать потребности и ожидания клиентов при цифровизации продукции и услуг предприятия [5].

Для оценки уровня развития цифровой культуры в организации Трофимовой Н.Н. были выделены следующие критерии: «вовлеченность человека в цифровые процессы, цифровую среду; характер использования цифровых технологий; влияние технологий на развитие и рост человека, общества, предприятия, государства; креативность и инновационность (развитие высокотехнологичных отраслей, рабочих мест, создание инноваций и т. п.); рост производительности труда (внедрение высокопроизводительного оборудования и технологий в производственные и рабочие процессы); доступность технологий» [3, с. 35–36].

С понятием цифровой культуры тесно связано понятие цифровой грамотности сотрудников организации. Вместе с цифровой грамотностью рассматривают такие понятия как компьютерная грамотность (навыки использования компьютера), инновационная грамотность (навыки использования образовательных ресурсов в образовательных целях), информационная грамотность (навыки поиска нужной информации в Интернете), коммуникативная грамотность (навыки пользования онлайн-сервисами), цифровая безопасность (навыки защиты личных данных и безопасной работы в Интернете) [4, с. 8].

По мере распространения цифровых технологий в повседневной жизни к сотрудникам, наряду с требованиями к базовым компетенциям, предъявляются и требования к цифровым компетенциям. Выделяют следующие цифровые компетенции: навыки работы с цифровым контентом, поиск и обмен информацией, коммуникации и сотрудничество, обеспечение безопасности в цифровой среде, решение проблем и задач с применением цифровых технологий [4, с. 9].

Одним из возможных способов оценки уровня развития цифровых компетенций у сотрудников организации может быть платформа «Цифровой гражданин». В одной из своих работ Умаркулова Н. дает подробное описание платформе: «это профессиональная платформа для тестирования и повышения уровня цифровой грамотности человека вне зависимости от уровня знаний. Целью данной системы является подготовка сотрудника к работе в условиях цифровой экономики и повышение его конкурентоспособности. Оценка цифровых компетенций сотрудника проводится по 5 основным направлениям: информационная грамотность, коммуникативная грамотность, создание цифрового контента, цифровая безопасность, цифровая компетентность» [6, с. 125]. На рис. 1 изображена форма представления результата диагностики цифровых компетенций у условного сотрудника предприятия. По результатам диагностики выстраивается индивидуальная траектория обучения тестируемого сотрудника [7].



*Рис. 1.* Результат диагностики цифровых компетенций в системе «Цифровой гражданин»

Из рис. 1 можно сделать вывод, что условному сотруднику предприятия важно развивать свои навыки по направлениям: «Цифровая безопасность», «Навыки решения проблем в цифровой среде» и «Коммуникативная грамотность».

Таким образом, учитывая вышеизложенное, цифровая культура играет важную роль в процессе формирования цифрового облика предприятия. При этом развитие цифровой культуры на предприятии должно протекать неразрывно с процессом цифровой трансформации, вследствие их взаимосвязи.

#### **Библиографический список**

1. Ильяшенко, А.Д., Ильяшенко, Д.Л. Реинжиниринг бизнес-процессов в рамках цифровой трансформации // Сборник статей XXIII Международной научно-технической конференции. – 2019. – С. 99–101.
2. Банных, Н.С., Мальков, Н.Р. Развитие человеческого капитала РКК «Энергия» для решения сверхзадач в условиях внедрения цифровых технологий // Актуальные проблемы психологии труда, инженерной психологии и эргономики сер. «Труды Института психологии РАН» Том Вып. 10. Москва, 2021. – С. 254–276.
3. Трофимова, Н.Н., Формирование цифровой культуры как инновационный процесс развития цифрового общества / Н.Н. Трофимова // Этносоциум и межнациональная культура. – 2021. – № 9(159). – С. 29–37.
4. Гущина, О.М. Цифровая культура: электронное учебно-методическое пособие / О.М. Гущина, Е.В. Панюкова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2023.
5. Как корпоративная культура влияет на цифровизацию компании // hh.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://ufa.hh.ru/article/28667> (дата обращения: 24.10.2023).
6. Умаркулова, Н., Анисимова, Э.С. Обзор образовательных ресурсов по развитию цифровой грамотности учителей // Сборник статей LI Международной научно-практической конференции: в 2 ч. Том Часть 2. Пенза, 2022. – С. 125–127.
7. Цифровой гражданин [сайт]. – Режим доступа: <https://it-gramota.ru/> (дата обращения: 25.10.2023).

© Гилязетдинова Р.З., 2023

А.Г. ЛАПИНА

*lapina.lapina98@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Ш. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

*Аннотация:* в статье было проведено изучение таких вопросов, которые характеризуют сущность социально-трудовых отношений в предпринимательстве. Рассмотрены социально-трудовые отношения с точки зрения разных авторов. Представлены основные показатели, характеризующие регулирование социально-трудовых отношений в области предпринимательства. Изучены юридические аспекты, при помощи которых происходит регулирование социально-трудовых отношений в области предпринимательства.

*Ключевые слова:* предпринимательство; социально-трудовые отношения; социальная ответственность; психологические факторы, трудовое законодательство; социальные факторы.

Социально-трудовые отношения оказывают существенное влияние на образ жизни личности и динамику связанных с ней процессов и отношений. По мнению И. А. Кондауровой «уровень развития социально-трудовых взаимоотношений отражает степень совершенства общества в целом и социальную ориентацию его экономической системы» [7, с. 101]. В соответствии с точкой зрения О. Н. Монгуш, социально-трудовые отношения представляют собой объективно существующую взаимозависимость и взаимодействие между субъектами этих отношений в процессе труда, направленные на регулирование качества трудовой жизни [9, с. 200].

С другой стороны, С. В. Барсукова анализирует этот феномен «исключительно с социальной позиции, рассматривая его как взаимозависимость между нанимаемыми работниками и работодателями в условиях рыночной экономики, направленную на обеспечение высокого уровня качества жизни для человека, коллектива и общества в целом» [5, с. 16].

Исходя из вышеизложенного, определено, что в общем смысле социально-трудовые отношения «представляют собой особую систему взаимодействия различных социальных групп, основанную на организации и регулировании трудового процесса и справедливом распределении его результатов. Более того, эти процессы должны быть подкреплены законодательной базой» [11, с. 786].

Анализируя взгляды разных ученых и авторов на сущность и формы реализации социально-трудовых отношений предлагается следующее определение.

Социально-трудовые отношения – это система взаимодействия между сторонами трудового процесса (работодателями, работниками и иными субъектами), объединенными общими интересами и взаимными обязанностями.

Рассмотрим наиболее важные социально-трудовые показатели (рис. 1).

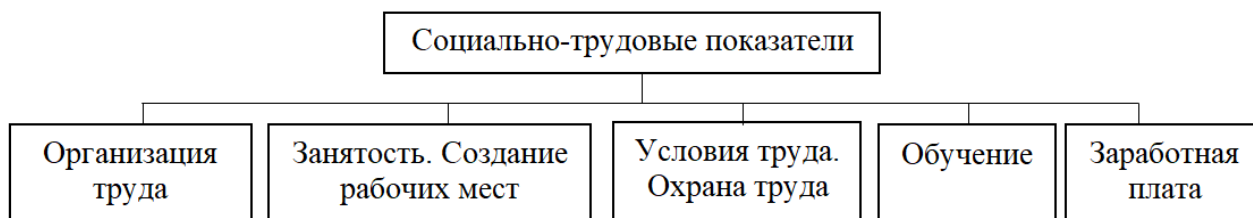


Рис. 1. Элементы системы социально-трудовых отношений

Организация и структурирование труда представляет собой комплекс операций, направленных на рациональное разделение и сотрудничество в рамках рабочего процесса, «организацию рабочих мест, внедрение передовых методов труда, улучшение условий труда и оптимизацию процедур по подбору и развитию персонала» [10, с. 134].

Как считает В. Н. Скворцов «в настоящее время в связи с внедрением особых режимов работы на предприятиях и в организациях возникает множество вопросов, связанных с защитой трудовых прав обычных сотрудников. Нестандартные формы занятости также становятся все более распространенными, и здесь важно предотвратить ухудшение положения работников» [10, с. 138].

Например, «отсутствие у самозанятых права на социальную защиту и государственные гарантии в сфере труда приводит к возрастанию социальной напряженности, угрозе снижения реальных располагаемых доходов населения и распространению масштабов бедности, а также к существенному уменьшению поступлений в бюджеты государственных внебюджетных фондов и риску снижения поступлений в бюджеты субъектов Российской Федерации» [4].

Учитывая это, необходимо «усилить правовой статус самозанятых лиц в законодательстве Российской Федерации, запретить самостоятельную деятельность в опасных и вредных условиях труда, расширить ответственность самозанятых лиц. Организация рабочего места неразрывно связана с вопросами условий и охраны труда» [4]. Большинство компаний и предприятий обращают внимание на безопасность труда только после того, как произошел несчастный случай.

Если крупные предприятия могут позволить себе обучение и контроль за своими работниками, то малые предприятия часто экономят, пренебрегая специализированной подготовкой и проверкой знаний для работников, занятых на опасных работах.



Одним из значимых факторов в рамках социально-трудовых отношений является эффективность оплаты труда [6, с. 184]. Эта характеристика играет важную роль в оценке социально-трудовых условий и отражает уровень материальной стабильности работников. Проблемами по данному аспекту могут стать низкий уровень оплаты труда на уровне прожиточного минимума (что в свою очередь исключает вопросы со стороны контролирующих органов), заработные платы в конверте, отсутствие выплат за вредность, заключение невыгодных договоров для работников (гражданско-правовые, самозанятость).

Указанные на рис. 1 элементы обеспечиваются законодательством, трудовыми договорами, социальными гарантиями, положениями по охране труда, прецедентами и информационно-аналитическими материалами по трудовым спорам, нормами корпоративной социальной ответственности.

Одним из важных инструментов в мире бизнеса для посредничества таких отношений является юридический аспект. Это законодательный акт, направленный на обеспечение стабильных условий для предпринимательской деятельности, защиту прав работников, предотвращение недобросовестной конкуренции и дискриминации на рынке труда.

Как установлено статьей 72 Конституции Российской Федерации, «трудовое законодательство является совместным ведением Российской Федерации и ее субъектов. В связи с этим, регулирование социально-трудовых отношений осуществляется как на федеральном, так и на региональном уровнях. Региональная система регулирования социально-трудовых отношений основывается на положениях статьи 75.1 Конституции Российской Федерации, Трудового кодекса Российской Федерации и (говоря о субъектах РФ) Законе Республики Башкортостан от 06.12.2005 № 252-з [1]. Для развития системы социально-трудовых отношений значимыми юридическими актами в Республике Башкортостан являются Постановление Правительства Республики Башкортостан от 30.01.2020 № 52, Указ Главы Республики Башкортостан от 20.10.2021 № УГ-605» [2; 3].

Эти акты способствуют созданию сбалансированных условий труда и обеспечению прав и интересов работников.

Современное практическое осуществление правового поля в рамках региональной отраслевой системы, которая регулирует социально-трудовые отношения, неразрывно связано с использованием коллективно-договорной формы в деятельности профсоюзных организаций.

В международной практике социальное партнерство определяется как механизм, оптимизирующий и уравнивающий интересы всех сторон. Оно позволяет через призму права регулировать социально-трудовые отношения на основе договорных принципов.

Разрешением конфликтов занимаются специальные социальные институты и профсоюзные организации. Согласно исследованию Е.Ю. Минаевой, необходимо использовать концепцию корпоративной социальной ответственности в качестве дополнительного механизма социального регулирования трудовых отношений и достижения баланса интересов между сторонами [8, с. 83]. «Целесообразно разработать систему мер, включающую государственный заказ, субсидирование, обучение и поддержку затрат на государственные субсидии, для повышения

заинтересованности работодателей в создании адекватной организации труда и обеспечении безопасных и комфортных условий труда» [4]. Эти меры улучшат систему социальных и производственных отношений компаний. Также необходимо более подробно рассмотреть в трудовом законодательстве трехсторонние соглашения применимо к малым предприятиям. Стоит отметить, что региональные соглашения должны распространяться и на индивидуальных предпринимателей с работниками и работодателями с учетом гарантий минимальной заработной платы.

#### **Библиографический список**

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 04.08.2023, с изм. от 24.10.2023).

2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 30 января 2020 г. № 52 «О назначении координаторов республиканских трехсторонних (двусторонних) отраслевых (межотраслевых) комиссий по регулированию социально-трудовых отношений».

3. Указ Главы Республики Башкортостан от 20.10.2021 № УГ-605 «О мерах по обеспечению развития социального партнерства в сфере труда в РБ».

4. Постановление Генсовета ФНПР от 21.09.2022 № 12-2 «О взаимодействии профсоюзов с органами государственной власти».

5. Барсукова, С.В. Социальное партнерство и корпоративная социальная ответственность как институты регулирования социально-трудовых отношений в современной России / С.В. Барсукова // Современные прикладные исследования: материалы шестой Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. В 2-х томах, Шахты, 16-18 марта 2022 года. Том 2. – Новочеркасск: Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова, 2022. – С. 16–21.

6. Галимова, А.Ш., Мамаев, А.В. Принципы организации эффективной системы мотивации персонала // Актуальные проблемы социальных и трудовых отношений. Материалы X Междунар. научно-практич. конференции, посвященной 300-летию образования Российской академии наук. Махачкала, 2023. – С. 184–185.

7. Кондаурова, И.А. Модели социально-трудовых отношений: особенности регулирования / И.А. Кондаурова, Е.С. Чех // Сборник научных работ серии «Государственное управление». – 2020. – № 17. – С. 100–108.

8. Минаева, Е.Ю. Проблемы внедрения корпоративной социальной ответственности на отечественных предприятиях / Е. Ю. Минаева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – №2 (84). – С. 83–89.

9. Монгуш, О.Н. Регулирование социально-трудовых отношений на основе коллективного договора / О.Н. Монгуш, А.С.А. Комбу // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-1(76). – С. 199–202.

10. Скворцов, В.Н. Особенности регулирования социально-трудовых отношений на малых предприятиях / В.Н. Скворцов // Социально-трудовые исследования. – 2022. – № 1 (46). – С. 128-141.

11. Salimova, G., Ableeva, A., Lubova, T., Sharafutdinov, A. G., Araslanbaev, I., Galimova, A., Bakirova, R. Recent trends in labor productivity // Employee Relations. – 2022. – Т. 44. – № 4. – P. 785–802/

© Лапина А.Г., 2023

К.С. МАРУШКО

*Livinaksusha2013@ya.ru, aigul\_galimova@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Ш. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Аннотация:* в статье рассмотрены основные методы повышения конкурентоспособности бюджетных учреждений, оказывающих медицинские услуги. Выделены основные мероприятия по повышению конкурентоспособности таких организаций.

*Ключевые слова:* здравоохранение, конкуренция, бюджетные организации, повышение конкурентоспособности.

Такое качество, как конкурентоспособность, можно оценивать только в пределах групп организаций, относящихся к одной отрасли или производящих аналогичную продукцию (услуги).

Л. М. Датиева сообщает, что «существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия» [4]:

- «рост объемов реализации продукта (услуги или работы);
- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг» [1].

«Во-первых, такой способ повышения конкурентоспособности как рост объема реализации» [10] услуги (работы) вряд ли оправдывает ожидания, так как чаще всего не учитывают одни из важных показателей для организации – это расходы и прибыль. Согласно этому методу, для начала необходимо определить объем реализации услуги (работы), который сможет обеспечить безубыточность деятельности.

«Во-вторых, качество предоставляемой услуги сможет поднять имидж организации среди клиентов, стать залогом выхода на внешний рынок, а также – основой для максимизации прибыли» [10].

«В-третьих, уменьшение расходов всегда был одним из закоренелых методов увеличения конкурентного преимущества. В этом случае в выгодном положении окажется та организация, которая, приняв определенный комплекс мер, добилась более низких издержек, чем ее конкуренты. Однако в современных условиях сохранить такое преимущество достаточно сложно. «Учреждения, выбравшие конкурентный путь увеличения затрат, постоянно

анализируют затраты на всех этапах разработки продукта, маркетинга и продаж» [4].

В-четвертых, не стоит забывать о бенчмаркинге. «Бенчмаркинг – это систематический и непрерывный поиск и изучение передового опыта конкурентов и игроков смежных отраслей, постоянное сравнение желаемых результатов и изменений бизнеса с разработанной эталонной моделью» – пишет Н.Р. Давлетгареев [3].

Бюджетные организации в настоящее время «вынуждены прибегать к инструментам маркетинга как для изучения и удовлетворения спроса потребителей услуг, так и для разработки конкурентоспособной стратегии развития своего учреждения» [9]. «Поскольку в условиях рыночных отношений бюджетные учреждения в области здравоохранения должны предусмотреть «гибкое сочетание системы бесплатных гарантированных услуг, объем которых утверждается государственным заданием, и платных лабораторно-экспертных услуг» [9].

«В настоящее время экономическая ситуация наталкивает бюджетные учреждения на использование алгоритма планирования на основе процессного подхода, определяющего развитие процесса управления на отдельных последующих этапах: первый – анализ рыночных возможностей бюджетных учреждений, второй – стратегическое планирование, основанное на анализе рыночных возможностей, третий – реализация стратегии и четвертый – анализ и аудит» [1].

«Анализ рыночных возможностей бюджетных учреждений в области здравоохранения должен включать оценку внешней среды учреждения и его внутренней среды» [1]; «анализ потребителей услуг, их потребностей, спрос, сегментация рынка; анализ конкурирующих организаций; выбор целевого рынка, оценку внутренней среды» учреждений, их сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ» [9]. Таким образом, при разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности бюджетных учреждений в области здравоохранения можно использовать SWOT- и PEST-методики.

«Следующим шагом по повышению конкурентоспособности бюджетной организации в сфере здравоохранения является разработка алгоритмов оказания отдельных услуг и маршрутов клиентов, которые позволят улучшить взаимодействие персонала разных подразделений в процессе оказания услуг» [8].

«Проведение самооценки качества оказываемых услуг является одним из обязательных требований стандарта» [8].

«При выявлении несоответствий в ходе самооценки качества устанавливаются причины их возникновения, определяется возможность корректирующих и предупреждающих действий» [8].

«Самооценка качества проводится работниками бюджетной организации согласно утвержденному графику. Результаты аудита служат основанием для оценки эффективности системы качества, ее соответствия заявленной политике

и целям, а планируемые мероприятия направлены на обеспечение гарантированного качества предоставляемых услуг» [8].

«Кроме того, основой обеспечения гарантированного качества предоставляемых услуг является система эффективной обратной связи с клиентами и работниками организации» [8].

«Мониторинг степени удовлетворенности клиентов качеством оказываемых услуг осуществляется путем анкетирования их в организации или на ее сайте, где пациенты и сотрудники имеют возможность открыто высказать свое мнение по данной теме. Кроме того, рекомендуется анализировать жалобы и обращения клиентов» [2].

«Внутренними потребителями системы менеджмента качества являются работники организации. Для повышения уровня удовлетворенности сотрудников предлагается внедрить эффективную систему оплаты труда, программы социальной поддержки и вовлечения персонала в процесс управления организацией» [2].

«Результаты самооценки, анализа удовлетворенности клиентов и сотрудников могут использоваться для анализа функционирования системы менеджмента качества в бюджетной организации» [7].

Следующим мероприятием по повышению конкурентоспособности бюджетной организации в области здравоохранения выделим подготовку и повышение квалификации сотрудников организаций.

«Деятельность сотрудников бюджетных организаций в области здравоохранения напрямую связана с постоянным повышением квалификации и профессиональным ростом, в процессе своей работы сотрудник таких учреждений должен уметь решать всевозможные задачи и эффективно принимать решения» – считает Л.Э. Дубаневич [5]. «Основанием для решения такого рода задач служит постоянный контроль за работой кадрового состава» [5].

В своей работе С.В. Ильченко пишет: «Современная направленность инноваций в кадровом менеджменте связана со следующими задачами: улучшение продуктивности деятельности; эффективное обучение и развитие персонала; улучшение межличностных взаимоотношений и создание творческой среды организации; улучшение качества жизни; стимулирование конструктивных идей; освобождение менеджеров от рутинных функций; повышение восприимчивости и адаптивности персонала к нововведениям» [6].

«Учитывая постоянное развитие и темпы роста современной работы государственных бюджетных учреждений, необходимо четко определить дальнейшие направления развития и профессионального роста персонала» [5] таких организаций.

«Первый этап. Задачи и цели. Главные цели программы: повысить эффективность деятельности» [5] работников бюджетных организаций, «повысить профессиональную результативность деятельности сотрудников; обеспечить кадровое наполнение высококвалифицированными кадрами для их

более эффективной деятельности. Для того, чтобы достичь выполнения поставленных целей, нужно рассмотреть выполнение следующих задач:

- внедрение новых технологий и инноваций при совершенствовании и развитие кадровой политики бюджетной организации, направлять их на совершенствование профессиональной этики и улучшение кадрового потенциала» [5];

- «работать с кадровым резервом и повышение его эффективности;

- постоянно контролировать и способствовать процессу обучения и повышения квалификации сотрудников;

- «контроль за выполнением сотрудниками правил и норм поведения, принятых и утвержденных в установленном порядке;

- недопущение коррупции и конфликтов из-за разных интересов сотрудников» [5];

- «разработка такой системы оплаты труда работников, которая учитывает результативность каждого;

- введение дополнительных методов стимулирования сотрудников» [5].

«Второй этап. Мероприятия данной программы. В эту программу должны быть включены «мероприятия, направленные на улучшение деятельности и развития сотрудников» бюджетной организации» [5]. «Разработанные мероприятия должны выполняться по следующим направлениям:

- внедрение новых технологий и инноваций при совершенствовании и развитии кадровой политики» [5], «направление их на совершенствование профессиональной этики и совершенствование кадров;

- совершенствование механизмов профессионального и дополнительного обучения;

- совершенствование норм и правил при оценке деятельности работника организации» [5];

- «предотвращение коррупций и конфликтов, возникающих на основе разногласия интересов сотрудников» [5].

«Третий этап. Обеспечение ресурсами» [5]. Финансирование данного вида программы и выделение дополнительных средств на ее выполнение происходит при формировании годовой сметы, где это финансирование учитывается. Бухгалтерия бюджетной организации указывает в смете суммы, необходимые для реализации программы.

«Четвертый этап. Процесс реализации мероприятий Программы. Реализация программы происходит после ее утверждения» [5].

«Пятый этап. Результаты реализации Программы. Программа оценивается с бюджетной и социальной стороны ее эффективности. Осуществление разработанных мероприятий программы поможет достичь следующих результатов» [5]:

- непрерывное обучение работников, их самостоятельное стремление к профессиональному образованию и обучению, повышению квалификации;

- использование новых технологий и инноваций для совершенствования и развития кадровой политики;

– развитие резерва и человеческого потенциала и повышение их эффективности;

– «создание системы для работников организаций социальной и правовой защиты и дополнительных прав на получение различных гарантий» [5].

«Проведение этих мероприятий позволит обновить и дополнить персонал» [5] бюджетных организаций «профессиональными кадрами, применять на практике инновационные методы совершенствования кадровой политики» [5], удовлетворения требований к квалифицированным работникам.

Учитывая вышеизложенное, для повышения «конкурентоспособности бюджетных организаций возможно проведение различных мероприятий. Выделим основные из них:

1. Разработка алгоритма планирования на основе процессного подхода, определяющего развитие процесса управления на отдельных последующих этапах: первый – анализ рыночных возможностей бюджетных учреждений» [1], «второй – стратегическое планирование, основанное на анализе рыночных возможностей, третий – реализация стратегии и четвертый – анализ и аудит» [9].

2. «Анализ рыночных возможностей бюджетных учреждений в области здравоохранения, включающий оценку внешней среды учреждения и его внутренней среды, в том числе анализ макросреды организации, т. е. использование SWOT- и PEST- методик.

3. Проведение самооценки организации, а также анализа удовлетворенности клиентов и сотрудников, что способствует повышению эффективности системы качества» [1], ее соответствия заявленной политике и целям, и обеспечение гарантированного качества предоставляемых услуг.

4. Проведение подготовки и повышение квалификации сотрудников организаций для формирования профессионального кадрового резерва и как следствие повышение качества оказываемых услуг.

### **Библиографический список**

1. Галимова, А.Ш. Укрепление конкурентоспособности бюджетной организации в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс] / А. Ш. Галимова, К.С. Марушко // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 4(172). – С. 21–24. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54287785>.

2. Горохова, И.В. Подходы к управлению качеством медицинской помощи в многопрофильной городской поликлинике в соответствии с требованиями международного стандарта ИСО 9001 [Электронный ресурс] / И.В. Горохова // Вестник Росздравнадзора. – 2015. – № 4. – С. 53–59. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24891600>.

3. Давлетгареев, Н.Р., Давлетгареева, Т.Б. Пути повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] / Н.Р. Давлетгареев, Т.Б. Давлетгареева // Проблемы управления рыночной экономикой: межрегиональный сборник научных трудов. – Томск: Изд-во ТПУ, 2015. – Т. 1. – С. 76–81. – Режим доступа: [https://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/19225/1/conference\\_tpu-2015-C53-V1-019.pdf](https://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/19225/1/conference_tpu-2015-C53-V1-019.pdf).

4. Датиева, Л.М. Пути повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] / Л.М. Датиева // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiy>.

5. Дубаневич, Л.Э. Повышение конкурентоспособности бюджетных учреждений на основе подготовки и повышения квалификации персонала [Электронный ресурс] / Л.Э. Дубаневич // Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сборник статей V Международной научно-практической конференции, Пенза, 11–12 мая 2020 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2020. – С. 66–69. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43040516>.

6. Ильченко, С.В. Инновационное изменение системы кадрового менеджмента как ключевой показатель развития жилищно-коммунальной сферы [Электронный ресурс] / С.В. Ильченко // Тенденции и перспективы развития социотехнической среды: материалы IV международной научно-практической конференции / Ответственный редактор И. Л. Сурат. – 2018. – С. 556–562. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36494498>.

7. Карамова, А.С. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности медицинских организаций [Электронный ресурс]: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Аида Саркисовна Карамова. – Сочи, 2018. – С. 15. – Библиогр.: с. 139–157. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/economika-hoziajstva/karamova-organizacionno-jekonomicheskij-mehanizm-obespechenija-konkurentosposobnosti.html>.

8. Ласковский, А.А. Влияние управления качеством медицинских услуг на конкурентоспособность организации [Электронный ресурс] / А.А. Ласковский // Управление качеством продукции и услуг: Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 15–16 марта 2022 года. – Санкт-Петербург: Общество с ограниченной ответственностью «ГЭС», 2022. – С. 58–61. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49240556>.

9. Полякова, М.Ф. Маркетинг как основа делового планирования в организациях Роспотребнадзора на примере ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Липецкой области» [Электронный ресурс] / М.Ф. Полякова, С.И. Савельев, В.В. Коротков // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 1-9. – С. 1897–1902. – Режим доступа: [https://s.fundamental-research.ru/pdf/2015/2015\\_01\\_9.pdf#12](https://s.fundamental-research.ru/pdf/2015/2015_01_9.pdf#12).

10. Стяжкина, Н.И. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий социокультурного профиля и методы повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Н.И. Стяжкина // Проблемы научно-практической деятельности. Перспективы внедрения инновационных решений: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Ижевск, 17 декабря 2019 года. Том Часть 1. – Ижевск: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 193–197. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41545615>.

© Марушко К.С., 2023



А.Н. УГЛИ ПАРДАЕВ

*pardaev.abdurasul2@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.А. РАБЦЕВИЧ

## ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Аннотация:* процесс планирования является неотъемлемой частью успешного управления фирмой. Однако, успешное планирование не может происходить в вакууме. Внешняя среда, включающая экономические, социокультурные, политические и технологические факторы, оказывает значительное влияние на планирование и развитие организации. В этой статье мы рассмотрим основные аспекты влияния внешней среды на процесс планирования фирмы и предложим стратегии для успешной адаптации к переменам в окружающей среде. Автор также такую компанию, как ПАО «Газпром» и ее способы планирования деятельности.

*Ключевые слова:* внешняя среда, планирование, фирма, гибкость, адаптивность, стратегическое мышление, SWOT-анализ, возможности, угрозы, мониторинг, обновление информации, тенденции, изменения законодательства, Газпром.

Внешняя среда играет важную роль в процессе планирования фирмы, поскольку она включает в себя множество факторов и условий, которые могут оказать влияние на бизнес-операции и достижение поставленных целей. Рассмотрим некоторые из основных аспектов влияния внешней среды на процесс планирования фирмы табл. 1 [4, с. 160].

Таблица 1

Влияние внешней среды на процесс планирования фирмы

Название факторов	Краткое описание фактора
1	2
Экономическая среда	Экономические условия, такие как рост ВВП, инфляция, безработица, уровень доходов и ставки процента, могут существенно влиять на планирование фирмы. Высокая инфляция, например, может повлечь за собой рост затрат на производство и снижение покупательной способности потребителей
Политическая и правовая среда	Политическая стабильность и законодательная среда имеют важное значение для планирования фирмы. Политические решения, законодательные акты и регулирование могут влиять на условия ведения бизнеса
Технологическая среда	Развитие технологий и инновации могут значительно повлиять на планирование фирмы. Новые технологии могут изменить способы производства, коммуникации с клиентами, рыночные возможности и конкурентные преимущества

1	2
Социокультурная среда	Социокультурные факторы, такие как изменение потребительских предпочтений, демографические изменения и социальные тренды, также имеют значительное влияние на планирование фирмы. Например, изменение вкусов и предпочтений потребителей может потребовать изменений в продукте или маркетинговых стратегиях

Влияние внешней среды на процесс планирования фирмы подчеркивает важность гибкости, адаптивности и стратегического мышления. Фирмы должны быть готовы реагировать на изменения во внешней среде, анализировать их воздействие и принимать необходимые меры для достижения своих целей в долгосрочной перспективе. Только путем учета и анализа внешней среды фирмы смогут разработать эффективные стратегии и планы, способные обеспечить успех и устойчивое развитие. [3, с. 26]

Одним из инструментов, используемых фирмами для адаптации, является SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз). Он позволяет выявить внутренние преимущества и недостатки фирмы, а также внешние возможности и угрозы, которые могут повлиять на планирование. На основе SWOT-анализа фирма может разработать стратегии, которые опираются на ее сильные стороны, минимизируют слабости, используют возможности рынка и предусматривают противодействие угрозам.

Вот более подробная информация о каждом аспекте SWOT:

- сильные стороны (Strengths) – это внутренние преимущества и ресурсы, которыми фирма располагает. Они могут включать в себя высокое качество продуктов или услуг, преимущества в производственных процессах, сильные бренды, экспертизу и опытных сотрудников.

- слабые стороны (Weaknesses) – это внутренние ограничения и недостатки, с которыми фирма сталкивается. Они могут включать в себя отсутствие определенных ресурсов, недостаточную масштабируемость, слабые системы управления, низкую маржинальность.

- возможности (Opportunities) – это внешние факторы и ситуации, которые могут принести выгоду фирме. Они могут быть связаны с изменениями в рыночной среде, новыми технологиями, изменениями потребительских предпочтений, ростом рынка.

- угрозы (Threats) – это внешние факторы и ситуации, которые могут негативно повлиять на фирму. Они могут быть связаны с конкуренцией, изменениями в законодательстве, экономическими факторами, изменениями вкусов потребителей.

Используя результаты SWOT-анализа, фирма может разработать стратегии, которые учитывают ее сильные стороны, минимизируют слабости, используют возможности рынка и предусматривают противодействие угрозам. [1, с. 45]

Важно также поддерживать постоянный мониторинг и обновление информации о внешней среде. Фирмы должны следить за новыми тенденциями,

изменениями законодательства, рыночными перемещениями и конкурентной ситуацией. Это позволяет фирмам оперативно реагировать на изменения, пересматривать свои планы и стратегии в соответствии с новыми условиями [5, с. 146].

Стратегическое мышление также играет важную роль в планировании. Фирмы должны иметь долгосрочную перспективу и способность видеть свою позицию на рынке в долгосрочной перспективе. Они должны стремиться к развитию конкурентных преимуществ, прогнозировать изменения и эффективно управлять рисками [2, с. 81].

Таким образом, внешняя среда оказывает значительное влияние на процесс планирования фирмы. Гибкость, адаптивность и стратегическое мышление становятся ключевыми качествами, позволяющими фирмам успешно адаптироваться к изменениям и разрабатывать эффективные стратегии и планы для достижения своих целей в долгосрочной перспективе.

Адаптивность предполагает готовность фирмы изменять свою стратегию, продукты, услуги и процессы в соответствии с требованиями внешней среды. Фирмы, которые могут приспосабливаться к новым тенденциям и требованиям рынка, обычно имеют больше шансов на успех. Это может включать разработку новых продуктов, исследование новых рынков, установление партнерств.

Рассмотрим процесс планирования в одной из крупнейших организаций в Российской Федерации. ПАО «Газпром» – российская компания в сфере добычи, транспортировки и продажи природного газа. Процесс планирования деятельности этой организации включает в себя множество аспектов и зависит от различных факторов, включая внешнюю среду.

Данная организация использует один из способов планирования – стратегическое планирование. Компания разрабатывает долгосрочные стратегии, которые охватывают перспективы на несколько лет вперед и определяют основные направления развития. Важно отметить, что ПАО Газпром работает в сложной глобальной индустрии, и его процесс планирования сильно зависит от множества факторов, включая геополитическую обстановку и цены на энергоносители.

На официальном сайте ПАО «Газпром» организации: «Отмечено, что в «Газпроме» действует трехуровневая система планирования – краткосрочное (на 1 год), среднесрочное (1–3 года) и стратегическое (долгосрочное, 10 лет и более). Эта система учитывает лучшие современные российские и зарубежные практики и методологии, разработанные ведущими отраслевыми организациями и экспертами. Принципы, на которых она построена – комплексный подход, сбалансированность системы показателей, научная обоснованность, эффективность и преемственность управленческих решений» [6].

Стратегическое мышление позволяет фирме видеть долгосрочную перспективу и разрабатывать стратегии, основанные на анализе внутренних и внешних факторов. Фирмы, которые имеют стратегическое мышление могут определить свои конкурентные преимущества, выявить новые возможности и разработать планы действий для достижения своих целей.

Внешняя среда играет важную роль в планировании фирмы. Изменения на рынке, в законодательстве, в потребительских предпочтениях и другие факторы внешней среды могут значительно влиять на бизнес. Фирмы, обладающие гибкостью, адаптивностью и стратегическим мышлением способны эффективно реагировать на эти изменения и адаптироваться к ним.

### Библиографический список

1. Костин, С.Ю. Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя / С.Ю. Костин, Д.И. Мещеряков, М.И. Иваев // Вопросы устойчивого развития общества. – 2021. – № 3. – С. 77–86.

2. Лехтянская, Л.В. Внешняя среда – фактор, влияющий на реализацию управленческого решения // Карельский научный журнал. – 2022. – № 2. – С. 24–27.

3. Литовченко, О.В. Внешняя среда организации: роль, значение и Ключевые факторы // Устойчивое развитие: анализ тенденций российской и мировой экономики: сборник Международной научно-практической конференции, 4-5 апреля 2023 г. – Махачкала: АЛЕФ, 2023. – С. 158–161.

4. Лысенко, Д.В. Количественный анализ современных тенденций развития нефтяной отрасли Республики Башкортостан // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2021. – № 4. – С. 99–107.

5. Зулкарнай, И.У. Нефтехимическая зависимость Республики Башкортостан: Pro et contra диверсификации экономики: монография. – Уфа: Принт+, 2021. – 166 с.

6. Рабцевич, А.А. Экономические эффекты внедрения электромагнитных технологий в нефтедобывающую отрасль Республики Башкортостан // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия «Экономика». – 2023. – № 1. – С. 98–107.

7. Рабцевич, А.А. Целесообразность применения электромагнитных технологий в разработке нефтяных месторождений Республики Башкортостан // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 2. – С. 64–71.

8. Хубеев, Т.Р. Прогностический функционал в организационной структуре нефтегазовых компаний // Вестник УГНТУ. Экономика. – 2021. – № 2. – С. 20–29.

9. Чарымаммедов, К. Внешняя среда фирмы // Cognitio Rerum. – 2023. – № 5. – С. 145–147.

© Пардаев А.Н. угли, 2023

А.М. РАХМАТУЛЛИНА

21112000ljxf@mail.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. А.Ш. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТЕКУЧЕСТЬ ПЕРСОНАЛА**

*Аннотация:* в статье представлены результаты анализа данных об использовании цифровых инструментов для снижения и предупреждения текучести персонала, представлены примеры использования искусственного интеллекта и предиктивной аналитики для данных целей.

*Ключевые слова:* текучесть персонала, ИИ, предиктивная аналитика, HR-аналитика.

В настоящее время цифровая трансформация охватила все области жизни, в том числе это касается сферы управления персоналом.

С проблемой текучести кадров в той или иной степени сталкиваются практически все предприятия. При этом уровень данной проблемы может отличаться, поскольку текучесть кадров может быть низкой, нормальной и высокой. Специалистами отмечается, что высокий уровень текучести персонала дорого обходится любой компании, поскольку провоцирует появление следующих негативных последствий:

- новые сотрудники часто отличаются низкой производительностью труда в период их обучения;
- уменьшение объемов производства в период обучения и адаптации новичков;
- увеличение трат на подготовку и обучение новых работников;
- рост числа бракованной продукции, производимой новичками в период их обучения;
- ухудшение экономического положения предприятия в целом и его репутации работодателя и т. д. [4, с. 158].

Указанные причины побуждают работодателей стараться удерживать сотрудников и максимально снизить текучесть своего персонала.

Одной из главных причин увольнения по собственному желанию, помимо очевидного недостаточного уровня заработной платы, является эмоциональное выгорание, которому способствуют однообразность рабочих процессов, отсутствие мотивации и потеря интереса к решению рабочих задач. Поэтому, зная о возможной подверженности своих сотрудников данной проблеме, работодатель может заблаговременно предпринять необходимые меры, которые позволят не допустить увольнения работников.

Примерами, использования цифровых инструментов определения вероятности увольнения, построенных на базе предиктивных (т. е. прогнозных) моделей, являются аналитические технологии Big Data и Machine Learning.

Для построения корректной модели будущего поведения сотрудника собирают следующую информацию, представленную на рис. 1.

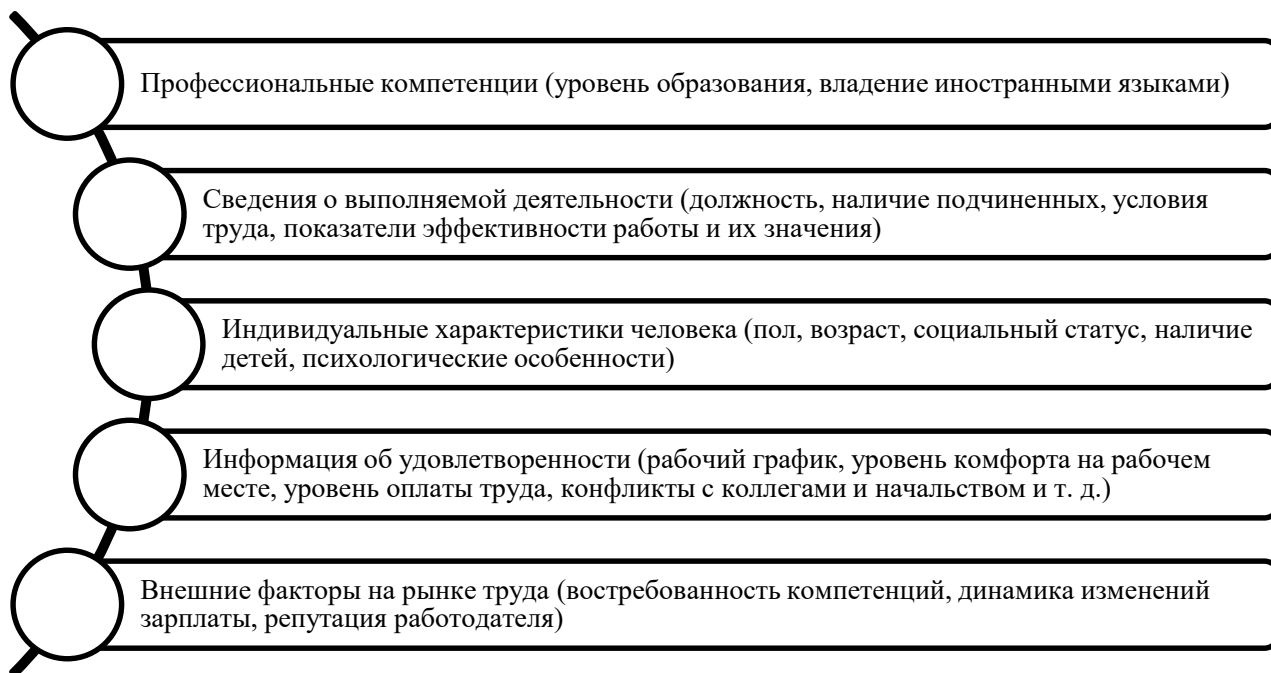


Рис. 1. Данные для построения корректной модели будущего поведения сотрудника\*

\*Выполнено по [2].

Например, сбор таких данных используется HR-менеджерами корпорации IBM. При этом они заранее получают сигналы об увеличении рисков увольнения сотрудников и имеют возможность предотвратить это.

Подобным образом в корпорации Hewlett-Packard используется Big Data система предиктивной аналитики. Так, в 2011 году специалистами компании были построены собственные ML-модели, которые прогнозировали вероятность увольнения персонала. Для составления прогноза проводился анализ информации, предоставляемой отделом кадров, за предыдущие 2 года. По итогам анализа был сгенерирован определенный индивидуально показатель для каждого сотрудника – «Flight Risk» (риск ухода). Такой показатель сигнализировал HR-менеджерам о проблеме, и они могли заранее реагировать на возможные увольнения и предупреждать их. По оценкам компании указанная система машинного обучения позволила Hewlett-Packard сэкономить около 300 млн долл. США [2].

Искусственный интеллект также используется в управлении кадрами, в том числе для поиска выгоревших работников. Например, американская компания Ultimate Software Group, которая создает программное обеспечение для управления персоналом, сформулировала индекс сохранности сотрудников. Данный индекс рассчитывается на основе 50 показателей, отражающих

желание сотрудника в ближайшее время уволиться. Такой алгоритм востребован компаниями, в которых работают трудно заменимые специалисты.

Опыт другой компании – Experian, которая занимается аналитикой в сфере кредитования, свидетельствует, что использование алгоритмов уменьшило текучесть персонала на 4%, при этом экономия, по данным компании, составила 14 млн долл. США за два года (для расчета экономии использовались затраты на переобучение новых сотрудников).

Такая компания, как IBM применила собственный суперкомпьютер с системой ИИ Watson для оценки настроения отдельного сотрудника. При этом анализируются такие данные как:

- карьерный рост;
- продолжительность работы в компании;
- заработная плата;
- рабочие обязанности;
- расстояние от дома до работы и т. д.

Дополнительным показателем выступает количество постов работника во внутренней социальной сети IBM, поскольку предполагается, что перед увольнением активность использования корпоративной социальной сети снижается. Как утверждает представитель компании Дэвид Грин, теперь компания может определить за шесть-девять месяцев, кто собирается уходить, и поэтому может принять меры на предупреждение этого. Например, повысить заработную плату ценному сотруднику, продвинуть его по службе и т. д.

Следует отметить, что существенной проблемой для многих компаний является не только текучесть среди высоких профессионалов, но среди массового персонала. Справиться с этим также помогут цифровые решения, которые могут показать неожиданные факторы, способствующие или препятствующие увольнению работников. Например, по данным российской ИТ-компании IBS, специализирующейся на предиктивной HR-аналитике, близость проживания менеджера по продажам к месту работы влияет на эффективность его трудовой деятельности. Сотрудники, которые устроились на работу по рекомендации друзей и знакомых, работают дольше других, но при этом менее эффективны коллег, которые были наняты из других источников (объявлений, рекрутинговых агентств и т. д.). Переехавший в Москву по работе житель Крайнего Севера, скорее всего, уволится с работы в первый же месяц, если он не располагает финансовыми средствами минимум на четыре месяца проживания в столице [3].

При всех положительных моментах использование для предупреждения текучести персонала представленных цифровых инструментов характеризуется таким основным недостатком как их высокая стоимость, поэтому только крупные компании могут себе позволить их использовать. Также предиктивная аналитика кажется слишком сложной в использовании работодателями.

Для внедрения HR-аналитики компании должны быть соответствовать следующим условиям:

- располагать достаточно «чистыми» данными, качество которых не подлежит сомнений;
- внедрить и использовать процессы сбора и стандартизации данных;
- располагать навыками анализа и интерпретации результатов.

Однако главным условием, по мнению директора по персоналу и организационному развитию X5 Retail Group Татьяны Красноперовой, является осознание принятия управленческих решений на основе данных, а не личного опыта или мнений [1].

Таким образом, можно заключить, что цифровизация положительно влияет на текучесть персонала, предоставляя инструменты для анализа и предотвращения ситуаций, которые способствуют увольнению сотрудников. Многие крупные компании, например, внедрили предиктивную HR-аналитику, однако ее использование сопряжено с высокими затратами, которые могут быть покрыты за счет экономии от удержания ценных специалистов или предупреждения затрат на массовое обучение новых сотрудников.

### **Библиографический список**

1. Вильде, О. Предиктивная аналитика в HR: модно или просто-напросто необходимо // РосБизнес Консалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/demo/5cb854709a79472f2af8d52a> (дата обращения: 22.03.2023).

2. Вичугова, А. Как снизить текучку кадров с помощью Big Data и Machine Learning: реальный опыт 5 крупных компаний // ООО «Учебный центр «Коммерсант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bigdataschool.ru/blog/ml-for-hr-churn-rate-use-cases.html> (дата обращения: 22.03.2023).

3. Гончарова, О., Момот, М. Не дай ему уйти: как искусственный интеллект ищет выгоревших сотрудников // РосБизнес Консалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/demo/5e2708ca9a79478d943cc77f> (дата обращения: 22.03.2023).

4. Халитова, Э.Р., Терелецкова, Е.В. Пути снижения текучести персонала в организации // Международный научный журнал «ВЕСТНИК НАУКИ». – 2023. – № 1 (58). – С. 157–162.

© Рахматуллина А.М., 2023



## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЗДАНИЯ ЭКОСИСТЕМ И ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ SWOT-АНАЛИЗА**

*Аннотация:* статья раскрывает проблему создания бизнес-экосистем и их конкурентоспособность в структуре рынка финансовых услуг. В статье проведен анализ основных российских финансовых корпораций на примере крупных компаний, развивающих экосистемы. В результате проведенного исследования определены основные положительные и отрицательные стороны существования экосистем финансовых организаций.

*Ключевые слова:* экосистема, трансформация, конкуренция, банковская экосистема, финансовые технологии, бренд, монополизация рынка, тренд, спрос, интернет-сервис, блокчейн, искусственный интеллект.

«Одним из набирающих популярность экономических «трендов» в финансовой сфере предоставления услуг становится формирование так называемых экосистем» [8, с. 70]. «Крупнейшие игроки бизнеса собирают вокруг себя более мелкие фирмы, иногда создают новые, и таким образом на рынке появляются универсальные компании. Такое предприятие можно представить в виде сложноорганизованного, иерархичного, притом саморегулирующегося организма, который захватывает значительную долю сегментов рынка и влияет на потребительский спрос» [1, с. 3]. Создание экосистем является приоритетной задачей финансовых корпораций, осуществляющих свою деятельность в условиях современной цифровизации. Ведется борьба крупнейших финансовых игроков за основные потребительские предпочтения и предоставление финансовых услуг.

«Экосистема цифровой экономики представляет собой партнерство организаций, обеспечивающее постоянное взаимодействие принадлежащих им технологических платформ, прикладных интернет-сервисов, аналитических систем и т. д.» [1, с. 17].

В последнее время все чаще специалисты и простые пользователи задаются вопросом: чем так привлекательно для потребителей и финансовых предприятий создание экосистем? «Почему именно экосистемы позволяют компаниям строить собственные империи, базирующиеся на разного рода сервисах? Насколько усиление власти бизнес-экосистем безопасно для общества, экономики и государства? Для того чтобы ответить на эти вопросы, рассмотрим основные достоинства и недостатки деловых экосистем» [2]

методом стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды корпораций финансовых услуг (SWOT-анализ) (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>- охват значительных размеров сегментов рынка;</li> <li>- клиентоориентированность и удержание потребителя услуг;</li> <li>- принцип «единого окна»;</li> <li>- лояльность и высокая степень адаптации под запрос конечного потребителя услуг;</li> <li>- узнаваемость бренда;</li> <li>- использование сквозных технологий (блокчейн, искусственный интеллект и т. д.);</li> <li>- широкая география распространения экосистем</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- киберриски, кибератаки;</li> <li>- кибер-преступность и телефонное мошенничество;</li> <li>- слабо разработанное нормативное законодательство и отсутствие должных инструментов правового регулирования</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- монополизация рынка, создающая преимущества для создания колоссальной клиентской базы;</li> <li>- мощное конкурентоспособное представительство экосистем во внутренних и внешних рынках;</li> <li>- широкий спектр вакансий предлагаемых на рынке труда в сфере экосистем;</li> <li>- тенденции развития и создания новых трендов развития бизнеса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- «вторжение крупных компаний на рынки в принципе создает угрозу их монополизации» [3];</li> <li>- «снижение конкурентоспособности внутренних компаний экосистем, или проблема снижения мотивации на рынке» [2]</li> </ul>

На основе выделенных характеристик сильных сторон и факторов влияния внутренней и внешней среды, можно сделать вывод о том, что современные российские финансовые корпорации, развивающие экосистему, обладают достаточно высоким уровнем предоставления услуг, отвечающих ожиданиям потребителей.

«Можно сказать, что основной упор таких компаний идет на удовлетворение потребностей имеющихся и потенциальных клиентов. Совершенствование старых услуг и предоставление новых позволяет удерживать внимание потребителей. Согласно стратегии развития Сбера до 2023 г., главная цель компании – соединение потребностей людей, бизнеса и страны, с помощью технологий и интеграции всех сервисов компании в единую экосистему, т. е. стать доверенным помощником и навигатором в меняющемся мире: для человека, бизнеса и государства» [5].

«Для всех крупных экосистем характерно наличие «единого окна» или, иначе говоря, единого входа для использования всех сервисов компании» [6]. Принцип единого окна используют такие крупные финансовые корпорации как Сбер, Тинькофф, Яндекс и др.

Крупные экосистемы вобрали в себя большое количество клиентов, использующих сервисы экосистем. Таким образом, можно сказать, что география распространения и использования экосистем достаточно широка.

Узнаваемость бренда того или иного представителя финансового рынка формирует у потребителя устойчивую лояльность, позволяющую установить долгосрочное и регулярное использование экосистемы.

Наличие таких сильных характеристик открывает возможности для монополизации рынка и мощное конкурентоспособное представительство экосистем во внутренних и внешних рынках, также развитие экосистем задает новые тенденции в развитии бизнес-процессов. «При всей эффективности формирования деловых экосистем нельзя обойти стороной недостатки этого процесса. Проблемы, связанные с созданием на рынке подобных империй, по большей части относятся к рискам монополизации экономической деятельности в тех отраслях, в которых эти компании существуют» [1, с. 16]. «Самой главной опасностью растущих экосистем является их потребность в олигополизации рынка» [8, с. 77].

К примеру крупные финансовые корпорации такие как Сбер, Тинькофф, Яндекс, МТС, Мегафон – так или иначе «стремятся к монополизации отдельных сегментов рынка. Самым неприятным последствием такой политики является тот факт, что деятельность данных компаний нарушает нормальные конкурентные связи в занимаемых ими отраслях» [8, с. 80].

С еще одной проблемой, с которой сталкиваются экосистемы, является так называемые киберриски. «Каждая из названных экосистем оперирует огромным массивом данных» [8, с. 80]. «Финансовые экосистемы несут угрозу утечек персональных данных клиентов. Это может произойти через небанковские сервисы» [9].

Также «существует проблема кибер-преступности и телефонного мошенничества, особо развивающиеся в наши дни. Мошенники, представляясь сотрудниками различных компаний (в том числе экосистем, чаще всего – Сбербанка) и пользуясь их популярностью, вымогают у пользователей данные, хранящиеся в базах компаний и потому не требующие верификации, если с клиентом связываются реальные работники» [1, с. 15].

Стоит отметить, что «в связи со стремительным развитием экосистем появляется проблема локального законодательства. Поскольку компании, стремясь расширить сферу влияния, привлекают либо поглощают предприятия и фирмы, не связанные с изначальной деятельностью основателей экосистемы, то все сложнее становится оформлять нормативно-правовую базу для регулирования всех происходящих в них процессов» [7, с. 96].

Таким образом, экосистемы как новый тренд цифровых технологий является достаточно эффективным инструментом развития бизнеса в условиях

цифровизации. Экосистема обладает «высоким уровнем инновационного развития, широким охватом потребительских сегментов, высокой лояльностью клиентов и значительными бизнес-возможностями для продвижения в конкурентной среде» [1, с. 18]. Экосистема может проникать во все отрасли экономики, имеет достаточную гибкость и обладает значительными монопольными преимуществами.

### Библиографический список

1. Чуракова, П.С., Эсауленко, П.В. Феномен экономических экосистем: практика российского рынка // Экономические исследования и разработки. – 2022. – С. 14–20.
2. Экосистемы и супераппы: будущее потребительских рынков [Электронный ресурс] // vc.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://vc.ru/services/178855-ekosistemy-i-superappy-budushchee-potrebitelskih-rynkov> (дата обращения: 28.10.2023).
3. Грязневич, В.В. «Скупают все подряд»: зачем Сбербанку и «Яндексу» десятки компаний? // rbc.ru: [сайт]. – Режим доступа: [https://www.rbc.ru/spb\\_sz/16/09/2019/5d7f7a779a794752c98dde03](https://www.rbc.ru/spb_sz/16/09/2019/5d7f7a779a794752c98dde03) (дата обращения: 28.10.2023).
4. Клейнер, Г.Б. Экономика экосистем: шаг в будущее // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 1(59). – С. 40–45.
5. Сбер представил Стратегию развития до 2023 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт Сбера. – Режим доступа: <https://press.sber.ru/publications/sber-predstavil-strategiiu-razvitiia-do-2023-goda/> (дата обращения: 28.10.2023).
6. Ванин, А. Бизнес-экосистема Сбербанка: что надо знать // rbc.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5f6c55219a79475398b841bd> (дата обращения: 28.10.2023).
7. Закирова, В.Р., Самиев, П.А., Швандар, Д.В. Экосистемы и маркетплейсы: обзор рынка финансовых услуг // Financial Journal. – 2020. – № 5. – С. 86–98.
8. Чуракова, П.С. Феномен экономических экосистем: практика российского рынка / П.С. Чуракова, П.В. Эсауленко // Экономические исследования и разработки. – 2022. – № 7. – С. 69-84. [Электронный ресурс] // elibrary.ru: [сайт]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49235628> (дата обращения: 28.10.2023).
9. Риск моды: экосистемы могут грозить утечкой персональных данных [Электронный ресурс] // ict-online.ru: [сайт]. – Режим доступа: <http://ict-online.ru> (дата обращения: 28.10.2023).

© Хужиахметова Э.Р., 2023

А.Ф. ЯМИЛОВА

yamilovaalsu@yandex.ru

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Р. МУХАМЕТОВА

*Казанский государственный энергетический университет*

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ**

*Аннотация:* в статье анализируются проблемы развития предпринимательства в России в период цифровизации экономики, исследуются изменения в содержании и сути предпринимательской деятельности. Приводятся конкретные примеры использования предпринимателями инструментов цифровой экономики, которые позволяют им работать более эффективно.

*Ключевые слова:* цифровая экономика; предпринимательств; цифровизация; цифровые технологии; маркетплейсы.

Россия полностью подчинена мировым трендам в развитии цифровых технологий. «Чем быстрее внедрение цифровых технологий, тем сложнее задачи управления цифровой экономикой» [1]. Развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики представляет собой процесс приспособления и использования цифровых технологий для улучшения бизнес-процессов, расширения рынков и повышения конкурентоспособности компаний.

На сегодняшний день характерно формирование системы информатизации общества, массовое внедрение информационных технологий во многие сферы жизнедеятельности. В условиях формирования цифровой экономики как никогда актуально изучение перспектив развития предпринимательства. Внедрение цифровых технологий в экономику, использование стандартизированных информационных технологий, увеличение количества занятых в информационном секторе позволяют повысить конкурентоспособность страны и качество жизни людей, создать условия для высокотехнологичного бизнеса [6].

Одним из основных факторов, стимулирующих развитие предпринимательства в цифровой экономике, является возможность эффективного использования данных. Цифровые технологии открывают новые возможности для сбора и анализа данных о клиентах, рынке, конкурентах и внутренних процессах компании. С помощью современных аналитических инструментов можно обрабатывать большие объемы информации, выявлять скрытые закономерности, а также предсказывать будущие тренды [1].

Это позволяет компаниям разрабатывать более точные стратегии, основанные на данных, а не на предположениях. Анализ информации о клиентах и рынке помогает лучше понять их потребности и предпочтения, что

позволяет создавать продукты и услуги, отвечающие их ожиданиям. Кроме того, анализ данных о конкурентах позволяет выявить их сильные и слабые стороны, что помогает разработать более эффективные конкурентные стратегии.

Цифровые технологии также позволяют оптимизировать внутренние операции компании. Автоматизация рутинных задач и процессов снижает вероятность ошибок и повышает эффективность работы. Анализ данных о внутренних процессах позволяет выявить узкие места и неэффективности, что помогает принять соответствующие меры по их улучшению.

Еще одним важным аспектом развития предпринимательства в цифровой экономике является возможность электронной коммерции. Онлайн-платформы и маркетплейсы предоставляют предпринимателям широкий доступ к новым клиентам и рынкам. Раньше они сталкивались с ограничениями, связанными с географическим положением, розничной торговлей или отсутствием ресурсов для установления физических точек продаж. Однако с развитием интернета и технологий эти препятствия преодолимы [2].

Онлайн-платформы позволяют компаниям предложить свои товары или услуги практически всему миру. Благодаря функционалу этих платформ, которые включают прямые продажи, мобильное приложение и доставку, предпринимателям нет необходимости иметь физические магазины или офисы в разных регионах. Вместо этого, они могут создать виртуальный магазин и активно продвигать свой бренд через интернет [2].

Также сотрудничество и взаимодействие с другими предпринимателями и специалистами играет важную роль в развитии предпринимательства в условиях цифровой экономики. В современном мире, где информационные технологии становятся все более доступными и широко используются в бизнесе, сетевые общества становятся неотъемлемой частью предпринимательской деятельности.

Предприниматели могут использовать цифровые платформы и социальные сети для поиска партнеров, обмена опытом и знаниями, а также для привлечения инвестиций в свой бизнес. Например, многие успешные стартапы начинали свой путь на платформах, где они находили потенциальных инвесторов и партнеров, которые верили в их идею и готовы были поддержать их финансово или деловыми ресурсами [3; 5].

Однако, развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики также представляет собой свои вызовы и проблемы. Одной из таких проблем является кибербезопасность. С ростом числа кибератак и угроз в сети, предпринимателям необходимо уделять большое внимание защите своих данных и инфраструктуры от взломов.

Конфиденциальность данных также является важным аспектом для предпринимателей в цифровой экономике. Они должны быть готовы к обязательствам по защите данных своих клиентов и соблюдению соответствующих законодательных норм, чтобы избежать нарушений и позитивных последствий. Электронная торговля – еще одна область,

сопутствующая развитию цифровой экономики, которая требует особого внимания предпринимателей. Они должны быть готовы к конкуренции в онлайн-сфере и эффективно использовать цифровые платформы для продажи своих товаров и услуг.

Наконец, предприниматели должны привлекать и участвовать в процессе формирования законодательства в сфере цифровой экономики. Законы и правила в этой области постоянно меняются, и предприниматели должны быть в курсе последних изменений и адаптироваться к ним соответствующим образом [3].

Таким образом, предпринимателям необходимо быть готовыми к вызовам в сфере кибербезопасности, конфиденциальности данных, электронной торговли и законодательства, и эффективно управлять ими, чтобы успешно развиваться в условиях цифровой экономики. В целом, развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики представляет собой динамичный и перспективный процесс, который требует от предпринимателей и компаний гибкости, инноваций и умения адаптироваться к новым технологиям и требованиям рынка. Те, кто успешно внедрит цифровые технологии и примет цифровые стратегии в своем бизнесе, смогут получить значительные преимущества и достичь успеха в условиях современной экономики [4].

Итак, можно сделать вывод, что в России уже происходит цифровая трансформация предпринимательства. Однако большинство компаний остаются традиционными и используют только некоторые цифровые технологии, не меняя структуру своего бизнеса. Это может быть связано с высокими затратами на внедрение цифровых решений, опасениями относительно киберпреступности или недостаточным выбором подходящих технологий для конкретного бизнеса. Для стимулирования компаний внедрять цифровые технологии необходимо участие государства, которое может заботиться об информационной безопасности, инвестировать в научные исследования и подготавливать кадры для цифрового предпринимательства. В современной экономике цифровые технологии имеют огромное значение, и люди по всему миру во всех отраслях и компаниях используют их для ускорения и повышения эффективности своей работы [1].

### **Библиографический список**

1. Устинова, Н.Г. Цифровая экономика и предпринимательство: вопросы взаимодействия / Устинова Н.Г. // Промышленность: экономика, управление, технологии. – 2019. – № 3 (77). – С. 32–37.
2. Табышова, А.К. Маркетплейс (Онлайн Платформа Электронной Коммерции) Как эффективная бизнес-модель торговли в условиях пандемии / А. К. Табышова // Известия Вузов Кыргызстана. – 2020. – № 5. – С. 113–117.
3. Звягин, Е. Как найти инвестиции для бизнеса: 13 лучших способов / Звягин Е. [Электронный ресурс] // Бизнесменс.ру: [сайт]. – Режим доступа:

<https://businessmens.ru/invest/article/kak-nayti-investicii-dlya-biznesa-13-luchshih-sposobov> (дата обращения: 21.10.2023).

4. Krylova, E. V., Andronovich, S. A., Mukhametova, L. R. The Influence Of The State On The Development Of The Market: Experience Of Russia, The Usa And China [Текст] / E. V. Krylova, S. A. Andronovich, L. R. Mukhametova // Acta International Conference Proceeding Series. – 2021. – № 4. – С. 3490885.

5. Сибгатуллина, А.А. Преимущества автоматизации маркетинга / А.А. Сибгатуллина, О.В. Дюдина // Нугаевские чтения. I Всероссийская научно-практическая конференция: материалы конференции. – Казань, 2022. – С. 226–227.

6. Цахаева, К.Н. Развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики / К.Н. Цахаева, А.С. Мудунов // European research: сборник статей XXXII Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – 130 с. – С. 45–47.

© Ямилова А.Ф., 2023



## СЕКЦИЯ 7.14. НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

УДК 004.8

А.Ф. АБДУЛХАЕВА

*ice.lu@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. А.Д. МУХАМЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОСЕТЕЙ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются особенности ведения бизнеса с использованием нейросетей и искусственного интеллекта. Анализируются преимущества и недостатки использования этих технологий, а также представляют примеры успешного применения искусственного интеллекта в различных отраслях. Статья будет полезна предпринимателям, специалистам в области IT и всем, кто интересуется развитием технологий и их влиянием на экономику.

*Ключевые слова:* нейросеть, искусственный интеллект, бизнес, реализация, эффективность.

В настоящее время наблюдаются трансформация бизнес-процессов на основе широкого внедрения цифровых технологий во все сферы экономики. В связи с активной автоматизацией и роботизацией рутинных и простых операций повышается эффективность производства, оптимизируются издержки, снижается риски для здоровья работников в опасных условиях и др. Однако вместе с положительными эффектами цифровая трансформация может привести также негативным явлениям, например, росту структурной безработицы и исчезновению отраслей при одномоментной цифровизации [8, с. 70–77; 11, с. 39–40].

Одними из самых востребованных цифровых технологий в том числе и со стороны бизнеса являются нейротехнологии и искусственный интеллект (ИИ). Так, ИИ – это способность технологий выполнять процессы и задачи за очень короткое время, на которые человеку понадобилось бы намного больше ресурсов. А нейросети – это один из видов систем искусственного интеллекта, имитирует работу человеческого мозга, позволяя компьютерам обрабатывать и анализировать данные. Нейросети могут использоваться для распознавания образов, прогнозирования тенденций, классификации информации и многих других задач [5].

Рассмотрим влияние нейросетей и искусственного интеллекта на бизнес и то, какие задачи они могут выполнять в табл. 1.

Таблица 1

## Влияние нейросетей и искусственного интеллекта на бизнес

Задачи нейросетей и ИИ	Примеры нейросетей	Результаты	Влияние на бизнес
Анализ большого объема информации	ChatGPT	Нейросеть изучает большой поток данных и на их основе выявляет закономерности и принимает решения для бизнеса	Положительное. Экономия времени и средств для обработки данных
Прогнозирование спроса	Нейронная сеть MLP с использованием python и библиотеки sklearn [1]	Она опирается на то, в чем люди заинтересованы сейчас, какие товары и услуги приобретают и что только набирает популярность и будет иметь спрос в дальнейшем, это также касается анализа данных. Это позволяет компании оптимизировать и планировать производство	Положительное. Помогает определиться, какой товар или услугу предлагать рынку
Совершенствование процессов логистики [2]	ChatGPT	Нейросеть может спланировать наиболее выгодный маршрут, а также определить выгодное расположение складов с учетом размещения пункта доставки или места производства товара, расхода топлива и времени доставки	Положительное. Экономия средств и времени
Замена голоса человека и генерация ответов на типичные вопросы.	ElevenLabs нейросеть для синтеза искусственного голоса на основе записанного образца [4]	Возможно внедрить такого голосового помощника в свой сайт для подробного ознакомления с вашей организацией и консультирования или поставить при звонке на горячей линии компании	Положительное. Сокращение сотрудников, экономия средств

Источник: составлено автором на основе источников [1, 2, 4].

Как видно из табл. 1, нейросеть может решить такие задачи как анализ большого объема информации, спрогнозировать спрос на товар или услугу, усовершенствовать логистику, заменить голоса человека, тем самым сократить издержки ведения бизнеса. Следует отметить, что, выполняя данные задачи, нейросети и ИИ могут быть востребованы в таких бизнес-сферах как:

строительство, торговля, ритейл, информационные технологии, производство, образование и т. д.

Перспективы для развития различных сфер деятельности в Российской Федерации представлены в конкретных примерах успешных практик реализации нейросетей и ИИ в бизнесе:

– В Levi's нейросеть заменила модели. Компания объявила о своем сотрудничестве с Lalaland.ai – компанией, которая разработала нейросеть для генерации AI-моделей людей. Это касается онлайн-магазинов, где людям нет необходимости контактировать с моделями, достаточно их фотографий с одеждой бренда, для того чтобы купить товар [7].

В Российской Федерации также функционируют онлайн-магазины и даже целые их платформы, среди которых наиболее популярными считаются wildberries и ozon. В этих платформах сотни карточек товаров, в которых рекламируется одежда на живых людях. При этом на поиск моделей, фотосессии: фотографов, студии затрачиваются более сотни тысяч рублей. Данный пример дает основание сделать вывод о том, что есть возможность реально сократить расходы благодаря генерации в нейросетях.

– Apple озвучивает аудиокниги с помощью сгенерированного голоса. В январе 2023 года Apple представила сервис Digital narration, предназначенный для авторов и издателей. Он позволяет добавить озвучку книг в Apple Books с помощью искусственного интеллекта [7].

Множество приложений, в которых можно слушать аудио-книги существуют и в России. На платформах Яндекс, Литрес, МТС доступно прослушивание аудио-книг с живым голосом, но технологии дошли до такого, что голос человека невозможно отличить от сгенерированного с помощью нейросети. Поэтому данное применение будет очень полезно и вновь сократит расходы компании. Причем, следует учесть, такое применение может быть характерно не только для книг, но и для онлайн-переводчика, голосового помощника в телефоне и т. д.

– Volkswagen заменил целое маркетинговое агентство на искусственный интеллект. Уже с 2016 года за продвижение легковых Фольксвагенов отвечает компания Blackwood Seven, которая работает на основе искусственного интеллекта. Нейросеть агентства делает предиктивную аналитику и на основе полученных данных, помогает решить, где и как запускать рекламные объявления, сколько денег на это тратить. Для анализа нейросеть берет рыночные данные вроде цен на топливо, цен конкурентов и общую заинтересованность в конкретной модели авто. В результате такого сотрудничества компания подняла продажи модели Volkswagen !Up на 14%, а продажи некоторых других моделей подскочили на целых 20% [7].

Весьма показательным является опыт успешной компании Ozon, в которой довольно хорошо развит маркетинг. Это доказывают цифры: только в 2021 году расходы на маркетинг компании выросли вдвое и составили 7,5 млрд руб. [9].

Далее рассмотрим примеры нейросети, которые успешно внедрены и в российский бизнес. В 2020 г. Тинькофф начал активно развивать концепцию AI-банкинга – банкинга на основе искусственного интеллекта, который объединил все, что связано с машинным обучением и искусственным интеллектом. А в январе 2021 г. в этом центре появился отдел исследований. Также был запущен сервис речевой аналитики. Данный сервис разработан для предпринимателей, для работы с огромным количеством телефонных звонков, в помощь кол-центрам и маркетинговым службам для оперативного решения поставленных перед ними задач. Так, искусственный интеллект способен общаться с клиентом, выбирать сценарий разговора и даже корректировать скрипт разговора после анализа переговоров.

Главными результатами от внедрения нейросети стали: снижение расходов на заработную плату (в 2 раза); продажи карт выросли на 15% [3].

Конечно российскому бизнесу предстоит еще изучить применение новейших технологий, это позволит рационально использовать ресурсы, оптимизировать производство, а самое главное – уменьшить расходы и максимизировать прибыль.

Еще один пример применения нейросетей в бизнесе, которая работает в приложении «Telegram» – «GPT+Midjourney» представлено на рис. 1.

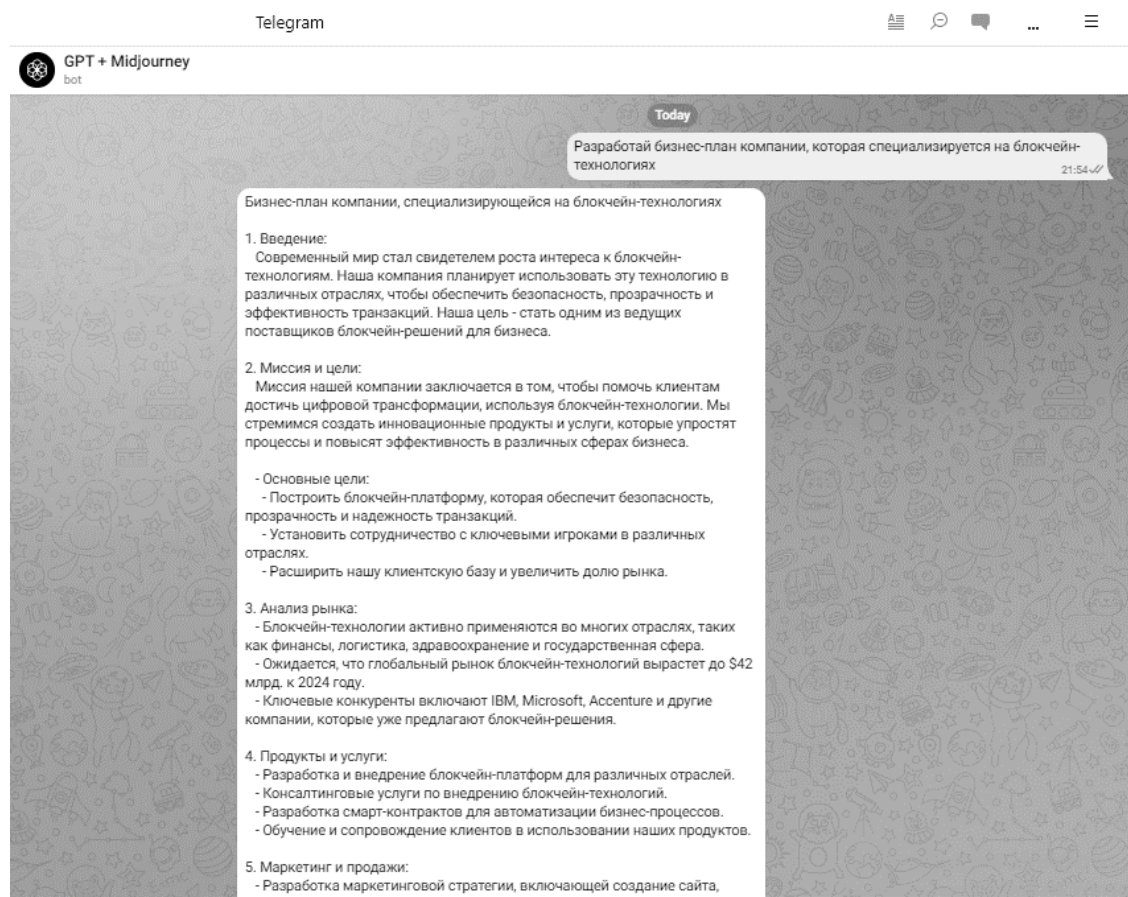


Рис. 1. Запрос в нейросети «GPT+Midjourney»

Из приведенного примера на рис. 1 видно, насколько широки возможности нейросети и то, насколько ответ соответствует запросу. Нейросеть

может выдавать не всегда корректную информацию, поэтому важно также учитывать правильность и четкость в написании запроса, чтобы получить наиболее подходящий ответ. Это лишь малая часть того, на что способен ИИ и нейросети.

В целях более подробного рассмотрения особенностей применения нейросетей и ИИ в бизнес-сфере проведем SWOT-анализ (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ применения нейросетей и ИИ в бизнесе

	Внешняя среда	Внутренняя среда
Позитивные	<p>O – возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рост популярности нейросетей и их использования, а также их возможностей</li> </ul>	<p>S – сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– снижение затрат;</li> <li>– повышение эффективности</li> <li>– экономия времени</li> </ul>
Негативные	<p>T – угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технические проблемы. Нейросети зависят от подключения сети Интернет, также не исключены сбои в самом ИИ или нейросети;</li> <li>– изменения в законодательстве. Они могут ограничить использование нейросетей в бизнесе</li> </ul>	<p>W – слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– иногда высокая стоимость внедрения нейросетей и ИИ;</li> <li>– результат работы нейросетей зависит от данных (они могут быть недостоверными)</li> </ul>

Источник: составлено автором по [10].

Эксперты отмечают, что в ближайшее время нейросети не смогут заменить человека ни в IT, ни в сфере бизнеса, творчества и дизайна. Однако они способны стать – и уже становятся – хорошими помощниками специалистов. Нейросеть может выполнять простые задачи и экономить время на первоначальных этапах работы с проектом. В некоторых случаях она «разгружает» человеческий мозг: ищет ошибки в коде или предлагает свои варианты изображения. Однако доверить ей автономную работу без участия команды, пока нельзя, – говорит Михаил Шрайбман [6].

Таким образом, проведенное нами исследование практик внедрения нейросетей и искусственного интеллекта и SWOT-анализ позволяет заключить, что внедрения бизнеса на основе внедрения данных технологий позволит создать конкурентные преимущества для компании в виде роста прибыли на основе увеличения и пользователей (потребителей) и экономии издержек. При этом главными факторами, сдерживающими развития бизнеса в этом направлении, на наш взгляд, остаются высокая стоимость технологий, технические вопросы и риски изменения законодательства.

## Библиографический список

1. Информация про нейросеть MLP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/ml/139811-predskazyvaem-spros-s-pomoshchyu-neyronnyh-setey> (дата обращения: 11.10.2023).
2. Логистика и нейросети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dzen.ru/a/X6qH3Dt\\_8l8wiARU](https://dzen.ru/a/X6qH3Dt_8l8wiARU) (дата обращения: 08.10.2023).
3. Опыт использования ИИ Тинькофф [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YGnUaU4b1QlJzS1m> (дата обращения: 13.10.2023).
4. Нейросеть для имитации голоса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neurosetka.ru/audio/elevenlabs-nejroset-dlja-imitacii-golosa-i-dubljazha>.
5. Писаренко, М.С. К вопросу об искусственному интеллекту и его сущности // Вопросы российской юстиции. – 2020. – № 10. – С. 44–53.
6. Слова, М. Шрайбмана про нейросети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/1517271/mariia-frolova/pustili-v-delo-kak-rossiiskie-kompanii-ispolzuiut-neiroseti> (дата обращения: 12.10.2023).
7. Успешная реализация нейросетей и ИИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/653759-kak-krupnye-brendy-ispolzuyut-neuroseti-iskusstvennyu-intellekt-v-marketinge> (дата обращения: 10.10.2023).
8. Мухаметова, А.Д. Управление региональным развитием на основе использования человеческого капитала в условиях цифровизации // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика. – 2021. – № 2 (36). – С. 70–77.
9. Цена расходов на маркетинг компании Ozon [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/b/YpDEfGjIC6kCbKz> (дата обращения: 10.10.2023).
10. Что представляют собой нейросети? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/opinions/652040-neuroseti-nesut-nam-vygodu-ili-pora-iskat-rabotu> (дата обращения: 15.10.2023)/
11. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение Ч-80 [Текст]: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 09–12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневыский, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 82, [2] с. – 250 экз. – ISBN 978-5-7598-1974-5 (в обл.). – ISBN 978-5-7598-1898-4 (e-book)/

© Абдулхаева А.Ф., 2023

Н.Р. АКЧУРИНА

*akchurina.nora@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Х. ИБРАГИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА: КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Аннотация:* статья представляет исследование о растущей роли экологически устойчивого и устойчивого развития в современном мире. В условиях изменения климата, экологического кризиса и истощения природных ресурсов все более явно становится необходимость перехода к более устойчивой модели развития.

*Ключевые слова:* природные ресурсы, «зеленая» экономика, устойчивое потребление, энергия, планетарные границы, экономический рост.

В последнее десятилетие понятие «зеленая экономика» стало все более актуальным и обсуждаемым в контексте решения глобальных экологических проблем. В то время как традиционная экономика уделяла большее внимание экономическому росту и прибыли, зеленая экономика призывает находить баланс между экономическим процветанием, социальной справедливостью и экологической устойчивостью. Она стремится создать модель развития, основанную на использовании энергии и ресурсов эффективно, сокращении выбросов парниковых газов и сохранении экосистемы нашей планеты. В этой статье мы рассмотрим ключевые принципы зеленой экономики и исследуем ее перспективы в контексте текущих вызовов и возможностей.

Зеленая экономика определяется как процесс развития социальной и экологической устойчивости путем поддержки государственными и частными инвестициями в инфраструктуру. Зеленая экономика играет важную роль, поскольку она способствует снижению цифрового углеродного следа, устойчивому экономическому росту и гарантирует, что природные ресурсы будут продолжать поддерживать дальнейшее благосостояние человечества.

Первый и самый важный принцип зеленой экономики это направленность на человека. Зеленая экономика представляется инклюзивной, она строится на солидарности, социальной справедливости и социальной ответственности, не оставляя уязвимые группы без внимания [1]. Данная экономика рассматривается в долгосрочной перспективе, то есть она также ориентирована на удержание стабильности и благосостояния для будущих поколений. Доступ к образованию, знаниям, общественным благам для всех людей это один из приоритетов зеленой экономики.

Второй принцип это планетарные границы. Планетарные границы – это пределы которых должны придерживаться люди для того чтобы не создать серьезных угроз для экосистемы, всего человечества и будущего нашей Земли [2]. Зеленая экономика не выступает за запреты по добычи полезных ископаемых, вырубанию деревьев и приобретению других исчерпаемых ресурсов – это слишком радикально. Она признает и поощряет разнообразия товаров и продуктов, но делать это можно с учетом того, что все взятое должно быть «заменено», иными словами необходимо инвестировать в защиту и восстановление биологического многообразия – воды, почвы, воздуха и природных систем.

Третий принцип – зеленая экономика направлена на эффективность использования и употребления ресурсов. Нельзя отрицать, что для перехода к ограниченному использованию ресурсов нужны глобальные изменения, как на государственном уровне, так и на социальном [3]. Для человечества, в том числе для следующих поколений необходимы данные изменения ради того чтобы и дальше оставаться в планетарных границах. Зеленая экономика признает «социальный минимум» использования и потребления благ ресурсов для качественной жизни населения и также необходимые «пики потребления». В данной экономике действует принцип «платит тот, кто загрязняет», опять же возвращаемся к социальной ответственности, неэффективное и избыточное использование ресурсов воспринимается как ущерб для общества, который надо заполнить. Зеленая экономика является ресурсосберегающей, низкоуглеродной, замкнутой и один из главных принципов – эффективное использование ресурсов.

Многие страны постепенно приходят к решению о переходе к «зеленой» экономики. Но предметом обсуждения не всегда являются сами экологические проблемы, необходимые лимиты и финансирование в сфере новых технологий для охраны природы. До сих пор в «зеленой» экономике важна именно социально-экономическая часть. Это вполне естественно, так как переход к новым технологиям – слишком дорогостоящий и энергозатратный шаг. Слишком часто странам советуют избегать того, что у них не получается, и сосредоточиться на том, в чем они хороши. Однако у многих стран есть большой потенциал в развитии этих технологий, в том числе и у России.

Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 2009 году были приняты ориентиры на развитие политики «зеленой» экономики.

В 2012 году в России бы опубликован доклад «Стратегия-2020: Новая модель роста – новая социальная политика», где как раз были затронуты главные аспекты зеленого роста, которая объединяет социально-экономическое и экологическое развитие в форме «зеленой экономики».

«Зеленая экономика» - является продуктом четвертой промышленной революции – новый способ добывания и использования ресурсов. Используя новые направления в переработке отходов, производстве энергии без выбросов, снижении парниковых газов, развитии зеленых городов и пост-добывающей



деятельности, происходят соответствующие изменения в экономике. Однако для успешного перехода к зеленой экономике необходимо обеспечить устойчивое развитие всех секторов, повышение производительности и безопасности труда, а также доступ к чистой воде, продуктам питания и энергии. Важно, чтобы национальные государства и бизнес объединили свои усилия в борьбе с изменением климата и заменили полезные ископаемые возобновляемыми ресурсами.

Перспективы развития возобновляемых источников энергии в России в основном связаны с использованием малых гидроэлектростанций и оборудования, работающего на биомассе. Согласно экспертам, Россия в перспективе имеет потенциал стать крупным экспортером биотоплива. Кроме того, стоит отметить высокий потенциал ветроэнергетики, особенно в Северной части страны, а также Восточной и Западной Сибири [4]. Важно отметить, что Россия занимает лидирующие позиции в мире по общему потенциалу ветроэнергетики, опережая США и Китай.

Осуществление реального перехода к зеленой экономике возможно только через устойчивое развитие всех отраслей и использование зеленых технологий, как в производстве, так и в потреблении. Зеленые технологии должны развиваться и в базовых отраслях, таких как горнодобывающая промышленность, энергетика, машиностроение, химия и транспорт, а также в высокотехнологичных отраслях, позволяющих осуществить экологическую модернизацию. Все эти процессы объединены в концепции «зеленого роста», которая представляет основную тенденцию развития зеленой экономики.

Делая вывод, выделим важные моменты, подчеркнутые в статье: Смещение акцентов: зеленая экономика представляет собой сдвиг акцентов от традиционных моделей экономического роста к более устойчивым и экологически обоснованным методам развития. Эта тенденция ориентирует нас на поиск новых путей для удовлетворения потребностей человечества, минимизируя при этом негативное воздействие на окружающую среду. Экологическая устойчивость: зеленая экономика призвана содействовать экологической устойчивости, снижая выбросы углерода, уменьшая потребление ресурсов и поддерживая сохранение природы. Это способствует снижению негативных последствий изменения климата и сохранению биоразнообразия. Новые возможности: зеленая экономика открывает новые рыночные возможности для инновационных продуктов и услуг, связанных с возобновляемой энергией, эффективным использованием ресурсов и снижением отходов. Это создает рабочие места, способствует экономическому росту и стимулирует инвестиции.

Роль государства и общества: государство и общество играют важную роль в развитии зеленой экономики через регулирование, налоговые льготы и образование. Стимулирование перехода к зеленой экономике требует сотрудничества всех сторон общества.

Вызовы и препятствия: несмотря на свои потенциальные преимущества, зеленая экономика также сталкивается с вызовами, включая финансовые

ограничения и изменение структуры отраслей, что может потребовать переквалификации рабочей силы.

В итоге, зеленая экономика представляет собой важный путь к устойчивому будущему, который требует совместных усилий государства, бизнеса и граждан. Она призвана обеспечить баланс между экономическим ростом и заботой об окружающей среде, способствуя сохранению планеты для будущих поколений.

### Библиографический список

1. The principles of green economy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.greeneconomycalition.org/news-and-resources/the-5-principles-of-green-economy> – 07.06.2020.

2. Планетарные границы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ecosphere.press/2023/09/27/planetarnye-graniczy/#:~:text=Планетарные границы&text=– это девять глобальных экологических пределов,для экосистем и самого человечества.](https://ecosphere.press/2023/09/27/planetarnye-graniczy/#:~:text=Планетарные%20границы&text=–%20это%20девять%20глобальных%20экологических%20пределов,для%20экосистем%20и%20самого%20человечества.)

3. Пусть окружающая среда направляет наше развитие Йохан Рокстром [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.ted.com/talks/johan\\_rockstrom\\_let\\_the\\_environment\\_guide\\_our\\_development/transcript?language=ru](https://www.ted.com/talks/johan_rockstrom_let_the_environment_guide_our_development/transcript?language=ru).

4. Ветроэнергетика России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Ветроэнергетика России — Википедия (wikipedia.org).

© Акчурина Н.Р., 2023

Я.И. БАТАУЛИНА

*bataulina2003@gmail.com*

Науч. руковод. – ст. преп. А.Д. МУХАМЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

*Аннотация:* в настоящее время современным трендом является цифровая трансформация, которая охватывает различные сферы и аспекты жизнедеятельности, в том числе и государственное управление. В Республике Башкортостан также уделяется большое внимание цифровой трансформации государственного управления, так как от этого во многом зависит социально-экономическое развитие региона в целом.

*Ключевые слова:* цифровая трансформация, Республика Башкортостан, государственное управление, цифровизация, развитие.

Современные тенденции обуславливают необходимость цифровой трансформации всех сфер и аспектов жизнедеятельности. В настоящее время под цифровой трансформацией понимается «необратимый закономерный процесс коренного изменения экономической системы на основе разработки, развития, а также широкого внедрения цифровых технологий во все формы и сферы жизнедеятельности (в культуру, технологии, институты, управления и др.), который направлен на формирование нового более качественного состояния, результатами которого является ускорение социально-экономического развития и наращивание воспроизводственного потенциала региона» [6, с. 24]. Из этого определения следует, что перспективным направлением социально-экономического развития является цифровая трансформация государственного управления, под которым понимается создание новой системы территориального управления на основе всеобщей доступности государственных и муниципальных услуг населению посредством использования цифровых технологий.

По мнению Н.И. Легостаева, цифровая трансформация государственного управления (госуправления) представляет собой изменения на основе цифровизации содержания госуправления, которое приводит к повышению качества, результативности и эффективности, а также снижению необоснованного государственного вмешательства [5, с. 156]. Исходя из анализа данных определений можно заключить для повышения эффективности государственного управления необходимо внедрить цифровые технологии во все уровни и органы управления.

Рассмотрим особенности цифровой трансформации российских регионов на примере Республики Башкортостан. По данным сайта Правительства Республики Башкортостан в число лидеров среди российских регионов по цифровой трансформации в 2022 г. вошла Республика Башкортостан. Регион обладает высокими показателями цифровой зрелости в области образования, государственного управления, городского хозяйства, строительства и здравоохранения [4], что свидетельствует о наличии потенциала в сфере цифровизации региона.

Для получения более объективной оценки представим PESTEL-анализ особенностей цифровой трансформации Республики Башкортостан в целях выявления ключевых факторов, влияющих на данный процесс в современных условиях в табл. 1.

Таблица 1

PESTEL-анализ особенностей цифровой трансформации Республики Башкортостан

Факторы внешней среды	Характеристика влияния фактора				Влияние на Республику Башкортостан
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость фактора	
1	2	3	4	5	6
<b>Р Политические</b>					
Геополитическая обстановка и санкции	Н/Б	-	>	Критическое	В настоящее время на социально-экономическое развитие российских регионов неблагоприятно влияет нестабильная геополитическая обстановка. Кроме того, санкционные ограничения также влияют на процессы цифровизации в Республике Башкортостан
<b>Е Экономические</b>					
Внешние экономические факторы	Н/Б	-	=	Критическое	Состояние цифровой трансформации государственного управления Республики Башкортостан напрямую зависит от внешнеэкономических факторов, так как бюджетные прогнозы РФ и ее регионов строится исходя из цен на энергоносители и обменного курса
<b>S Социальные</b>					
Федеральный проект «Устранение цифрового неравенства»	Н/Б	+	>	Очень важное	Федеральный проект «Устранение цифрового неравенства» в Республике Башкортостан предполагает под собой установку базовых станций мобильной связи стандарта 4G в населенных пунктах с численностью 100–500 человек [8].

1	2	3	4	5	6
Т Технологические					
Развитие цифровой инфраструктуры	Н/Б	+	>	Очень важное	Одной из основных политик России является активное создание и развитие цифровой инфраструктуры для достижения национальной цели по внедрению цифровой трансформации. Благодаря этому в Республике Башкортостан активно развивается цифровая инфраструктура
Е Экологические					
Распоряжение Правительства РФ по цифровой трансформации отрасли экологии	Н/Б	+	>	Очень важное	Распоряжение содержит в себе цель по созданию и развитию цифровой платформы услуг мониторинга окружающей среды [2]
Л Правовые					
Распоряжение Правительства РФ по стратегическому направлению в области цифровой трансформации госуправления	Н/Б	+	>	Важное	Распоряжение включает в свой состав реализацию стратегического направления по внедрению искусственного интеллекта в госуправление [1]. Благодаря этому на цифровые платформы сайтов органов власти Республики Башкортостан встроены искусственный интеллект [7]

Примечание: Н/Б (настоящее/будущее).

Источник: разработана автором на основе данных [1; 2; 7; 8].

Исходя из табл. 1 можно сделать вывод о том, что на цифровую трансформацию государственного управления Республики Башкортостан влияет большое количество факторов. Одним из самых значимых и отрицательных факторов является геополитическая обстановка и санкции, наложенные на Россию и ее регионов. Данный негативный аспект играет важную роль в цифровой трансформации госуправления Башкортостана в связи с тем, что существенно ограничиваются возможности ее развития и сокращается уровень поддержки цифровой трансформации на государственном уровне, так как многие зарубежные компании-поставщики технологий, в том числе и цифровых «ушли» из российского рынка из-за санкционных ограничений.

Отрицательное влияние также оказывают внешние экономические факторы в связи с тем, что цены на энергоносители и обменного курса

выступают одними из существенных аспектов, воздействующих на бюджетный прогноз Республики Башкортостан, от состояния которого напрямую зависит уровень цифровой трансформации государственного управления региона.

При этом положительным внешним социальным фактором выступает Федеральный проект «Устранение цифрового неравенства», благодаря которому жители малых населенных пунктов Республики Башкортостан способны пользоваться высокоскоростным интернетом и получать цифровые государственные услуги. В результате развития цифровой инфраструктуры, доступной для населения региона, увеличивается открытость и эффективность государственного управления Республики Башкортостан.

Следующим положительным аспектом является распоряжение Правительства РФ по цифровой трансформации отрасли экологии, включающей в себя цель по формированию и развитию цифровой платформы услуг мониторинга состояния окружающей среды, в которую интегрировано множество платформ по природопользованию и развитию экологического туризма. Благодаря распоряжению Правительства РФ по стратегическому направлению в области цифровой трансформации государственного управления на цифровые платформы сайтов Республики Башкортостан был внедрен искусственный интеллект по написанию информационных сообщений. В результате его работы регулярно повышается качество и восприятие информации, которые в совокупности привлекают большее количество пользователей сайтов региона.

Для полной оценки преимуществ и недостатков цифровой трансформации государственного управления Республики Башкортостан разработаем SWOT-анализ (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ цифровой трансформации Республики Башкортостан

Наиболее значимые факторы	Внешняя среда	Внутренняя среда
1	2	3
Позитивные	<p>O – возможности</p> <p>O1. Развитие цифровой инфраструктуры России;</p> <p>O2. Распоряжение Правительства РФ по созданию платформы услуг мониторинга окружающей среды;</p> <p>O3. Распоряжение Правительства РФ по стратегическому направлению в области цифровой трансформации государственного управления</p>	<p>S – сильные стороны (преимущества)</p> <p>S1. Государственная программа «Развитие информационного общества. Цифровая трансформация Республики Башкортостан»;</p> <p>S2. Сеть сайтов и ресурсов «Открытая Республика»;</p> <p>S3. Активное использование цифровых инструментов в государственном управлении;</p> <p>S4. Во всех действующих органах власти существуют руководители по цифровой трансформации;</p> <p>S5. Действует суперсервис «Цифровое имущество и строительство»</p>

1	2	3
Негативные	<p>T – угрозы</p> <p>T1. Нестабильная геополитическая обстановка и санкции в сторону России;</p> <p>T2. Отрицательные внешнеэкономические факторы;</p> <p>T3. Угроза кибератак на информационные системы Республики Башкортостан.</p>	<p>W – слабые стороны (недостатки)</p> <p>W1. Неполладки в работе Официального портала Республики Башкортостан;</p> <p>W2. Ограниченно региональное и федеральное финансирование цифровой трансформации;</p> <p>W3. Недостаточная готовность населения к потреблению цифровых услуг</p>

На основе табл. 2 можно сделать вывод о том, что цифровая трансформация государственного управления Республики Башкортостан обладает как преимуществами, так и недостатками. Одной из основных сильных сторон является государственная программа «Развитие информационного общества. Цифровая трансформация Республики Башкортостан», которая предполагает под собой эффективное и плодотворное взаимодействие государства с населением и организациями с помощью создания конкретных условий для обеспечения цифровой трансформации определенных отраслей экономики, социальной сферы и госуправления [3]. Что касается слабых сторон, доминирующей проблемой является ограничение регионального и федерального финансирования цифровой трансформации государственного управления Республики Башкортостан, так как это несет в себе ряд серьезных препятствий для его развития. В совокупности данные факторы могут отрицательно влиять на совершенствование системы государственного управления Башкортостана, вследствие чего происходит отставание региона в цифровом развитии.

Таким образом, Республика Башкортостан активно участвует в процессе цифровой трансформации государственного управления за счет своевременно принятых мер и разработанных программ по внедрению цифровых технологий. Однако, на наш взгляд, также необходимо принять меры по упреждению выявленных угроз и слабых сторон (таких как кибератаки, недостаточное финансирования проектов по цифровизации, низкий уровень цифровой грамотности населения региона и др.), чтобы в перспективе регион был способен повысить качество и доступность государственных и муниципальных услуг населению.

### Библиографический список

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22.10.2021 № 2998-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202110260034?index=2> (дата обращения: 15.10.2023).

2. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2021 № 3496-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации отрасли экологии и природопользования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403109030/> (дата обращения: 14.10.2023).

3. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 27.04.2017 № 191 «Об утверждении государственной программы "Развитие информационного общества. Цифровая трансформация Республики Башкортостан"» (с изменениями на 24.04.2023) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/446296633> (дата обращения: 15.10.2023).

4. Башкортостан вошел в ТОП-10 регионов рейтинга цифровой трансформации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravitelstvorb.ru/news/20334/> (дата обращения: 14.10.2023).

5. Легостаева, Н.И. Цифровая трансформация системы государственного управления: классификация цифровых акторов государственных структур // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2021. – №. 4. – С. 155–165.

6. Механизм трансформации социально-экономических процессов: междисциплинарный подход. Т. II: монография / кол. авторов; под общ. ред. К.Е. Гришина, Н.А. Кузьминых. – Москва: РУСАЙНС, 2021. – 216 с.

7. На цифровую платформу Башкортостана встроен искусственный интеллект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://it.bashkortostan.ru/presscenter/news/542350/> (дата обращения: 15.10.2023).

8. Об итогах цифрового развития Башкортостана в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://d-russia.ru/ob-itogah-cifrovogo-razvitiya-bashkortostana-v-2022-godu.html> (дата обращения: 15.10.2023).

© Батаулина Я.И., 2023



А.Р. БИКМУХАМЕТОВА

*Bikmukhametova7v@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Г.А. ГАЛИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВОПРОСЫ ДОСТУПНОСТИ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ БИЗНЕСА**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается актуальная тема доступности финансовых ресурсов для бизнеса. Авторы анализируют основные проблемы и препятствия, с которыми сталкиваются предприниматели при получении кредитов, инвестиций и грантов, а также предлагают пути их решения.

*Ключевые слова:* финансовая доступность, кредит, конъюнктура, лизинг, краунинвестирование.

Финансовая доступность для бизнеса является ключевым фактором успеха компании и позволяет ей реализовывать все свои потребности и потенциал. В более узком понимании, финансовая доступность для бизнеса (включая малый и средний бизнес) – это способность компании получать необходимые ресурсы и финансирование для реализации всех бизнес-планов и операционных потребностей. Для того, чтобы бизнес имел доступ к финансовым потокам, он должен:

– с одной стороны, соответствовать требованиям платежеспособности и ликвидности, иметь финансовую устойчивость и рентабельность, а также оптимальную структуру капитала;

– с другой стороны, иметь доступ к финансовым инструментам и институтам, которые позволили бы привлекать те самые финансовые потоки.

Основными составляющими финансовой доступности для бизнеса являются:

1. Способность привлечения внешнего капитала, с помощью различных инструментов, таких как кредиты, IPO, и другие, в том числе, не традиционные инструменты.

2. Наличие и эффективность институциональных основ привлечения средств из внутренних источников.

3. Правильное управление ресурсами и расходами, формирование бюджета, а также анализ и диагностика результатов деятельности компании с целью определения эффективности инвестиций и управления капиталом.

4. Эффективная финансовая политика и умение управлять финансами. Наличие высококвалифицированного финансового персонала также может улучшить финансовую доступность для бизнеса.

5. Понимание конъюнктуры рынка и инвестиционных возможностей.

В современных условиях в Российской Федерации возможности использования привычных инструментов, позволяющих привлекать средства не только из зарубежных источников, но и из внутренних существенно ограничены. Бизнес вынужден рассматривать новые инструменты. К таким новым инструментам следует отнести такие как цифровые финансовые инструменты.

Проанализируем применения традиционных инструментов.

Наиболее широко используемым инструментом является кредит. Так только субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП) в 2022 году привлекли через кредитные организации 11409 млрд руб., что 7,5% больше, чем в 2021 году. Одновременно сокращается доля просроченной задолженности в общем объеме по кредитам МСП на 2,6 пункта [1].

По данным Центрального банка более половины субъектов МСП кредитовались под 15% годовых и выше. Более дешевые кредиты получили субъекты МСП, аффилированные с крупным бизнесом, что доступно не каждому. По данным ЦБ РФ качество кредитного портфеля остается на соответствующем уровне.

С повышением ключевой ставки ЦБ РФ до 15% безусловно, доступ к данному источнику для субъектов малого и среднего бизнеса ограничивается за счет удорожания.

Для бизнеса с точки зрения обеспечения доступности имеет значение вопросы сформированности и эффективности системы платежей и расчетов. Особое значение имеет трансформация средств внешних расчетов, поскольку бизнес перестраивает свои логистические потоки импорта и экспорта.

Динамика применения других инструментов привлечения земных средств в бизнес прежде всего ориентирована на внутренний частный капитал и средства институциональных инвесторов.

Традиционные инвесторы в сложившихся условиях не обеспечивают соответствующей доходности или слишком высокорискованные и волатильные в условиях стресса. Так, по итогам 9 месяцев 2022 года капитализация российского рынка акций составила 33,7 трлн. руб., отмечается сокращение на 46,2%, рынок облигаций – 33,0 трлн. руб., снижение на 1,1% [2].

Неоднозначные тенденции присуще такому инструменту как лизинг.

Объем лизингового портфеля по итогам 2022 года вырос на 5%, что сравнимо с динамикой 2020-го, и составил 6,75 трлн. рублей. Снижение темпа роста портфеля относительно 2021 года обусловлено падением объемов нового бизнеса, досрочным расторжением ряда крупных сделок, а также реформированием договоров лизинга самолетов и водных судов в другие виды финансирования, что привело к сокращению сегмента авиатранспорта в структуре портфеля с 14 до 7%, а водных судов – с 10 до 7%. [3]

Основные преимущества лизинга для бизнеса: отсутствие необходимости в крупных первоначальных вложениях, гибкие условия лизинга, отсутствие рисков по устареванию оборудования, улучшение ликвидности. Лизинг

предоставляет компаниям дополнительное финансирование без необходимости просить кредит в банке или на рынке капитала.

Однако, лизинг имеет и ряд недостатков: более высокие процентные ставки, ограничения по имуществу.

В начале 2022 г. объем рынка краудфандинга в стоимостном выражении сократился на 2,4 млрд руб., или на 42%, по сравнению с IV кварталом 2021 года. Согласно имеющейся информации, на 10 платформах произошло увеличение объема привлеченных денежных средств [4].

В начале марта 2022 г. восемь ОИП приостановили прием новых клиентов в ожидании определенности, но уже в апреле – мае 2022 г. четыре ОИП возобновили свою работу. По итогам I квартала 2022 г. порядка 40% действующих ОИП получили положительный финансовый результат, 11% – около нулевой [4].

Снижение краудинвестирования может быть связано с несколькими факторами:

1. Низким уровнем доверия инвесторов к площадкам краудфандинга, особенно если на рынке появляются мошеннические площадки.

2. Ограничениями и регулятивными правилами, введенными правительствами разных стран, что может затруднить платформам краудфандинга адаптироваться к новым требованиям.

3. Недостаточным количеством проектов, которые интересны инвесторам, что приводит к тому, что они не готовы вкладывать свои деньги в проекты, которые не соответствуют их ожиданиям.

4. Ростом конкуренции от других источников финансирования, таких как венчурные фонды, банки и частные инвесторы.

5. Низким уровнем доходности для инвесторов, которые часто ожидают быстрого роста цены акций или высокой прибыли на свои инвестиции, что может быть сложно для многих стартапов достичь.

Отмечается активизация привлечение заемных средств субъектами МСП через инвестиционные платформы. Так в 2022 году привлечено средств в сумме 14,3 млрд руб., что выше показателей 2021 году на 43% [1].

Основные направления краудинвестирования в России – это недвижимость, IT-проекты, стартапы и ресторанный бизнес. Большинство инвесторов в краудфандинге – это люди в возрасте от 25 до 34 лет с доходами выше среднего.

Исходя из этих данных, можно предположить, что краудинвестирование в России будет продолжать расти в ближайшие годы, но конкретные прогнозы сложно дать.

Таким образом, традиционные финансовые инструменты, обеспечивающие доступ к финансовым потокам для бизнеса, теряет свою значимость, в силу различных причин. Это обуславливает необходимость разработки и предложения рынку новых более эффективны инструментов. Особенно остро этот вопрос стоит перед субъектами малого и среднего бизнеса.

## Библиографический список

1. Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Content/Document/File/152879/acc\\_indicators\\_04092023.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/152879/acc_indicators_04092023.pdf) (дата обращения: 20.10.2023).

2. Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Content/Document/File/143773/onfr\\_2023-2025.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/143773/onfr_2023-2025.pdf) - 23.11.2023г.

3. Рынок лизинга по итогам 2022 года: на пониженной передаче [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2022/> (дата обращения: 25.10.2023).

4. Обзор рынка краундфандинга в России. Информационно-аналитический материал // Яндекс. Диск [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

[https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1687001187&tld=ru&lang=ru&name=crowdfunding\\_market\\_01\\_2022.pdf&text](https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1687001187&tld=ru&lang=ru&name=crowdfunding_market_01_2022.pdf&text) (дата обращения: 26.10.2023).

© Бикмухаметова А.Р., 2023

А.А. БУЗАНОВА

*aabuzanova@mail.ru*

Науч.руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Х. ИБРАГИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В УФЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается проблема изменения цен на рынке недвижимости в городе Уфа, а также выделяются тенденции изменения цен и перспективы на ближайший год.

*Ключевые слова:* цены, рынок недвижимости, изменение цен.

В 2020–2022 годах рынок недвижимости стал одним из самых неустойчивых рынков. В Уфе, как и во многих других городах России, он был подвержен быстрым изменениям. В последние годы наблюдается рост стоимости жилья, именно поэтому важно более подробно рассмотреть, какие факторы вызвали изменение цены на рынке недвижимости в городе Уфа. Столица Башкортостана постоянно развивается, появляются новые жилищные комплексы, происходит рост числа жителей в Уфе, спрос на жилье растет. Тем самым необходимо разобраться, какие есть тенденции цен на рынке недвижимости, какая ситуация в 2023 году. И, конечно же, важно спрогнозировать, что будет с ценами на рынке недвижимости в Уфе на ближайший 2024 год.

Рассмотрим ключевые факторы увеличения стоимости жилья в городе Уфа. Первое, Уфа является столицей республики Башкортостан. Инфраструктура постоянно развивается, что делает этот город привлекательным местом для проживания и работы. В последние годы происходит улучшение экономической ситуации, высокий спрос на жилье дает рост цен на недвижимость. Второе, в связи с нестабильной экономической ситуацией в 2020–2021 годах, связанных с пандемией, цены на жилье стали соответственно расти. Рассматривая данный момент с социальной точки зрения, в период пандемии граждане были вынуждены находиться большую часть времени дома, тем самым разногласия, неспособность всем членам семьи находиться вместе долгое время и другие психологические факторы вызвали спрос на покупку нового жилья, что соответственно дало рост цен на рынке недвижимости. Третье, в связи с санкциями в 2022 году цены на комплектующие изделия для строительства от иностранных производителей увеличились или же иностранные производители ушли с рынка, что также сказалось на цене строительства новых домов. Застройщики были вынуждены искать альтернативные варианты материалов для строительства, которые могли

быть дороже, чем изначально планировалось приобрести. Четвертое, весной в 2022 году в стране была нестабильная экономическая ситуация, люди старались вложить свои средства, чтобы сохранить их. Тем самым спрос на жилье снова вырос, а соответственно и цены. Пятое – ипотека, наиболее часто люди приобретают жилье в ипотеку, поэтому процентная ставка играет не менее важную роль в спросе и соответственно росте цен на жилье.

С весны 2020 года до начала 2023 года средняя цена на жилье в Уфе выросла на 18% [4]. При этом с ноября 2022 года по апрель 2023 год рост в процентном соотношении составил 3,5, что соответствует инфляционным ожиданиям [4]. Повышение цен за 2022–2023 года сопровождается тем, что покупателям необходимо было быстро принимать решение при покупке квартиры, так как мебелированные квартиры с отделкой, соответствующие принципу «цена равно качество», имеются в ограниченном количестве [3]. Также рост цен в 2023 году сопровождался новостью об отмене программы льготной ипотеки, тем самым люди поспешили оформить ее, а спрос на жилье и цены выросли соответственно [3].

Рассмотрим график со средними ценами на жилье в Уфе за конец 2020 года – конец 2022 года (рис. 1).

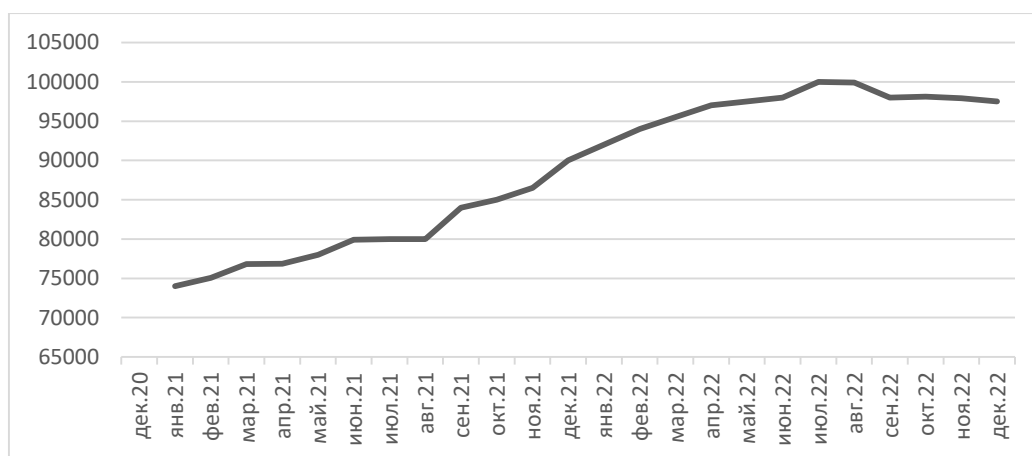


Рис. 1. График цен на рынке недвижимости в Уфе за 2020–2022 гг.

По графику видно, что начался устойчивый рост цен с 2020 по 2021 год. Это связано в первую очередь с пандемией. В 2021 году до 2022 рост цен продолжился. В 2022 году рост цен обусловлен санкциями и нестабильной экономической ситуацией, которая в конце 2022 года пошла на спад и цены снизились.

Рассмотрим ситуацию с ценами на рынке недвижимости в Уфе за конец 2022 года – начало 2023 года (рис. 2).

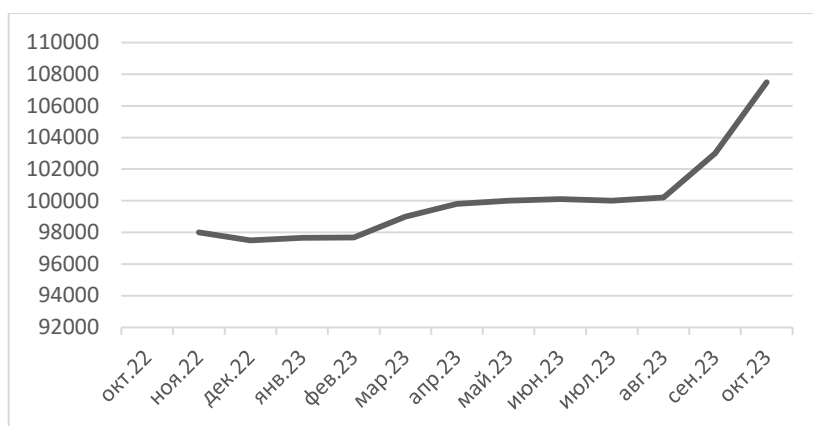


Рис. 2. График средних цен на жилье за конец 2022 – конец 2023 года

По графику видим, что в конце 2022 года ситуация стабилизировалась и цены практически не были волатильными. Но с марта 2023 цены снова выросли. С апреля по август 2023 цены стабилизировались. В начале сентября 2023 года произошел резкий скачок цен.

Рассмотрим график цен на недвижимость в городе Уфа за октябрь 2023 года (рис. 3).

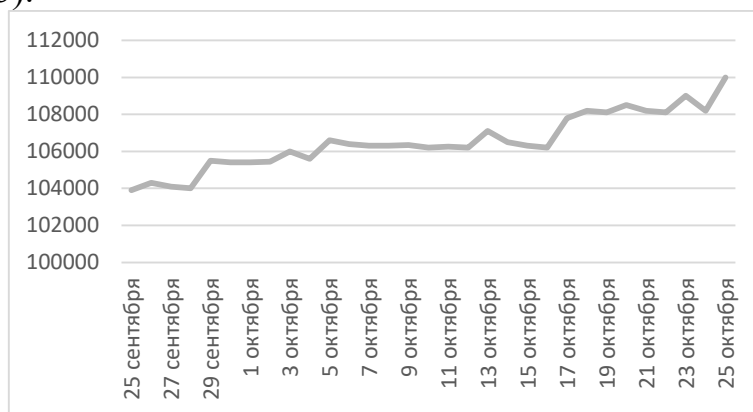


Рис. 3. График средних цен на вторичное жилье в Уфе за месяц

Видим, что цены на вторичное жилье стабильно растут. Резкий рост цен осенью 2023 года сопровождался информацией об отмене льготной ипотеки. Средняя стоимость на однокомнатные составляет 3 801 733 рубля, цена выросла на 2,37%. Двухкомнатные – 5 152 000 рубля, цена выросла на 4,94%. Трехкомнатные 6 813 725 рубля, цена выросла на 4,40% [5].

Проанализируем стоимость первичного жилья у разных застройщиков на 2023 год. Жилой комплекс «Зорге. Премьер», квартиры от 10,3 млн руб. ЖК «Старый центр», стоимость жилья от 5,7 млн руб. Квартал «Конди Нова», квартиры от 7,4 млн руб. ЖК «Свобода» жилье от 3,7 млн ЖК «Аксаковский» квартиры от 2,6 млн руб. ЖК «Красинский» жилье от 5,4 млн руб. Апартамент-комплекс «Центральный парк» от 4,5 млн руб. Микрорайон «Яркий» от 3,6 млн руб. [1]. Можно сказать, что тенденция стоимости жилья у разных застройщиков определяется местоположением и приближенности к центральной части города. Поэтому рассмотрим таблицу с ценами на рынке недвижимости по районам (табл. 1).

## Цены на рынке недвижимости в Уфе по районам на 2023 год

Цены	Район									
	Центр	Зеленая Роща	Проспект Октября	Сипайлово	Дема	Черниковка	Затон	Инорс	Шакша	Прочее
Средняя цена т.р./м <sup>2</sup>	131	115	109	112	92	86	89	89	63	96

По таблице можно сказать, что средняя стоимость жилья зависит от района. Наибольшая средняя цена в Центре, затем примерно с одинаковой стоимостью район Зеленая Роща и район Сипайлово. Такая разница в ценах обусловлена расположением, наличием парков, мест отдыха и развлечений, местом работы, наличием рядом школ, детских садов, иных инфраструктур, экологией, наличием парковок и паркинга.

После анализа ситуации на рынке недвижимости в Уфе, можно определить перспективы на 2024 год. Спрос на жилье растет, соответственно стабильный спрос продолжит держаться на рынке. Можно предположить, что цены на недвижимость могут еще вырасти или же могут сохранить более стабильное положение. Причин для понижения цен пока нет.

Итак, на стоимость недвижимости в Уфе оказывают влияние следующие факторы: спрос и предложение, инфраструктура, экономическая нестабильность, приближенность к центральной части города, ипотека, экология, ситуации в стране и в мире. В целом, спрос на жилье остается высоким, а рост цен будет в ближайшее время и стоимость жилья останется достаточно высокой соответственно.

### Библиографический список

1. Каталог застройщиков Уфы // ЦИАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ufa.cian.ru/zastroishchiki/> (дата обращения: 27.10.2023).
2. Почему растут цены на жилье в Уфе? // Агентство БЕРИКЛЮЧ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90aijif1abczc.xn--p1ai/pochemu-zhile-takoe-dorogoe-v-ufe-i-bashkirii-pochemu-rastut-ceny-v-2023/> (дата обращения: 27.10.2023).
3. Рынок недвижимости 2022 в Уфе // bashinform.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bashinform.ru/longreads/longreads/2022-12-12/rynok-nedvizhimosti-2022-v-ufe-kak-eto-bylo-3067185?ysclid=lo7d7twdcf535925250> (дата обращения: 27.10.2023).
4. Стоимость квартир в Уфе // realtymag.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.realtymag.ru/bashkiriya/ufa/kvartira/prodazha/prices> (дата обращения: 27.10.2023).
5. Цены на недвижимость в Уфе. Аналитика // ЭКСПЕРТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://expert-russia.ru/news/rossiya/analitika-rynka-tseny-na-kvartiry-ufy-v-podrobnykh-tsifrakh-v-mae-2023g-vtorichka-desheвле-novostroy/#iblock\\_id=3](https://expert-russia.ru/news/rossiya/analitika-rynka-tseny-na-kvartiry-ufy-v-podrobnykh-tsifrakh-v-mae-2023g-vtorichka-desheвле-novostroy/#iblock_id=3) (дата обращения: 27.10.2023)

© Бузанова А.А. 2023



А.А. ИГНАТЬЕВА

*aignateva80@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. З.Ф. МУХАМАДЕЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

*Аннотация:* в данной статье мною были рассмотрены актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в Российской Федерации. А также были приведены основные понятия малого и среднего бизнеса и то, что их отличает.

*Ключевые слова:* малый бизнес, средний бизнес, индивидуальный предприниматель, экономика, развитие.

Тема малого и среднего бизнеса является актуальной и важной не только для России, но и для большинства других стран. Малые и средние предприятия вносят большой вклад в функционирование экономической системы, они создают рабочие места, стимулируют инновации и способствуют экономическому росту в стране.

Но в то же время, малый и средний бизнес сталкиваются со списком проблем, которые замедляют их развитие. Для успешного развития страны и регионов необходимо активно развивать малое и среднее предпринимательство, а также создавать условия для реализации частной предпринимательской инициативы. Одной из основных задач является создание устойчивого и эффективного механизма поддержки малого и среднего бизнеса. Также важно отметить, что малый бизнес выступает не в последней роли в экономике страны: выступает стимулятором здоровой конкуренции, обеспечивает рабочие места, насыщает рынок услуг и товаров.

«Малый бизнес – это локальная фирма с ограниченным списком видов деятельности, имеющая небольшую долю влияния на рынке. Его управление осуществляется собственником» [1].

«Средним бизнесом принято считать коммерческие предприятия, численность рабочей силы которых варьируется от 100 до 250 человек. Данные предприятия отличаются зоной охвата. По большей степени они включают в себя целую сеть, которая обладает способностью обслуживать большую клиентскую аудиторию» [2].

Средним же бизнесом выступает следующий этап развития компании. Разница заключается в размере масштаба, а также доходах и среднесписочной численности персонала.

На 2023 год состояние малого и среднего бизнеса в России остается сложным и сталкивается с рядом проблем и вызовов. Далее приведем основные проблемы малого и среднего бизнеса в России:

1. Одной из ключевых проблем выступает доступ к финансированию. Многочисленные предприятия данного сектора претерпевают трудности при получении кредитов и инвестиций, данная проблема тормозит развитие предприятий. Это может быть связано с высокими процентными ставками по кредитам, сложными требованиями банков или недостаточной информационной поддержкой для предпринимателей.

2. Еще одной проблемой выступает проблема недостатка квалифицированных кадров. Многие малые и средние предприятия испытывают трудности при поиске и привлечении высококвалифицированных специалистов, что может негативно сказываться на их конкурентоспособности и эффективности работы. Данная проблема может быть связано с низкими заработными платами, отсутствием перспективы карьерного роста или неудовлетворительными условиями работы.

3. Неравные условия конкуренции также являются одной из проблем. Малые и средние предприятия сталкиваются с дискриминацией со стороны крупных компаний, которые имеют больше ресурсов и влияния на рынке. Это может проявляться в форме недоступности определенных рынков или возможностей для развития бизнеса.

4. Бюрократические препятствия также ограничивают развитие малого и среднего бизнеса. Множество административных процедур и лицензирование могут быть сложными и затратными для предприятий, что может замедлить их развитие и рост.

5. Ограниченный доступ к рынкам и экспорту. Многие малые и средние предприятия испытывают трудности при выходе на новые рынки и экспорте своей продукции, что ограничивает их возможности для расширения бизнеса и увеличения прибыли. Это связано с высокими таможенными пошлинами, сложными торговыми процедурами или недостаточной поддержкой со стороны государства.

6. Малые и средние предприятия нуждаются в поддержке в виде налоговых льгот, субсидий, программ обучения и консультаций, чтобы стимулировать их развитие и рост. Это связано с отсутствием эффективных механизмов поддержки или недостаточным финансированием со стороны государства.

7. Проблемы инноваций и технологического развития также требуют внимания. Многие малые и средние предприятия отстают в использовании новых технологий и инноваций, что может ограничивать их конкурентоспособность и возможности для роста.

8. Экономическая и политическая нестабильность может создавать риски для малых и средних предприятий, что может снижать их желание для инвестиций и развития. Связано это с изменениями в законодательстве, экономической ситуацией или политическими факторами.

9. Большинство малых и средних предприятий встречаются с трудностями при росте объема производства и увеличении масштаба бизнеса, что может ограничивать их возможности для увеличения прибыли и создания новых рабочих мест. Связано это с ограниченными финансовыми ресурсами или недостаточным доступом к рынкам и клиентам.

В целом, состояние малого и среднего бизнеса в России на 2023 год остается сложным и требует внимания со стороны государства, бизнес-сообщества и других заинтересованных сторон. Решение этих проблем и создание плодотворной среды для развития малого и среднего бизнеса является основополагающим фактором для обеспечения экономического роста и стимулирования появления рабочих мест.

### **Библиографический список**

1. Малый и средний бизнес – что относится и в чем разница / [Электронный ресурс] // мсп.рф: [сайт]. – Режим доступа: <https://xn--11agf.xn--p1ai/services/news/detail/maliy-i-sredniy-biznes-cto-eto-i-v-chem-otliche/?ysclid=lo8ayrgjxr207376286> (дата обращения: 31.10.2023).

2. Чем отличается малый бизнес от среднего и большого - критерии и отличия [разбор на конкретных примерах] [Электронный ресурс] // ПАРТНЕРКИН ФРАНШИЗЫ: [сайт]. – Режим доступа: [https://f.partnerkin.com/blog/open/sem\\_otlicatsya\\_biznes?ysclid=lo8bm0brev763639051](https://f.partnerkin.com/blog/open/sem_otlicatsya_biznes?ysclid=lo8bm0brev763639051) (дата обращения: 31.10.2023).

© Игнатьева А.А., 2023

К.М. КОВЛЯСОВА

*ksenya.k05@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. социол. наук, доц. З.Ф. МУХАМАДЕЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

*Аннотация:* в современных экономических реалиях, немаловажным фактором является цифровизация в деятельности налоговых органов. Налоги являются неотъемлемой частью пополнения бюджета государства и от собираемости налогов зависит распределение денежных средств по уровням бюджета. Без современных программ по контролю за уплатой, начислением и перечислением налогов в бюджет невозможно обеспечить пополнение бюджета в части налоговых поступлений.

*Ключевые слова:* налог, оптимизация, налоговый контроль, налогоплательщики.

В современных реалиях развития общества большое значение играет бюджет государства и как известно существует несколько способов пополнения бюджета. Так как российское производство только начинает набирать обороты, акцент делается на налоговые и неналоговые платежи, благодаря которым происходит поддержание социальных сфер. Пандемия привела к тому, что возникла необходимость во внедрении современных программ по налоговому администрированию в части поступления, начисления и перечисления налогов в бюджет. На сегодняшний день сократилось количество выездных налоговых проверок, которые занимают много времени у налоговиков, так как современные цифровые программы позволяют проверять организации на рабочем месте.

Рассматривая налоговую систему в период цифровой экономики, следует отметить изменения, которые привели к положительному эффекту функционирования самой налоговой системы.

Рассмотрим основные изменения в развитии налоговых систем с использованием современных цифровых технологий.

1. Применение новой системы АИС «Налог-3».
2. Использование АСК НДС-2.
3. Внедрение онлайн-касс и современной ККТ.
4. Усовершенствование «личного кабинета налогоплательщика».
5. Внедрение сервиса «Прозрачный бизнес» и «Налоговая нагрузка».
6. Налог на профессиональную деятельность.

Учитывая постоянные изменения в налоговом законодательстве, налогоплательщики должны быть осведомлены о новых тенденциях в части

оптимизации налогов. Так, например, основные налоги, которые пополняют бюджет являются НДС, налог на прибыль и НДФЛ. Особую роль в части поступления подоходного налога является контроль за деятельностью работодателей, которые до сих пор выплачивают работникам заработную плату в «конверте». Со стороны налоговиков ведется работа с людьми, которые работают в сети Интернет, блогеры, маркетологи, бизнес-тренеры. Получая высокие гонорары не каждый из них зарегистрирован в качестве самозанятого и является плательщиком налога.

На уровне государства были сделаны шаги в пользу введения налога на профессиональный доход. Без регистрации ИП каждый налогоплательщик может открыто декларировать свой доход и уплачивать налоги без посещения налоговых инспекций. Данная практика активно применяется на западе, однако не все физические лица активно готовы декларировать свои дополнительные доходы и уплачивать налоги.

Для применения налога на самозанятых, необходимо определить категорию лиц, относящихся к самозанятым. И в регионах этот перечень может дополняться своими профессиями. Категории лиц, занимающихся на дому, свободными профессиями (в обиходе фрилансеры), бизнес-тренеры, репетиторы, и другие профессии пополняют список самозанятых.

Сегодня в России намного больше сознательных граждан, которые не уклоняются от уплаты налогов, готовы декларировать свои доходы и в рамках современных программ налоговой инспекции не возникает трудностей с начислением и уплатой налогов.

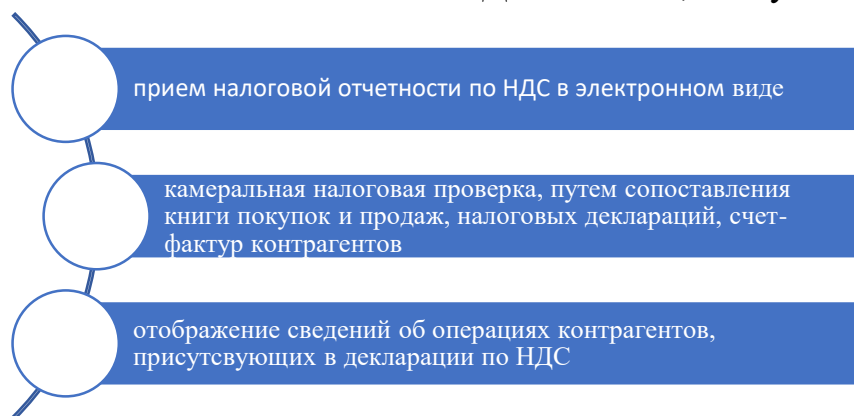
Через портал Госуслуги можно за несколько минут зарегистрироваться в качестве налогоплательщика и зарегистрироваться в личном кабинете «Мой налог». Введение профессионального налога в период цифровизации экономики приводит к легализации многих доходов физических лиц.

С января 2019 года активно начали практиковать новый режим «НПД» налог на профессиональный доход, который позволит самозанятым не только декларировать свои профессиональные доходы, но и не уклоняться от налогообложения. Данное приложение рассчитано на доступный и простой способ регистрации и уплаты налога. Как только поступает на счет налогоплательщика сумма за оказанные услуги, сразу происходит расчет и перечисление налога в бюджет.

Большое значение в деятельности налоговой инспекции является контроль за начислением и перечислением в бюджет налога на добавленную стоимость. Внедрение АИС «Налог-3» – это централизованная автоматизированная система, аккумулирующая данные по расчету налога, работе с контрагентами, правильности начисления НДС и формировании отчетности. Так как данные налог регламентируются по декларации, то благодаря отправке онлайн отчетности налоговой в моменте видят суммы поступления в бюджет по НДС. В рамках появления новых цифровых программ следует обратить внимание на систему АСК НДС-2, которая не просто аккумулирует налоговую отчетность по НДС, но и в автоматическом режиме

проводит сверку по налоговой декларации на основе сведений из книги покупок и продаж, журналов учета, выставленных и полученных счет-фактур. В автоматическом режиме идет проверка и контрагента, счета-фактуры которых были предъявлены к возмещению по НДС.

В состав компонентов АСК НДС-2 входят, следующие:



*Рис. 1. Состав компонентов программы АСК НДС-2*

Усовершенствованная программа по проверке налоговых декларации по НДС распределяет плательщиков налога по трем группам риска: высокий, средний, низкий. По итогам налоговой проверки в программе составляется акт выездной налоговой проверки.

В результате выявления расхождений между налогами НДС и налога на прибыль сразу происходит доначисление налога на прибыль и в автоматическом режиме налогоплательщику отправляют результаты проверки с доначислением налога. Новые налоговые программы по сверке НДС позволяют отслеживать налоговые разрывы по НДС и налогу на прибыль. Прозрачность в отчетности позволяет сокращать неточности в декларациях и отслеживать в моменте счета фактуры налогоплательщиков и контрагентов.

Новая программа НДС 3 позволит не только контролировать начисления и проводить сверку по НДС, но и проверять движение счетов организаций и физических лиц. Как показывает практика, конечный потребитель, который приобретает продукцию через сети Интернет не интересуется кто производитель продукции и на чей счет упадут деньги. Это задача налоговых органов отследить движение от продажи продукции до конечного покупателя, который должен заплатить налог.

В разработке налоговой инспекции находится новая программа «АСК НДС-3», которая позволяет отслеживать всю цепочку продвижения товара и денег, компаний контрагентов и конечного потребителя – физического лица. Актуальным для потребителя сегодня становится приобретение товаров посредством сети Интернет, и конечного потребителя не интересует на чей счет упадут деньги, и кто будет плательщиком налога. Его интересует цена и качество продукции. Поэтому задачей налоговой инспекции с применением современных цифровых программ становится отслеживание данных перемещений продукции и в итоге конечное поступление налога в бюджет.

Современные программы по проверке НДС позволяют осуществлять проверки не только в одном регионе, но и точно выбирать районы. Это приводит к обезличиванию налоговых проверок и более точным результатам по актам налоговых проверок.

Немаловажным внедрением в период цифровизации в экономике является применение онлайн-касс, которые помогают налоговой инспекции получить сведения о налогоплательщике. После покупки товара в налоговую сразу поступает информация о продаже продукции, так как касса посылает сведения о продажах в ФНС. Если предприниматели не скрывают свои доходы и готовы прозрачно уплачивать налоги, то онлайн касса выступает в помощь предпринимателю.

Во-первых, сокращается отчетность в бумажном формате и уменьшается количество деклараций.

Во-вторых, налоговая реже проверяет такие предприятия, так как отчетность по кассе прозрачна и не требует дополнительных перепроверок.

В-третьих, помогает вести товароучет, следить за остатками, которые при продаже будут автоматически списываться.

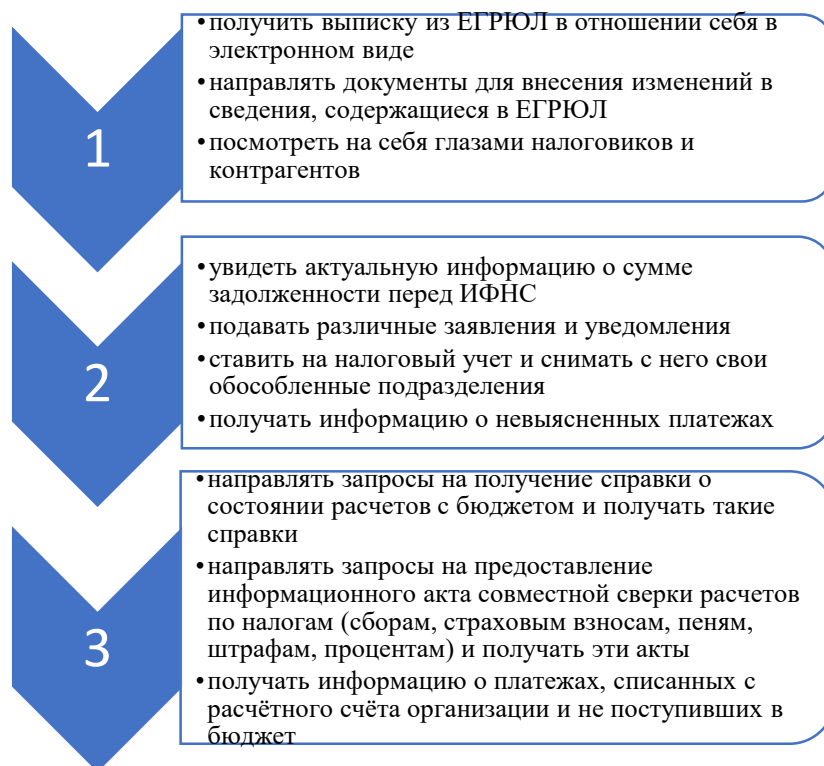
В-четвертых, удобным способом отражения в кассе является ведение программы лояльности для клиентов, с предоставлением скидок и персональных рассылок в автоматическом режиме.

В-пятых, контролирует сотрудников.

В эпоху цифровой экономики должна присутствовать цифровая экосистема, которая позволит проводить кассовые операции без подачи налоговой декларации, так как в моменте в период совершения кассовой операции все данные автоматически попадают в налоговую инспекцию. Скрытие данных невозможно и приведет к большим штрафным санкциям.

Очень актуальным онлайн сервисом стал личный кабинет налогоплательщика, который используют как организации, так и физические лица. Со своего гаджета сегодня можно узнать всю информацию о лицевых счетах налогоплательщика, долгами перед бюджетом, налоговыми начислениями и сроками уплаты налогов. А самое главное в моменте оплатить все налоги по представленным реквизитам без посещения банков и траты своего личного и рабочего времени.

Далее рассмотрим сервис «Прозрачный бизнес», внедренный ФНС для борьбы, в том числе и с фирмами однодневками. На сегодняшний день любой бизнесмен, воспользовавшись данным сервисом может проверить контрагента, получить по нему конкретную информацию о долгах перед бюджетом и о сомнительных операциях по счетам. Благодаря данному сервису многие сделки совершаются с надежными плательщиками по счетам и это привело к минимизации фирм однодневок в государстве.



*Рис. 2. Преимущества личного кабинета налогоплательщика*

Используя данный сервис, необходимо знать данные о компании, для того чтобы проверить ее на благонадежность. Также это позволяет соединять заказчика и подрядчика товаров и услуг через цифровые коммуникации, отслеживать перемещение товаров, контролировать качество товаров.

Таким образом, подводя итоги по внедрению новых цифровых технологий, следует отметить:

1. Это функционирование единого личного кабинета для налогоплательщиков.
2. Другая технология – это создание онлайн-кассы.
3. Важным шагом выступило постановление на учет иностранных организаций.
4. Внедрение системы АСК НДС, способствовала также устранению фирм однодневок для того, честные налогоплательщики не попадали под лишние проверки и административные взыскания.

5. Применение контроля со стороны налоговых органов будет минимизировать налоговые преступления в организациях.

Благодаря современным цифровым технологиям налоговые инспекции могут не просто отслеживать уплату налогов, но и сразу проводить камеральную проверку по начислению и полнотой уплаты налогов в бюджет. Сразу идет проверка по нескольким налогам, а также сверка с расчетными счетами налогоплательщиков. Как известно несвоевременная уплата налогов приводит к аресту счетов налогоплательщиков. Но используя современные цифровые программы налогоплательщикам стоит только оплатить налоги в бюджет, как сразу снимаются аресты со счетов. Также минимизировали бумажную отчетность на уровне организации. Электронный документооборот упростил систему подачи налоговых деклараций, своевременной сдачи отчетности, а самое главное нет привязки к налоговым органам.



С.В. МАРКИНА

*sofiya-markina-2016@mail.ru*

Науч. руковод. – ст. преп. А.Д. МУХАМЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Аннотация:* данная статья раскрывается в оценке внутренней и внешней среды Челябинской области, имеющей в нынешних реалиях инновационный потенциал. Изучая динамику показателей инновационной деятельности рассматриваемого региона, были проанализированы его перспективы в развитии в целях формирования Челябинской области как лидера в сфере инноваций.

*Ключевые слова:* инновации; регион; SWOT-анализ; инновационное развитие; перспективы.

Для повышения инновационной активности и инновационного развития региона необходимо учитывать состояние, его факторы и особенности территории, которые могут поспособствовать росту показателей инновационной деятельности рассматриваемой территории [2, с. 60]. Однако, в настоящее время, чтобы использовать в полном объеме весь инновационный потенциал российскими регионами, необходимо решить следующие проблемы, такие как: низкие темпы экономического роста, сдерживающие переход к инновационноориентированной модели экономики, сложности с коммерциализацией инноваций, недостаточное финансирование для внедрения инноваций [8, с. 85–87]. Поэтому целью исследования является анализ инновационного развития региона в современных условиях на примере Челябинской области.

Челябинская область является одним из индустриальных центров Российской Федерации, которая имеет огромный воспроизводственный потенциал. Она богата экономическими, географическими особенностями, что делает ее привлекательным регионом России.

Однако есть страна, которая служит примером для всех регионов и стран мира – Южная Корея, являющаяся лидером в сфере инноваций и передовой экономикой мира (занимает 10 место в рейтинге стран с развитой экономикой). В данной стране активно используются различные инновационные технологии по переработке мусора, а также ее компании на примере «Hyundai Motor Group» активно разрабатывают развитие и использование водородной энергетики в основном в автомобильных и химических отраслях в целях улучшения

экологии [14; с. 156–157]. Для оценки потенциала инновационного развития Челябинской области нами проведен SWOT-анализ данного региона (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ Челябинской области

	Внешняя среда	Внутренняя среда
Позитивные	<p>О – возможности</p> <p>О1 Выделение денежных средств для новых национальных проектов [1];</p> <p>О2 Запрет на поставки оборонной продукции, оборудования для нефтегазовой промышленности зарубежными странами в результате введения санкций в отношении Российской Федерации [10];</p> <p>О3 Инновационное развитие промышленности и агропромышленного комплекса [10]</p>	<p>S – сильные стороны (преимущества)</p> <p>S1 Высокий инновационный потенциал [3];</p> <p>S2 Развитая система высшего и профессионального образования;</p> <p>S3 Большое количество природных ресурсов [12];</p> <p>S4 Организация программ сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых по принципу "одного окна" [10];</p> <p>S5 Высокая конкурентоспособность продукции на внешнем рынке и налаженные каналы сбыта продукции в другие регионы и государства [10]</p>
Негативные	<p>T – угрозы</p> <p>T1 Снижение доступности финансирования [10];</p> <p>T2 Укрепление курса рубля [10];</p> <p>T3 Рост конкуренции со стороны других субъектов Российской Федерации [10]</p>	<p>W – слабые стороны (недостатки)</p> <p>W1 Дефицит кадров для инновационной экономики региона и отток выпускников общеобразовательных организаций [10];</p> <p>W2 Неблагоприятная экологическая ситуация [10];</p> <p>W3 Высокая зависимость экономики от металлургической промышленности и от изменения конъюнктуры мирового рынка металлопродукции [10]</p>

Источник: составлено автором по [1; 3; 10; 12].

Исходя из SWOT-анализа было выявлено, что Челябинская область относится к достаточно развитым регионам Российской Федерации, в котором сконцентрирован огромный инновационный потенциал региона. Производимая на территории Челябинской области конкурентоспособная продукция позволяет привлекать инвестиции в экономику региона, тем самым стимулируя экономический рост. По данным 2022 года, важно отметить, что система высшего и профессионального образования исследуемого региона удовлетворяет потребности предприятий территории. Так, высшие и средние профессиональные учебные заведения региона выпускают специалистов в области инженерного дела, технологии и технических наук, работа специалистов, которые в нынешних реалиях очень востребованы [13]. Также

Челябинская область считается одним из старейших горнорудных регионов России, на территории которой размещены разнообразные природные ресурсы (более 650 месторождений) [9]. Еще одним преимуществом региона является эффективная организация управления. Так, сопровождение инвестиционных проектов по принципу «одного окна» осуществляется в форме консультационного, информационного и организационного содействия инвестору, который направлен на реализацию данных проектов [6, с. 511]. Кроме того, такие отрасли как туризм, связь, машиностроение имеют высокий потенциал развития региона и обеспечивают высокую конкурентоспособность продукции на внешнем рынке [17].

Что касается возможностей, то следует отметить национальные проекты, которые активно реализует Челябинская область, например, проект «Демография», включающий в себя поддержку семей с детьми, активное долголетие, занятость и здоровый образ жизни [17]. Также в число возможностей, на наш взгляд, можно отнести реализацию программ импортозамещения из-за санкционных ограничений. Кроме того, в Челябинской области активно развиваются инновации в промышленности и агропромышленного комплекса с применением технологий интеллектуальной автоматизации и ресурсосбережения («импорт технологий») [10].

Несмотря на наличие достаточно сильных сторон и возможностей в развитии Челябинской области нами были выявлены также негативные факторы. Так, многие компании Челябинской области испытывают дефицит в специалистах. Дефицит кадров в компаниях области продолжает сохраняться, чему сопутствует низкий уровень безработицы и рост числа вакансий на 22% с начала 2023 года [4]. Кроме того, экологическая проблема в Челябинской области остается одной из острых, так как крупнейшей отраслью промышленности Челябинской области считается металлургия, и все предприятия данной сферы – это источники загрязнения биосферы [19].

Одной из главных слабых сторон региона можно назвать зависимость экономики Челябинской области от металлургической промышленности и изменения конъюнктуры мирового рынка металлопродукции [18].

Проведенный анализ позволил выделить также ключевые угрозы развития Челябинской области: снижение доступности финансовых ресурсов (из-за санкционных ограничений), спроса на продукцию металлургической промышленности на мировом рынке (укрепление курса рубля приводит к удорожанию продукции металлургической промышленности), рост конкуренции со стороны других субъектов РФ, которые обладают лучшими природно-климатическими условиями, например, Республика Адыгея, Черноморское побережье [10; 5].

Но несмотря на наличие слабых сторон и угроз, рассматриваемый регион является одним из крупнейших динамично развивающихся экономических центров России [7].

В табл. 2 рассмотрим динамику объема инновационных товаров, работ и услуг в Челябинской области за 2015–2022 гг.

Таблица 2

Динамика объема инновационных товаров, работ и услуг в Челябинской области за 2015–2022 гг., млрд руб.

Годы	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Челябинская область	63	47	103	103	97	78	21	293
УФО	216	364	508	527	501	501	485	668
РФ	3843	4364	4 167	4516	4863	5189	6003	6377

Источник: составлено автором по [15].

Из анализа табл. 2 можно отметить, что наиболее большой объем инновационных товаров, работ и услуг был в 2022 г., который составил 293 млрд руб. (от Уральского федерального округа составляет 43,9%, что почти половина, напротив от Российской Федерации составляет 4,6%). Наиболее низкий объем инновационных товаров, работ и услуг в Челябинской области был в 2021 году – 21 млрд руб., что значительно мало по сравнению с 2022 годом (в 2022 году данный показатель вырос в 14 раз). Вероятно, это связано с пандемией COVID-19, которая негативно повлияла на работу предприятий, что привело к их закрытию и сокращению специалистов в разных экономических секторах.

Проанализируем динамику затрат на инновационную деятельность Челябинской области за 2018–2022 (табл. 3 и рис. 1).

Таблица 3

Темпы прироста затрат на инновационную деятельность Челябинской области за 2018–2022 гг.

Наименование	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Затраты на инновационную деятельность (млн руб.)	28 327,0	22 292,1	22 008,3	27 067,8	36 929,0
Темп прироста (%)	31,1	-21,3	-1,3	23,0	36,4

Источник: составлено автором по [16].

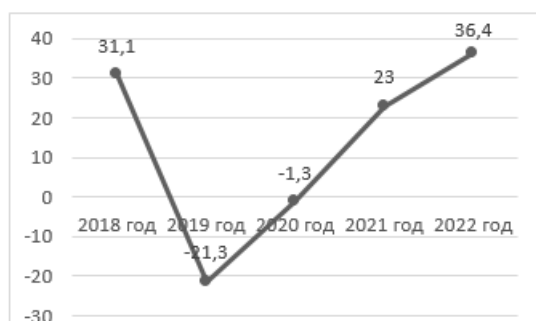


Рис. 1. Динамика затрат на инновационную деятельность организаций Челябинской области, %.

Источник: составлено автором по [16].

По табл. 2 и рис. 1 можно отметить, что в 2018 г. наблюдается прирост затрат на инновационную деятельность, а в 2019–2020 гг., наоборот, значения темпов прироста отрицательные. По данным РБК, в 2019 году инвестиционная активность в российской экономике сильно замедлилась, что привело к снижению затрат на инновации [11].

Таким образом, исследование инновационного потенциала, а также внутренней и внешней среды Челябинской области позволяет рассмотреть ее как достаточно развивающийся регион. Применение зарубежного опыта развития инноваций на примере Южной Кореи, рассматриваемый нами регион может выйти на новый уровень инновационного развития, привлекая все регионы России и мира в целом.

### Библиографический список

1. Более 32 млрд рублей направят в Челябинской области на нацпроекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20230725/natsproekty-1886197935.html> (дата обращения: 15.10.23).

2. Буторина, О.С., Терещук, Е.А. Комплексный анализ динамики инновационного развития Челябинской области // Социум и власть. – 2020. – № 1 (81). – С. 59–73.

3. В ЮУТПП обсудили состояние инновационной политики региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://tpp74.ru/obshchaya4/yutpp/index.php?ELEMENT\\_ID=169933](https://tpp74.ru/obshchaya4/yutpp/index.php?ELEMENT_ID=169933) (дата обращения: 15.10.23).

4. Вакансии без спроса Коммерсантъ Челябинск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6297123> (дата обращения: 22.10.2023).

5. Где лучший климат в России? Топ-6 мест для жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://therealtravellers.com/gde-luchshii-klimat-v-rossii/> (дата обращения: 23.10.2023).

6. Данилов, С. С. Организация сопровождения инвестиционных проектов по принципу одного окна на примере Ярославской области / С. С. Данилов, И. Г. Монин, К. А. Тихонова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 22 (260). – С. 511–513.

7. Диалоги» состоялась презентация инвестиционного потенциала Челябинской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conference.tass.ru/events/prezentaciya-investicionnogo-potenciala-chelyabinskoj-oblasti> (дата обращения: 23.10.2023).

8. Мухаметова, А.Д. Современные вызовы в условиях инновационно ориентированного регионального развития // Акселерация инноваций – институты и технологии: сборник статей международной научно-практической конференции. Под редакцией А.Н. Дегтярева, А.Р. Кузнецовой. – Уфа, 2021 – С. 85–89.

9. Недра и ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://up74.ru/chel-oblast/nedra-i-resursy/> (дата обращения: 15.10.2023).
10. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://food-receptkphoto.ru/mak-2023-kak-chelyabinsk-stanet-tsentrom-innovatsiy/> (дата обращения: 15.10.23).
11. Прорыва не будет: почему замедляется российская экономика – РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/22/05/2019/5ce4fcb99a7947fe30aec458> (дата обращения: 13.10.2023).
12. Ресурсы Челябинской области. Южный Урал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.rusbiznews.ru/regions/Уральский\\_федеральный\\_округ/Челябинская\\_область/Социальные\\_и\\_природные\\_ресурсы.html](https://www.rusbiznews.ru/regions/Уральский_федеральный_округ/Челябинская_область/Социальные_и_природные_ресурсы.html) (дата обращения: 15.10.23).
13. Самым популярным направлением высшего образования в Челябинской области оказалось инженерное дело [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gubernia74.ru/content/articles/1107786/> (дата обращения: 15.10.2023)
14. Сенякина, Н.В., Суслов, А.А. Экологическая политика Республики Корея в XXI веке // Корееведение в России: направление и развитие. – 2023. – № 1. – С. 155–159.
15. Содержание 2. Содержание: 4. 1. Объем инновационных товаров, работ, услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/innov-3.xls> (дата обращения: 13.10.2023).
16. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/154849?print=1> (дата обращения: 13.10.2023).
17. Челябинская область | Правительство Челябинской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravmin.gov74.ru/prav/chelyabinskaya-oblast.htm> (дата обращения: 15.10.2023).
18. Черная металлургия в Челябинской области – актуальное состояние – металлТРЕЙД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gkmt.ru/news/market/112/> (дата обращения: 22.10.2023).
19. Экологическая повестка в Челябинской области «Давыдов. Индекс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://greenparkomsk.ru/ostrye-voprosy/ekologicheskie-problemy-chelyabinska.html?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F](https://greenparkomsk.ru/ostrye-voprosy/ekologicheskie-problemy-chelyabinska.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F) (дата обращения: 22.10.2023).

© Маркина С.В., 2023

УДК 336.71

Г.Ф. МАРТЫНОВА

*gulnazik.martynova@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Э.Ф. НУРДАВЛЯТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

*Аннотация:* банковский сектор характеризуется высокой степенью риска. Эффективное управление рисками играет ключевую роль в работе коммерческих банков и делает акцент на действенной системе риск-менеджмента. Чтобы учесть изменчивость рыночной ситуации, подход к управлению рисками в банках должен постоянно пересматриваться и корректироваться.

*Ключевые слова:* механизмы контроля, управление рисками в банковской сфере.

Несмотря на постоянную неопределенность вокруг банковской деятельности, методы снижения рисков по-прежнему актуальны и приобретают все большее значение в свете последних кризисов, санкций, резкого повышения ключевой ставки ЦБ РФ, а также сохраняющейся неопределенности вокруг банковской деятельности.

Целью большинства банков является поддержание стабильной и прибыльной долгосрочной бизнес-среды, в которой риски и кризисы не вызывают беспокойства, и они могут своевременно получать прибыль. Хороший подход к достижению этой цели предполагает разработку динамичной и гибкой системы управления рисками.

Если рассмотреть, какие банки генерируют больше всего прибыли и как они ею распоряжаются в нашей стране, то мы видим, что, общая прибыль кредитных организаций за январь-октябрь 2023 года составила 2,6 трлн. рублей. В этой сумме учтены и убыточные финансовые компании. Если говорить только о прибыльных, их заработок достиг 2,5 трлн. рублей. Для большей части коммерческих банков первые девять месяцев 2023 года стали успешными: 86,96% или 280 игроков рынка – прибыльные и 13,04% или 42 – убыточные.

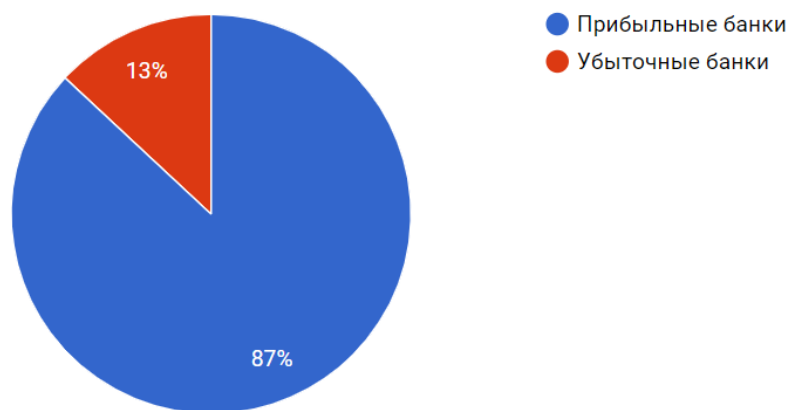


Рис. 1. Сегментация кредитных организаций на прибыльные и убыточные в 2023 году [12]

На самые прибыльные банки 2023 года по итогу января-октября приходится 95,71% заработка всего рынка. То есть у пятой части прибыльных коммерческих банков 17,86% концентрируется почти весь объем заработка. На фоне всех финансовых компаний выделяется ПАО Сбербанк с основным параметром в январе-октябре 2023 года в 1,13 трлн. рублей. Это 43,69% от суммарной прибыли рынка. Также в ряды гигантов входят ВТБ и Gazprombank, владеющие активами в размере 167 миллиардов рублей, а также Raiffeisenbank и Alfa-Bank с активами, соответственно, в размере 93 и 86 миллиардов рублей.

По итогам 2023 года количество убыточных российских банков сократилось на 10 единиц, сообщили в ЦБ. В результате уже в октябре в России остался 51 банк, который не смог получить прибыль. При этом общие убытки кредитных организаций выросли более чем на 10% – с 30 млрд до почти 34 млрд руб. [1].

ВУЗ-Банк является крупнейшим банком по размеру убытков (более 15 млрд руб.) с момента раскрытия информации, а с 2015 года ВУЗ-Банк находится на санации УБРИР. На втором месте по убыточности находится сам УБРИР. С начала года компания понесла убыток в размере 5,7 млрд руб. «Зенит» занимает третье место с показателем 1,8 млрд руб., при этом является вторым по величине. Среди убыточных банков также присутствовали такие банки, как банки «Ренессанс Кредит» (1,7 млрд руб.) и реорганизуемый Газэнергобанк (1,75 млрд руб.) [1].

Для того, чтобы не переходить из крайности в крайность, требуется грамотные управленческие решения и меры, направленные на эффективную работу коммерческих банков. Способы управления рисками в банковской сфере являются различной совокупностью действий, направленных на прогнозирование потенциальных рисков ситуаций, которые могут возникнуть в будущем, с целью минимизации их серьезности.

Банк России несколько раз быстро повышал ставку, с сентября 2022 года по июль 2023 года, показатель оставался на уровне 7,5% и 8,5% соответственно, прежде чем в августе он достиг 12%, в сентябре – 13%, в октябре – 15%. Такое



решение ЦБ объяснил с учетом ослабления рубля и роста инфляции, которые и являются причиной сложившейся ситуации.

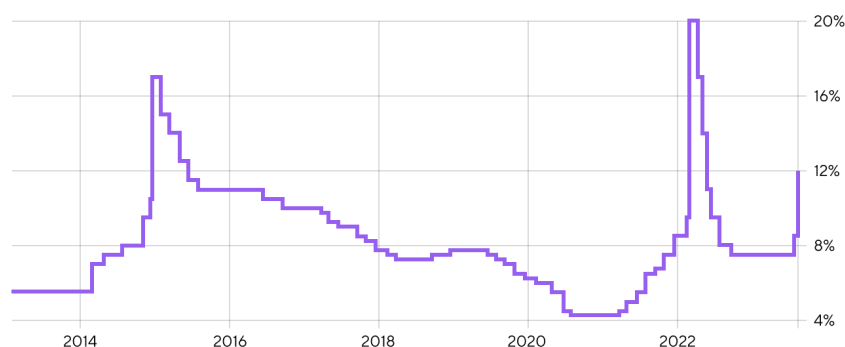


Рис. 2. График изменения ключевой ставки за последние 10 лет

Современная экономическая реалья для коммерческих банков сопряжена с определенными внешними рисками, которые могут привести к убыткам или ухудшению ликвидности кредитной организации, например, замедление кредитования в стране снижает рост кредитного портфеля и соответственно процентных доходов банка; рост процентных ставок может снизить чистую процентную маржу и прибыль; ипотека основа розничного кредитного портфеля. Средние сроки ипотечного кредита в среднем выросли за последний год на 10 лет – вырос риск, что со временем у клиентов банка могут начаться проблемы с выплатой. Внутренние риски, такие как организационная сложность, текучесть кадров или организационные изменения, могут возникнуть из-за внутренних рисков. Изменения внешних факторов, таких как изменения экономических условий или используемых технологий, также могут влиять на риски.

Российская экономика изо всех сил пыталась противостоять экономическому спаду, который преследовал ее на протяжении десятилетий. Геополитические события, потрясшие российскую экономику с 2014 года, привели к значительным потрясениям, а после этого жесткие санкции США и стран ЕС. Те, кто не является частью финансового мира или профессионалов, видели ежедневное снижение стоимости рубля и цен на нефть. Разного рода аналитики предсказывали скорый и неизбежный крах российской банковской системы и всего государства. Тем не менее, благодаря грамотной и дальновидной российской экономической политике и системе управления рисками банков в России всего этого более или менее удалось избежать.

Колебания валютных курсов, экономическая, а также политическая нестабильность оказывают разрушительное воздействие на банковский сектор, который является одним из наиболее волатильных секторов. Благодаря способности прогнозировать будущие риски и готовить банки к управлению, отделы управления рисками банков могут создавать лучшие модели для минимизации этих рисков и получения от них прибыли.

Система управления банковскими рисками – это совокупность методов, которые используют сотрудники банка для прогнозирования рискованных событий и принятия соответствующих мер в случае возникновения неопределенности в отношении деятельности банка.

Коммерческие банки нередко испытывают кризисы в своей работе, что может привести к оттоку вкладчиков, однако структурных проблем в этой сфере нет, как и существенных предпосылок к глобальному кризису банковской системы. ЦБ проводит «очень жесткую» монетарную политику, повышая ставку. В контексте обеспечения стабильности банковского сектора он может выполнять свою функцию и, при необходимости, предоставлять банкам ресурсы, как это наблюдалось в прошлом, с технической и экономической точки зрения.

### **Библиографический список**

1. Авраменко, Д.А. Финансовая безопасность банковской деятельности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростовский государственный университет. Ростов-на-Дону, 2023.
2. Авраменко, Д.А., Шишкин, С.А. Анализ эффективности мер по предупреждению несостоятельности (банкротства) кредитных организаций // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2017. – № 4. – С. 34–39.
3. Банковское дело / под ред. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2018. – 800 с.
4. Банковское дело / под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ, 2019. – 687 с.
5. Белотелова, Н.П., Белотелова, Ж.С. Деньги. Кредит. Банки. – М.: Дашков и К, 2019. – 400 с.
6. Ильина, Т.Г., Тусупбаева, Б.С. Классификационная карта рисков коммерческого банка по Базельскому соглашению // Омские научные чтения-2018. Материалы Второй Всероссийской научной конференции (Омск, 10–15 декабря 2018). Омск: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, 2018. – С. 922–924.
7. Коваленко, О.Г., Игонина, О.В. Сущность и классификация банковских рисков // Молодой ученый. – 2016. – № 12 (116). – С. 1296–1299.
8. Макаров, Р.В. Основные причины банковских рисков: к исследованию проблемы // Человек. Общество. Инклюзия. – 2018. – № 4 (36). – С. 122–128.
9. Медведева, Д.Е. Сущность управления рисками коммерческого банка // Современные исследования. – 2018. – № 7 (11). – С. 19–23.
10. Мугу, С.Х., Аджиева, А.Ю., Дикарева, И.А. Управление кредитным риском в коммерческих банках // Евразийское Научное Объединение. – 2019. – № 4-4 (50). – С. 249–252.
11. Солоница, С.В., Пименов, Г.Г. Системный подход к управлению рисками как фактор экономической безопасности коммерческого банка // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 2 (38). – С. 245–251.
12. Самые прибыльные банки 2023 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brobank.ru/samye-pribylynye-banki-2023-goda/>.
13. ЦБ РФ – отчетность кредитных организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.cbr.ru/banking\\_sector/otchetnost-kreditnykh-organizaciy/](https://www.cbr.ru/banking_sector/otchetnost-kreditnykh-organizaciy/).

УДК 338.1

Л.Ф. МУНИРОВА

*munirova2003@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Х. ИБРАГИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИНФЛЯЦИИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

*Аннотация:* в статье рассмотрен термин инфляции, инфляционные ожидания населения, а так же оценка влияния инфляции на финансовые результаты.

*Ключевые слова:* инфляция, инфляционные ожидания населения, финансовые результаты.

Инфляция – это процесс, при котором общий уровень цен в экономике постоянно растет, а покупательная способность денег снижается. Это явление имеет значительное влияние на финансовые результаты как отдельных физических лиц, так и компаний. В данной статье мы рассмотрим анализ влияния инфляции на финансовые результаты и возможные стратегии для его управления.

«Ожидания людей относительно будущей инфляции могут влиять на ее траекторию – в экономической науке это общепризнанный факт, поэтому центральные банки обращают большое внимание на инфляционные ожидания при принятии решений по денежно-кредитной политике» [1]. Чтобы управлять ожиданиями инфляции, необходимо активно информировать население, предоставляя подробную разъяснительную информацию. В связи с этим, осуществление коммуникации со стороны центральных банков становится автономным инструментом денежно-кредитной политики.

Сравнение динамики инфляционных ожиданий населения и бизнеса показывает, что до марта 2018 года инфляционные ожидания населения были выше, чем ожидания бизнеса – в среднем на 3%. «Некоторые исследователи объясняли этот факт тем, что у руководителей предприятий более высокий уровень экономических и финансовых знаний по сравнению с домохозяйствами» [2]. С апреля 2018 года до января 2019 года ценовые ожидания бизнеса были выше инфляционных ожиданий населения в среднем на 2,3%. В 2019 году (с февраля по декабрь) показатели были примерно на одном уровне – отклонение в среднем 0,68%. И с января 2020 года наблюдается существенная разница показателей – в среднем 9%. В отдельные периоды разница достигала 29,2% (март 2023) и 25,8% (апрель 2023).



Рис. 1. Динамика инфляционных ожиданий населения и бизнеса (по данным с сайта Банка России, в период с апреля по июль 2020 года данные по инфляционным ожиданиям населения отсутствуют)

Влияние инфляции на финансовые результаты физических лиц достаточно очевидно. Постоянный рост цен на товары и услуги приводит к снижению покупательной способности денег. Реальные доходы сокращаются, что оказывает негативное воздействие на потребительскую активность. Затраты на ежедневные расходы растут, и физические лица ощущают ухудшение своего финансового положения.

Для компаний инфляция также имеет серьезное влияние на финансовые результаты. Стоимость импортных товаров и сырья может значительно возрасти, что ведет к росту затрат на производство и снижению рентабельности. Кроме того, изменение уровня цен может привести к нестабильности потребительского спроса и ухудшению экономической конъюнктуры в целом.

Оценка влияния инфляции на финансовые результаты может проводиться различными методами. Одним из них является анализ выручки и затрат. Путем сравнения данных до и после инфляционных воздействий можно определить, насколько сильно изменились финансовые показатели. Также важно учитывать инфляцию при расчете долговых обязательств и управлении инвестициями.

Для управления влиянием инфляции на финансовые результаты можно применять различные стратегии. Одной из них является использование инфляционных индексов при определении цены на товары и услуги, чтобы компенсировать расходы на рост цен. Также компании могут использовать финансовые инструменты, такие как индексированные облигации, для защиты от инфляции. Диверсификация инвестиций и управление портфелем также могут помочь смягчить негативное воздействие инфляции.

В заключение, инфляция оказывает значительное влияние на финансовые результаты как физических лиц, так и компаний. Регулярный анализ и оценка этого влияния являются важными составляющими финансового планирования. Принятие соответствующих стратегий и использование инструментов управления рисками поможет справиться с негативными последствиями инфляции и улучшить финансовую устойчивость.

### **Библиографический список**

1. Рябова, И. Инфляция: ожидания и реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econs.online/articles/ekonomika/inflyatsiya-ozhidaniya-i-realnost/>.

2. Карлова, Н.А., Пузанова, Е.В., Богачева, И.В., Морозов, А.Г. Как формируются инфляционные ожидания предприятий: результаты опроса // Проблемы прогнозирования. – 2020. – № 5 (182). – С. 83–96.

© Мунирова Л.Ф., 2023

А.Р. МУРЗАГУЛОВА

*arinesik@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.Х. ИБРАГИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику, с какими проблемами сталкивались многие страны и их последствия. Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 имеет далеко идущие последствия помимо самого распространения болезни и попыток разных стран организовать карантин. В СМИ феномен влияния заболевания на жизнь общества и его последствия все чаще называют термином «коронакризис». В статье анализируются различные последствия данной пандемии, с чем пришлось столкнуться. Влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику остается крайне актуальным даже спустя несколько лет после начала пандемии. Несмотря на появление вакцин и широкое распространение программ вакцинации, отдельные регионы все еще сталкиваются с последствиями пандемии.

*Ключевые слова:* мировая экономика, пандемический кризис, COVID-19, влияние, проблемы, последствия.

Во время пандемии мировая экономика столкнулась с серьезными вызовами и проблемами. Введение локдаунов, ограничений на передвижение и закрытие предприятий привело к сокращению производства и снижению экономической активности. В результате возник глобальный экономический спад [5].

Многие сектора экономики, такие как туризм, рестораны, развлечения и авиаперевозки, пострадали особенно сильно из-за сокращения потребительского спроса и ограничений на международные путешествия.

Нарушение глобальных поставочных цепей также оказало серьезное влияние на мировую экономику. Закрытие границ и ограничения на торговлю привели к снижению объемов международной торговли, проблемам с поставками товаров и услуг, а также сокращению экспорта и импорта.

Финансовые рынки также пережили значительную волатильность, снижение цен акций и неопределенность. Инвесторы столкнулись с рисками и неопределенностью, что привело к оттоку капитала из некоторых регионов и отраслей.

Большое количество людей потеряло работу из-за закрытия предприятий и снижения активности в различных секторах экономики. Рост безработицы и

экономические трудности повлияли на благосостояние людей и усугубили неравенство.

В то же время, пандемия также стимулировала развитие инноваций и цифровых технологий. Многие компании и организации перешли к онлайн-формату работы, а электронная коммерция и сфера онлайн-развлечений испытали рост.

Пандемия подчеркнула необходимость международного сотрудничества в области здравоохранения, экономики и научных исследований. Страны работали вместе для разработки вакцин, обмена информацией и координации мер для сдерживания распространения вируса.

В целом, пандемия имела значительное и долгосрочное влияние на мировую экономику, и ее последствия будут ощущаться еще продолжительное время.

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на мировую экономику. Ее последствия ощущаются в различных аспектах, включая экономический рост, торговлю, занятость, финансовые [4] рынки и бюджеты государств. Вот несколько ключевых точек воздействия:

1. Сокращение экономического роста: Многие страны столкнулись с резким снижением экономического роста из-за ограничений во внутреннем и международном движении, а также снижением потребительского и инвестиционного спроса.

2. Рост безработицы: Закрытие предприятий и сокращение деятельности в ряде отраслей привело к увеличению уровня безработицы во многих странах, что в свою очередь оказало негативное воздействие на потребительские расходы и социальную стабильность.

3. Изменения в торговле и цепях поставок: Мировая торговля пострадала от сокращения спроса и прерываний в цепях поставок. Это привело к трудностям для компаний, зависящих от глобальной торговли.

4. Финансовые рынки: На финансовых рынках произошли колебания, и инвесторы пересмотрели свои стратегии. Центральные банки многих стран приняли меры по смягчению последствий кризиса.

5. Сокращение бюджетных доходов и рост расходов: Пандемия привела к снижению доходов государств, так как многие компании работали с убытками, и государства проводили стимулирующие программы для поддержки экономики и здравоохранения.

6. Цифровизация и изменение рабочих практик: Пандемия ускорила процессы цифровизации и перехода к удаленной работе, что оказало влияние на технологические инновации и рабочие практики.

7. Снижение спроса на несущественные товары и услуги: Расходы потребителей сосредотачивались на жизненно важных товарах и услугах, что повлияло на отрасли, связанные с развлечениями и туризмом.

Влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику продолжает проявляться и изменяется со временем. Разные страны принимают разные меры для смягчения последствий и стимулирования восстановления. Однако

пандемия также подчеркнула уязвимости современных глобальных экономических систем и потребность в более устойчивых и гибких моделях развития [1].

Во время пандемии страны мировой экономики столкнулись с рядом проблем, включая [2]:

**Экономический спад:** Введение локдаунов и ограничений на передвижение привело к сокращению производства, закрытию предприятий и потере рабочих мест.

**Снижение потребительского спроса:** Ограничения на передвижение и неопределенность привели к сокращению потребительских расходов, особенно в секторах, связанных с туризмом, ресторанами и развлечениями.

**Нарушение глобальных поставочных цепей:** Закрытие границ и ограничения на международную торговлю привели к нарушению поставок товаров и услуг, что отразилось на международной торговле и производстве.

**Финансовая нестабильность:** Волатильность на финансовых рынках, падение акций и неопределенность отразились на инвестициях, пенсионных фондах и финансовой устойчивости компаний.

**Безработица и социальные проблемы:** Массовые увольнения и сокращение рабочих мест привели к росту безработицы, бедности и социальной нестабильности.

**Уязвимость развивающихся стран:** Развивающиеся страны, имеющие ограниченные ресурсы и слабые системы здравоохранения, столкнулись с особыми трудностями в борьбе с пандемией.

**Угроза банкротства компаний:** Многие компании, особенно в малом и среднем бизнесе, столкнулись с финансовыми трудностями и риском банкротства.

**Рост государственного долга:** Многие страны увеличили государственные расходы для поддержки экономики и здравоохранения, что привело к росту государственного долга.

**Отток капитала:** Неопределенность и риск привели к оттоку капитала из некоторых стран, что может негативно повлиять на экономику и инвестиции.

**Неравенство:** Пандемия усугубила неравенство, поскольку низкооплачиваемые работники и уязвимые группы наиболее пострадали от экономического спада и потери рабочих мест.

Важно отметить, что эти проблемы могут различаться по странам и зависеть от их экономической структуры, политики и мер поддержки, принятых правительством [3].



## Библиографический список

1. Вестник Алтайской академии экономики и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/36HDkP> (дата обращения: 30.10.2023).
2. Влияние пандемии на экономику России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/411/90709/?ysclid=lod182tgfw39794157> (дата обращения: 30.10.2023).
3. Как COVID-19 меняет рынки и людей и что с этим делать бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/MfonA> (дата обращения: 30.10.2023).
4. Мировая экономика в условиях пандемии COVID-19: итоги 2020 года и перспективы восстановления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1economic.ru/lib/111375?ysclid=loeedpn2x4438350590> (дата обращения: 31.10.2023).
5. Социально-экономические последствия пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/Tb6Sz> (дата обращения: 30.10.2023).

© Мурзагулова А.Р., 2023

А.Р. САЯХОВА

*Sayakhova27@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Э.И. ИСХАКОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

*Аннотация:* в статье проведен анализ состояния инновационного предпринимательства в Республике Башкортостан, определены основные инструменты развития инновационного предпринимательства и результаты работы центров по поддержке субъектов МСП.

*Ключевые слова:* инновационное предпринимательство; развитие региона; меры поддержки; инновационная деятельность.

В условиях динамичного изменения экономического потенциала, взаимодействия стран, государству необходимо обеспечить реализацию мер, направленных на развитие экономических субъектов. Реализация импортозамещения благоприятствует развитию внутреннего экономического потенциала страны, в связи с этим расширяется перечень инструментов для поддержания предпринимателей и предприятий.

В работе «Предпринимательство» К. Е. Гришина, А. Ш. Галимовой, Г. Р. Габидуллиной, М. Р. Богатыревой приоритетными направлениями поддержки экономики у государства являются:

- 1) обеспечение бесперебойной деятельности предприятий [2];
- 2) увеличение числа товаров на рынке [2];
- 3) помощь компаниям, которые оказались в сложной ситуации [2];
- 4) оказание необходимых секторальных мер поддержки [2];
- 5) расширение свободы предпринимательства [2].

На сегодняшний день данные направления не теряют своей актуальности, тем самым обеспечивая комплекс мер государственной поддержки для предпринимателей, в том числе инновационного направления. Меры поддержки представлены в различных формах, от консультационных до финансовых: в форме субсидий, грантов из регионального и федерального бюджетов, налоговых льгот, льготного кредитования и займа; а также в развитии на территории Республики Башкортостан индустриальных парков, технопарков и особой экономической зоны.

В соответствии с единым реестром субъектов малого и среднего предпринимательства с 2020 по 2023 гг. наблюдается положительная динамика количества субъектов МСП в Республике Башкортостан с 126 557 до 127 781 ед. [4]. По количеству субъектов малого и среднего

предпринимательства Республика Башкортостан на 10.09.2023 г. среди субъектов Приволжского федерального округа занимает 2-е место [4].

Согласно статистическими данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан уровень инновационной активности организации значительно увеличился с 2019 г. по 2020 г. с 10,3% до 25,1%, в 2021 г. составил 21,2% и в 2022 г. 14,8% [5]. Одной из причин изменения показателя с 2020 года связано с пандемией COVID-19, что положительно повлияло на развитие высоких технологий, промышленных вычислений и IT-разработок. Затраты на инновационную деятельность организаций в период с 2020 г. по 2022 г. снизились с 28 961,8 млн рублей до 25 856,8 млн рублей [5]. Снижение затрат связано с негативным воздействием санкций на экономику, в связи с чем осуществлялось перераспределение направлений затрат для удержания существующих позиций и устранения провалов. Не смотря на неблагоприятные условия это послужило развитием внутреннего рынка производителей и предпринимателей.

Для поддержания внутреннего развития организаций и субъектов малого и среднего предпринимательства активно реализуются пакет мер государственной поддержки. С 2018 года на территории Республики Башкортостан утверждено постановление Правительства Республики Башкортостан от 14 ноября 2018 года № 548 «О государственной программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан» в целях обеспечения формирования благоприятных условий, способствующих эффективной предпринимательской деятельности [1].

Согласно сводной аналитической и статистической информации по предпринимательству и туризму в Республике Башкортостан по итогам 1-го полугодия 2022 г. Гарантийным фондом представлено 87 поручительств субъектам МСП на сумму 602,2 млн. АНО «Микрокредитная компания малого бизнеса Республики Башкортостан» представлено 120 микрозаймов на сумму 177,5 млн рублей и АО «Региональная лизинговая компания РБ» оказана поддержка 21 субъекту МСП на 238,8 млн рублей [6].

В целях обеспечения информационно-консультационной поддержки предпринимателей на территории Республики Башкортостан действуют центры поддержки бизнеса «Мой бизнес». На сегодняшний день открыты 4 офиса и 12 офисов в муниципалитетах Республики Башкортостан. Центры работают в формате «единого окна» и оказывают около 150 услуг, совокупный охват предпринимателей составляет около 65% [6]. В настоящее время центром оказано более 54 891 услуг, 41 085 субъектов МСП являются получателями поддержки [3]. В целях продвижения и популяризации предпринимательства сотрудники регулярно проводят различные мероприятия и бизнес-встречи.

Важно отметить, что на развитие инновационного предпринимательства, и в целом популяризации деятельности предприятий, субъектов малого и среднего предпринимательства наилучшее влияние оказывает именно комплекс мероприятий, обеспечивающих комфортную среду. Тем не менее

механизм оказания финансовой поддержки, играет одну из ведущих ролей по стимулированию развития инновационной направленности предпринимателей, субъектов МСП, предприятий, что непосредственно оказывает положительное влияние на развитие экономического потенциала как региона, так и страны. Также одним из важных факторов развития данного направления является человеческий капитал. Совершенствование человеческого капитала во многом зависит от учебных заведений. Республика Башкортостан с каждым годом улучшает систему образования и ее инфраструктуру. На данный момент на территории региона реализуется активная политика развития инновационного предпринимательства, с целью ее позитивной динамики необходимо продолжать поддерживать комплекс существующих мер государственной поддержки и разрабатывать новые, стимулируя развитие инноваций.

### Библиографический список

1. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 14.11.2018 года № 548 «О государственной программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации Республики Башкортостан: официальный сайт. – Режим доступа: <https://nra.bashkortostan.ru/21622/>.

2. Гришин, К.Е. Предпринимательство: учебное пособие / К.Е. Гришин; А.Ш. Галимова; Г.Р. Габидуллина; М.Р. Богатырева; БашГУ; отв. ред. А.Ш. Галимова. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2022. – Электрон. версия печ. публикации. – Режим доступа: [https://elib.bashedu.ru/dl/local/GrishinKE%20i%20dr\\_Predprinimatelstvo\\_up\\_2022.pdf/info](https://elib.bashedu.ru/dl/local/GrishinKE%20i%20dr_Predprinimatelstvo_up_2022.pdf/info).

3. О результатах работы центра «Мой бизнес» [Электронный ресурс] // «Мой бизнес» Республики Башкортостан: официальный сайт. – Режим доступа: <https://cmbrb.ru/o-nas/>.

4. Статистические данные «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс] // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: официальный сайт. – Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html>.

5. Статистические данные раздела «Наука, инновации и информационное общество» [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан: официальный сайт. – Режим доступа: <https://02.rosstat.gov.ru/folder/26074>.

6. Статистическая информация «Аналитическая и статистическая информация по предпринимательству и туризму в Республике Башкортостан» [Электронный ресурс] // Министерство предпринимательства и туризма в Республике Башкортостан: официальный сайт. – Режим доступа: <https://biznestur.bashkortostan.ru/documents/other/406246/>.

© Саяхова А.Р., 2023

УДК 336.02

Э.М. УРАЗБАЕВА

*secretary\_sro@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. экон. наук, доц. Л.З. БАЙГУЗИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА В 2024 ГОДУ

*Аннотация:* в статье рассмотрены проблемы новой экономической реальности, модели становления социально-экономического развития в контексте нынешних процессов. Проанализированы показатели экономического развития, политика, проводимая государством на перспективу.

*Ключевые слова:* российская экономика, санкции, прогноз, инвестиции, экономический рост, инфраструктурные проекты, курс.

2024 год станет важным этапом в развитии российской экономики. В этой статье мы попытаемся проанализировать текущую ситуацию и представить прогнозы на ближайшие годы.

Фактическая динамика РФ в 2022 году оказалась лучше многих экспертных прогнозов. Важнейшие отрасли, такие как строительство, сельское хозяйство, промышленность и агропромышленный комплекс, не только не сократили, но и нарастили объемы, за счет этого создали новые рабочие места.

Так если рассмотреть ВВП в 2022 году, то прослеживается тенденция к сокращению на 2,1%, и многие экономисты прогнозировали падение, некоторые источники предрекали на 10–15% [13]. Зафиксирован рост экономики в 2023 году, это означает, что экономическая ситуация в стране стабильна, несмотря на то, что нам предрекали обвал экономики, но этого не случилось. Уровень инфляции в 2022 году был лучше, чем во многих странах. Еще в октябре устойчивость экономики РФ в условиях санкций оказалась наплаву, благодаря государственной поддержке и стратегическими решениями [13].

Несмотря на положительную динамику, существуют ряд препятствий, с которыми сталкивается российская экономика, из-за санкций вводимые недружественными странами. Возникли множественные трудности во многих финансовых аспектах, такие как заблокированные счета, блокировка к зарубежным финансовым рынкам и многим другим продуктам. Но несмотря на эти проблемы, экономические перспективы на следующий год будут относительно положительными.

Правительство обозначило приоритетные направления господдержки малого и среднего бизнеса и определили основные задачи на среднесрочную перспективу. Разработали перечень меры поддержки, такие как программы льготного кредитования бизнеса, поддержки строительной отрасли, создание

цифровой платформы для субъектов, поддержка для ИТ, также продлили на весь год мораторий на проверки бизнеса и многое другое [14]. Это одна из многих других важных областей, которые необходимо решить.

Экономика медленно и, верно, начала перестраиваться, перспективы развития являются результатом реализации долгосрочных стратегий и программ. Это касается и партнерских отношений, например, с Китаем. Правительство РФ выстраивает сильные экономические и политические связи с дружественными странами, что в последствии способствует модернизации и развитию страны в целом [13]. Посему позволит укрепить торгово-партнерские отношения и улучшить экономику.

Прогнозы на 2024 год свидетельствуют о значительных изменениях в мировой экономике. Он обещает стать годом, полным новых достижений и прорывов в разных областях науки, технологий и культуры. Это разработка и внедрение новых экологически чистых источников энергии, также ожидается прорыв в области искусственного интеллекта. Следующий год эра новых возможностей и вызовов, которые потребуют у мирового сообщества сотрудничества и смелых решений.

*Таблица 1*

Перспективы развития России [13]

Цифровая экономика	Транспортная инфраструктура	Сельское хозяйство
Повышение эффективности государственных органов	Реконструкция и строительство транспортных магистралей	Увеличение производства сельскохозяйственной продукции
Охват услугами в сфере медицины и образования	Строительство аэропортов, железнодорожных станций и портов	Внедрение передовых технологий в сельское хозяйство
Создание новых рабочих мест	Увеличение скорости и комфорта перевозок	Развитие экспорта сельскохозяйственных товаров
Развитие инноваций	Более эффективные связи между регионами страны	Самодостаточность в производстве пищевых продуктов

Правительство РФ активно инвестирует в сферу науки и инноваций. Одним из основных трендовых понятий станет продвижение и применение передовых технологий. Зарождающиеся тренды применения ИИ в бизнесе, виртуальные помощники, ожидается дальнейшее развитие и применение технологий расширенной реальности, AR-технологии будут применяться в различных сферах, например, в медицине, образовании и рекламе. Сыграют важную роль в нашей повседневной жизни и в бизнесе, также появятся новые применения и возможности для решения сложных задач.

Другой важный тренд на 2024 год связан с экономикой и инвестициями. Российский рынок акций обещает стать одним из наиболее привлекательных секторов для инвесторов. Политическая стабильность, экономическое развитие

и масштабные инфраструктурные проекты дополняют общий оптимизм, который окружает российскую фондовую биржу.

Государственная Дума приняла закон «О федеральном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов». Документ предусматривает доходы бюджета России на 2023 год в 26,13 трлн рублей (17,4% ВВП), расходы 29,056 трлн (19,4% ВВП). При этом в 2024 году доходы бюджета должны увеличиться до 27,24 трлн рублей, в 2025 году до 27,98 трлн, а расходы до 29,43 трлн и 29,24 трлн рублей соответственно. В течение всего трехлетнего периода бюджет будет дефицитным: в 2023 году дефицит составит 2% ВВП, в 2024 году 1,4% ВВП, в 2025 году 0,7% ВВП. Основным источником покрытия дефицита станут госзаимствования [6].

Таблица 2

Сценарный прогноз основных показателей социально-экономического развития РФ [11]

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Прирост реального ВВП, % в год	-2,7	5,6	-2,1	0,4	1,7-2,1	1,5-1,8	1,4-1,7	1,5-1,7	1,7-1,9	1,5-1,7	1,8-2,0
Номинальный ВВП, трлн руб.	107,7	135,3	153,4	169,5	179-184	190-199	201-216	219-236	239-257	258-281	283-300
Индекс потребительских цен, %	4,9	8,0	11,94	4,5-6,5	4	4	4	4	4	4	4
Динамика инвестиций в основной капитал, %	-1,4	7,7	4,0	0,2	2,0-2,5	1,7-2,1	1,5-1,9	1,4-1,7	1,6-1,8	1,4-1,7	1,5-1,7
Прирост индекса промышленного производства, %	-2,6	5,3	-0,6	-0,2	1,6-2,0	1,5-1,8	1,3-1,7	1,5-1,8	1,7-2,0	1,5-1,8	1,8-2,0
Изменение реальных расп. доходов населения, %	-3,5	3,0	-1,0	2,1	1,6-2,0	1,6-2,0	1,5-1,9	1,3-1,6	1,4-1,7	1,2-1,5	1,5-1,7
Изменение розничного товарооборота, %	-4,1	7,3	-6,7	1,5	2,6-3,0	1,6-1,8	1,5-1,7	1,7-2,0	1,9-2,1	1,8-2,0	2,1-2,3

\*Источник: институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара

Несмотря на сложное время в целом 2024 год будет привлекательным для инвестиций, если рассматривать, то на долгосрочную перспективу очень интересно, потому что наступает период трансформации в экономике и инноваций. Проекты, которые рассматривались и планировались в бизнесе, в следующем году стабилизируются. Компании, которые смогут приобщиться к новым тенденциям и оперативно реагировать на изменения, будут иметь большие возможности для успеха.

Российская экономика имеет все шансы для достижения стабильного и устойчивого роста к 2024 года, для этого нужно активно продолжать работу по модернизации и развитию экономической инфраструктуры, также обеспечивать условия для развития бизнеса и инвестиций и ряд других мер.

### Библиографический список

1. Ахапкин, Н.Ю. Формирование ресурсов труда и перспективы экономического роста // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – № 6. – С. 114–130.
2. Балацкий, Е.В., Екимова, Н.А., Юревич, М.А. Давление санкций: накануне новой реформы науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://kapital-rus.ru/articles/article/davlenie\\_sankcii\\_nakanune\\_novoi\\_reformy\\_nauki](https://kapital-rus.ru/articles/article/davlenie_sankcii_nakanune_novoi_reformy_nauki).
3. Банк России. О чем говорят тренды. Макроэкономика и рынки. Бюллетень Департамента исследований и прогнозирования. Апрель 2022 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/40953/bulletin\\_22-02.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/40953/bulletin_22-02.pdf).
4. Банки и инфраструктура финансового рынка в условиях современных вызовов. Информационно-аналитическое обозрение. Сентябрь 2022. – М.: Ассоциация банков России, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://asros.ru/upload/iblock/258/q128tt2v80znkxvdchhwjzhex5h64m6u/Analiticheskie-materialy-k-Forumu-v-Kazani\\_sentyabr-2022-na-sai\\_t.pdf](https://asros.ru/upload/iblock/258/q128tt2v80znkxvdchhwjzhex5h64m6u/Analiticheskie-materialy-k-Forumu-v-Kazani_sentyabr-2022-na-sai_t.pdf).
5. Прогноз социально-экономического развития РФ на 2024 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/file/310e9066d0eb87e73dd0525ef6d4191e/progn\\_oz\\_socialno\\_ekonomicheskogo\\_razvitiya\\_rf\\_2024-2026.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/310e9066d0eb87e73dd0525ef6d4191e/progn_oz_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_rf_2024-2026.pdf).
6. Государственная дума Федерального собрания РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/55836/>.
7. Ленчук, Е.Б. Технологическая модернизация как основа антисанкционной политики // Проблемы прогнозирования. – 2023. – № 4.
8. Структурная модернизация российской экономики: условия направления механизмы / Под ред. Е.Б. Ленчук, Н.Ю. Ахапкина, В. И. Филатова. – СПб.: Алетейя, 2022.
9. Ушкалова, Д.И. Внешняя торговля России в условиях санкционного давления // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – № 3 (55). – С. 218–226.
10. Ушкалова, Д.И. Антироссийские санкции и экспорт России в 2022 г.: риски и перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – № 6. – С. 34–51.
11. Прогноз социально-экономического развития России в 2023–2030 годах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.iep.ru/files/text/other/Forecast\\_2023\\_2030\\_25.06.2023.pdf](https://www.iep.ru/files/text/other/Forecast_2023_2030_25.06.2023.pdf).
12. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.economy.gov.ru/material/news/pravitelstvo\\_oboznachilo\\_prioritety\\_razvitiya\\_sektora\\_msp\\_do\\_2030\\_goda.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/pravitelstvo_oboznachilo_prioritety_razvitiya_sektora_msp_do_2030_goda.html).
13. Официальные сетевые ресурсы Президента России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/supplement/5920>.
14. Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/edinyi-plan-podostizheniiu-natsionalnykh-tselei-razvitiya-rossiiskoi-federatsii/>.

© Уразбаева Э.М., 2023



## СЕКЦИЯ 7.15. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

УДК 811.11-112

А.Г. АЗНАБАЕВА

*k-ik-o@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Р.Х. КАРИМОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

### ЭКСПЛИЦИТНЫЕ И ИМПЛИЦИТНЫЕ ПРИЁМЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЛЕНИ В СКАЗКАХ БРАТЬЕВ ГРИММ

*Аннотация:* цель статьи состоит в анализе и исследовании способов, которыми братья Grimm передают и выражают лень в своих сказках. Статья раскрывает как явные выражения лени, так и скрытые подразумевания через персонажей, сюжеты и диалоги сказок при помощи иллюстрации примеров.

*Ключевые слова:* сказки, анализ сказок, лень, эксплицитные выражения лени, имплицитные выражения лени, критика лени.

Братья Grimm, Якоб и Вильгельм – немецкие сказочники, лингвисты, исследователи немецкой народной культуры [5].

Их сказки пользовались популярностью как и у детей, так и у взрослых. Братьев Grimm прославили достижения в науке и творчестве. Их вклад в мировую литературу, культуру, в развитие лексикографии и грамматики немецкого языка невозможно переоценить. Братья Grimm собрали и опубликовали целую палитру народных сказок и легенд, которые стали неотъемлемой частью классической детской литературы. Их работы по-прежнему восхищают читателей со всего мира.

В своих произведениях братья Grimm раскрывают различные темы: справедливость и добро против зла, семейные ценности, духовный рост, моральные уроки. Одной из тем их произведений является осуждение лени.

Лень – это отсутствие желания действовать, трудиться, склонность к безделью [2]. Лень может являться стилем жизни, привычным способом поведения. Психологи считают, что лень – это следствие объективных причин. Они полагают, что лень бывает полезной, так как она может являться сигналом о необходимости отдохнуть. Однако постоянная лень приводит к плачевным последствиям: она ускоряет процесс старения мозга, может стать препятствием для достижения целей и выполнения задач, приводит к малой физической активности.

В литературных произведениях лень часто изображается как негативная черта характера. Ленивые персонажи часто демонстрируются как безответственные и неспособные достичь успеха. Они могут быть

представлены как препятствие для развития самих себя и окружающих, или же стать источником конфликта.

Лень может быть представлена в тексте как эксплицитно, так и имплицитно. Открыто выраженная лень может быть явным описанием мнения персонажа о своей нежелательности выполнять работу или обязанности. Скрыто выраженная лень может быть показана через метафоры, символы или намеки. Некоторые детали могут указывать на наличие лени у персонажа, но не обязательно явно указывать на это.

Рассмотрим сказку «Der faule Heinz»:

Главный герой, Ганс, был лентяем, он не хотел пасти козу и решил жениться на толстой Трине, чтобы она выполняла его работу, но Трина была такой же лентяйкой.

В сказке четыре раза используются слово «faul»:

1. «Heinz war faul...» (Ганс был ленивым...).

2. «Heinz hatte gute Tage und brauchte sich von keiner andern Arbeit zu erholen als von seiner eigenen Faulheit.» (У Ганса были хорошие дни, ему не нужно было восстанавливать силы для чего-либо, кроме собственной лени.).

3. «Aber die dicke Trine war nicht minder faul.» (Но толстая Трина была не менее ленива.).

4. «Der faule Heinz verließ das Bett nicht gerne vor Mittag...» (Ленивый Ганс не любил вставать с постели раньше полудня...).

В произведении лень выражена не только эксплицитно, но и имплицитно. Братья Гримм используют приемы и метафоры, чтобы показать читателям ленивость героев. Они выражают их нежелание что-либо делать, расписывая детали, выражают лень персонажа через его действия. Например:

1) «...so seufzte er dennoch, wenn er nach vollbrachtem Tagewerk abends nach Hause kam.» (...он все еще вздыхал, когда вечером приходил домой после завершения дневной работы.). Через иллюстрацию зевающего героя авторы пытаются показать читателям ленивость персонажа;

2) «...so holte Trine einen starken Haselstock herbei und legte ihn neben ihr Bett, damit sie ihn, ohne unnötigerweise aufzustehen, mit der Hand erreichen und die ungebetenen Gäste von dem Bette aus verjagen könnte.» (...тогда Трина взяла крепкую ореховую палку и положила ее рядом со своей кроватью, чтобы можно было дотянуться до нее рукой, не вставая без надобности, и отогнать незваных гостей от кровати.). Героиня ленилась даже вставать с кровати, чтобы что-то сделать;

3) «Und da er in einer Scherbe noch etwas Honig bemerkte, so langte er danach und sprach ganz vergnügt...» (И когда он заметил немного меда в осколке, он потянулся к нему и совершенно счастливо сказал...). Ганс не стал убирать разбитую банку, наоборот, был рад, что она не упала ему на голову.

Лень может выражаться через привычки и образ жизни героев:

1) «Der faule Heinz verließ das Bett nicht gerne vor Mittag...» (Ленивый Ганс не любил вставать с постели раньше полудня...). Главный герой ведёт малоподвижный образ жизни;

2) «Eines Morgens, als er so am hellen Tage noch in den Federn lag.» (Однажды утром, когда он все еще лежал в постели среди бела дня.). Еще один пример, иллюстрирующий пассивность персонажа.

Реплики и мысли героев тоже указывают на их отрицательные черты:

1) «Es ist in Wahrheit eine schwere Last...» (На самом деле это тяжелое бремя...). Обычные обязанности являются непосильными для Ганса;

2) «Aber nicht eher, als bis wir ein Kind haben, das sie hütet. Soll ich mich etwa mit den jungen Gänsen plagen und meine Kräfte dabei unnötigerweise zusetzen?» (Но не раньше, чем у нас появится ребенок, который будет о них заботиться. Стоит ли мне возиться с молодыми гусями и зря тратить силы?). Героиня не собиралась заводить гусей до появления ребенка, потому что не хотела присматривать за ними;

3) «...wollen wir uns noch schmecken lassen und dann nach dem gehabten Schrecken ein wenig ausruhen, was tuts, wenn wir etwas später als gewöhnlich aufstehen...» (...давай насладимся отдыхом, а потом немного отдохнем после потрясения. Что будет, если мы встанем чуть позже обычного?). Персонажи не расстроились, потеряв банку с медом, они продолжили отдыхать и убегать от работы;

4) «...eilen tut nicht gut...» (...торопиться нехорошо...). Трина считает, что ее малоподвижный образ жизни – это просто неспешность;

5) «Er setzte sich, sammelte seine Gedanken und überlegte, wie er seine Schultern von dieser Bürde frei machen könnte.» (Он сел, собрался с мыслями и задумался, как бы ему освободиться от этой ноши.). Обычную работу Ганс воспринимал как тяжёлую работу.

Также братья Гримм используют литературные средства выразительности:

1. «Müde Glieder» (Уставшие конечности). Это метафора и ирония, которые выражает внутренне состояние человека. Ганс, не сделав ничего, уже чувствовал себя обессиленным;

2. «...lag und von dem langen Schlaf ausruhte...» (...лежал и отдыхал от долгого сна...). В данном примере используется оксюморон. Авторы произведения сочетают два противоположных явления для иллюстрации лени героя;

3. «Weißt du, die Schnecke war einmal zur Hochzeit eingeladen, machte sich auf den Weg, kam aber zur Kindtaufe an.» (Знаете, улитку однажды пригласили на свадьбу, отправились в путь, но приехали на крещение ребенка.). Братья Гримм сравнивают главных героев с улитками – очень медленными животными.

Таким образом, волшебная сказка насмехается над теми, кто предпочитает выдумывать отговорки, вместо того чтобы приступить к делу и поработать. Итак, лень – начало всех пороков. Она способна разрушить благосостояние человека. У Трины и Ганса не осталось ничего, кроме разбитой банки мёда. Авторы показывают, что человек деградирует, если не может побороть собственную лень.

## Библиографический список

1. Darton, F. J. H. (2014). Children's books in England: Five centuries of social life. Cambridge University Press.
2. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – 4-е изд. – М., 1997.
3. Der faule Heinz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.grimmstories.com/de/grimm\\_maerchen/der\\_faule\\_heinz](https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/der_faule_heinz) (дата обращения: 10.10.2023).
4. Самые медленные животные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zoopicture.ru/samye-medlennye/> (дата обращения: 16.10.2023).
5. Биография Братьев Гримм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://obrazovaka.ru/biografiya-bratev-grimm.html> (дата обращения: 14.10.2023).
6. Какой можно написать отзыв по сказке «Ленивый Гейнц» Братьев Гримм? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/2829889-kakoj-mozhno-napisat-otzyv-po-skazke-lenivuj-gejnc-bratev-grimm.html> (дата обращения: 17.10.2023).

© Азнабаева А.Г., 2023

М.Е. АРЧИБАСОВ  
*maksarchi45@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р филос. наук, проф. З.Н. ХАБИБУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **СОЦИАЛЬНАЯ ИМИТАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕМ БРЕНДА**

*Аннотация:* интенсивное распространение имитационных продуктов имеет значительное влияние на общество. При подмене одной социально-культурной реальности другой, создаются новые образцы действительности, дающие возможность находить более эффективные методы развития культуры и общества. Продуктивные имитационные варианты в данной статье прослеживаются на примере брендинга.

*Ключевые слова:* имитация, воображение, бренд, ценность, управление.

В современных реалиях на рынке, полном различных товаров и услуг, выделяться становится все сложнее. Помимо таких характеристик как, например, качество и цена, потребителей интересуют и другие: ценности бренда, позиционирование, социальная и экологическая ответственность и т. д. Следовательно, бренды стараются создать собственный имидж, который будет отражать всю его сущность, тем самым привлекая целевую аудиторию. Для создания имиджа используется множество приемов, перечень которых постоянно обновляется, так как одни теряют свою актуальность, другие, наоборот, приобретают популярность.

Бренд как понятие произошло от древнескандинавского «brandr», которое переводится как «жечь, огонь». Единого определения понятия «бренд» нет, каждый автор – теоретик или практик в области маркетинга, выделяет свой перечень ключевых характеристик понятия «бренд» и на их основе строит свое определение. Так, Ф. Котлер, американский маркетолог и экономист, в своих трудах бренд определяет как «название, термин, символ или дизайн (или же совокупность), которые обозначают товар или услугу определенного производителя, они выделяют этот товар или услугу среди конкурентов» [2, с. 97]. Автор в своих работах часто выделял книгу «Эффективный бренд-менеджмент» под авторством П. Темпорала, где бренд трактуется как то, что существует только в сознании потребителей, без эмоциональной приверженности потребителей любой бренд будет простым товаром или услугой [2, с. 102]. Бренд включает в себя взаимоотношения между товаром или услугой и их потребителями, позволяя выделить и зафиксировать определённые ценности, его преимущества в сознании потребителей.

Ценности и преимущества могут определяться его функциональными, социальными или эмоциональными характеристиками, либо сочетать их, имитируя альтернативную функциональную реальность. В ней, также учитывается синергетический потенциал обозначенных выше характеристик, но приводит к формированию иных ценностей и преимуществ. В построении имиджевой стратегии имитационный процесс с ценностным компонентом может уберечь компанию от репутационного провала, сместив общественное воззрение о товаре или услуге в сторону заранее спрогнозированной реальности. Интересен тот факт, при котором осуществляется субъектная мобильность по всем действиям в сфере персональной рекламной адаптации. Имитационная реальность может предоставить альтернативную возможность тестирования продукта или услуги при отсутствии конкретной материальной составляющей. Создается прецедент чувственного вовлечения субъекта рекламных отношений, до финальной стадии продажи, что обоюдно отвечает и имиджевой стратегии, и модели имитационного процесса.

Имидж бренда – во многом имитационный процесс, поскольку позволяет сформировать на внутреннем коммуникативном круге конгруэнтность, а на внешнем круге, создать адаптированную для индивида атмосферу с привычными для него ценностными предложениями. При таком подходе, рассмотрению подлежит функциональное поле, в котором имидж бренда сохраняет свои аутентичные сущностные характеристики и осуществляет адресную коммуникацию с целевой аудиторией. Согласно классификации, разработанной транснациональной коммуникационной компанией D'Arcy, бренды функционально делятся на следующие типы:

- те, что усиливают коммуникацию с потребителем и восприятие им товаров/услуг бренда – brand-power; такие бренды привлекают внимание, но что еще важнее – пользуются доверием потребителей;

- те, что помогают потребителю в решение каких-либо проблем; это могут быть социальные или психологические проблемы: например, с помощью бренда «Gartier» женщины могут подчеркнуть свой социальный статус, тогда как с помощью украшений от неизвестного бренда решить эту проблему нельзя. Такие бренды принято называть brand-explorer;

- те, что строятся на ценностях; например, продукция крупнейшей корпорации «Apple», по мнению множества потребителей, является квинтэссенцией технологичности, надёжности и комфорта.

- те, что являются «идолами», – например, Chanel (brand-icon) [4, с. 126].

Понятие «имидж» произошло от «image» – изображение, образ или отражение. Имидж являет собой впечатление, которое бренд производит на потребителей, такое впечатление закрепляется в сознании через образы. Причем имидж – это не только то, что видит потребитель, но и то, что он ощущает при упоминании или взгляде на бренд. Все вышеперечисленное участвует при формировании первичного образного мышления. В мировоззренческих границах образное мышление отвечает не просто за восприятие информации, но и организацию собственной жизнедеятельности,

пропорционально отдаляя индивида от объективной реальности. В связи с этим построение любой рекламной интеграции сочетает цели и задачи рекламной кампании, индивидуальные личностные установки, объективные знания о товаре или услуге, имитационные средства.

Так, целью создания имиджа является повышение узнаваемости и создание нужного впечатления о бренде. Для этого решаются определенные задачи, среди которых:

- повышение доверия потребителей к бренду, переход потребителей в категорию лояльных;
- выстраивание позиционирования бренда на рынке;
- привлечение инвестиций – инвестировать в бренды, чей имидж отличается надежностью, безопаснее для инвесторов, а инвестиции в целом позволяют производить товары и услуги лучшего качества, что в конечном итоге приводит и к росту дохода;
- привлечение потенциальной целевой аудитории – потребителей, которые найдут в бренде то, что им нужно. Правильно выстроенный имидж позволяет привлекать именно целевую аудиторию, которые впоследствии скорее станут потребителями.

Как известно, у имиджа бренда может быть четыре уровня:

1) первый уровень – «негативный», когда бренд вызывает лишь негативные ассоциации. Если имидж бренда находится на этом уровне, то ни о каком успехе бренда на рынке, о выделении его среди конкурентов – в целом о наличии круга потребителей речи быть не может, такой бренд не вызывает доверия;

2) на втором уровне негативных ассоциаций у потребителей или потенциальных потребителей нет, но причина не в том, что бренд не транслирует то, что вызывает негативные эмоции, а в том, что о бренде знает лишь малое число потребителей. Этот уровень имиджа бренда чаще всего соответствует тем брендам, которые только появились на рынке, брендам-новичкам;

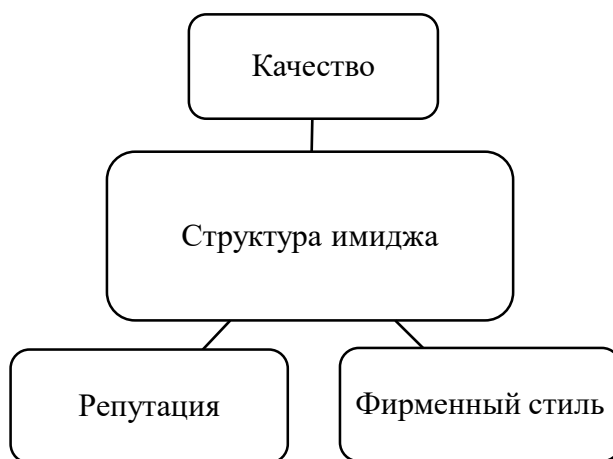
3) третий уровень подразумевает осведомленность узкого круга потребителей о бренде, его товарах и услугах, именно этот узкий круг выделяет бренд среди конкурентов, отдает предпочтение его товарам и услугам;

4) и последний, четвертый, уровень – тот, к которому стремятся все бренды; на этом уровне имидж развит так, что бренд имеет приверженных потребителей, которые не просто выделяют его среди конкурентов, но готовы идти на уступки ради его товаров и услуг [5, с. 215]. Здесь ярким примером может быть любой флагманский бренд, потребителей которого не останавливает ни стоимость товаров, ни огромные очереди после выхода новинок, ни недоступность ряда функций товаров на определенной территории.

Создание имиджа, объединяющее вокруг бренда комьюнити, является сложным процессом, учитывающим потребности своей целевой аудитории.

Первое, на чем строится имидж бренда – это качество его товаров и услуг, ничто иное не сможет нивелировать реакцию потребителей. Качество –

это основа имиджа, это основа конкурентоспособности, это удовлетворенный запрос покупателя на его образное представление о товаре или услуге. Иными словами, качество выступает корреляционной точкой для бренда и имитационной реальности, поскольку призвано обеспечить полноту образных представлений о товаре или услуге еще до момента ее продажи или оказания. В этом ключе имитационный процесс может выступить превентивной мерой репутационной поддержки для рекламной кампании.



*Рис. 1. Основные составляющие имиджа бренда*

Репутация – это второй столп имиджа бренда. Основное влияние на репутацию оказывает то, как бренд разрешает конфликтные ситуации: реагирует на негативные отзывы, разрешает проблемы, которые возникли у потребителей при покупке или использовании товаров или услуг бренда и т. д. С перемещением бизнеса в онлайн-среду количество конфликтных ситуаций осталось прежним, но все они стали более известными – в сети каждый может поделиться рассказом, каждый может с такими рассказами ознакомиться. Зачастую, подобные истории преисполнены субъективной интерпретацией событий, волной трактовок и образностью мышления. Нередки ситуации, когда потребители делятся проблемами, возникшими при взаимодействии с брендом, в сети, где все это становится достоянием общественности. И в этом случае важно, как отреагирует бренд: кто-то из них игнорирует такие ситуации, кто-то отвечает негативом, кто-то предлагает решение, компромисс, выказывая уважение к ситуации клиента, становясь на его сторону, демонстрируя, что разрешить сложившуюся ситуацию – в интересах бренда. В этом случае мы также не можем игнорировать имитационное содержание, поскольку связь подобных историй с объективным миром обеспечивается лишь несколькими факторами. К слову, эти же факторы могут быть пригодны для воссоздания альтернативной реальности с иным набором ценностных установок, что, неизменно, приведет к иному конечному результату.

И последняя составляющая имиджа бренда – это его фирменный стиль, который транслирует и ценности, и позиционирование бренда – все то, что



становится причиной (помимо основной покупательской потребности) положительного решения о покупке. Однако для того, чтобы верно оценить покупательскую способность того или иного товара или услуги, необходимо прибегнуть к процессу моделирования посредством имитации событий.

Создание и распространение имиджа бренда может включать в себя ряд мероприятий, например:

- коллаборации с другими брендами, известными личностями, проектами. Такие коллаборации позволяют рассказать о бренде аудитории другого бренда, аудитории известной личности или проекта. Важно, чтобы все участники такой коллаборации имели схожую тематику и одну целевую аудиторию: коллаборация бренда товаров для животных с психологом нецелесообразна, но коллаборация с зоопсихологом или ветеринаром – эффективный способ развивать имидж бренда как ответственного по отношению к животным;

- коммуникации в сети Интернет. Через блог в социальных сетях, официальный сайт можно передать все ценности, преимущества, видение бренда, сделать потенциальных клиентов причастными к нему, а впоследствии и приверженными. Бренды украшений часто транслируют ту жизнь, которой хотели бы жить его потребители-женщины, то же касается брендов одежды и обуви и т. д.;

- участие в благотворительных мероприятиях в качестве спонсоров демонстрирует социальную ответственность бизнеса, благотворительность сегодня «в тренде», анализируя аккаунты в социальных сетях, можно увидеть комментарии под постами о благотворительности, что аудитория готова покупать просто потому, что бренд ответственен, а не пытается только продать (порой даже не зная, что именно продает бренд);

- помимо этого используются традиционные способы продвижения имиджа: реклама, PR и так далее.

Интересным аспектом создания и развития имиджа брендов является феномен, который получил название «социальная имитация». Т.В. Закирова в своей работе отмечает, что в своей повседневной жизни люди часто имитируют социальные роли, в том числе с помощью онлайн-пространства [1, с. 3]. Автор отмечает, что социальная имитация подменяет реальное воображаемым. Технологии, с помощью которых социальная имитация приобрела новые формы, позволяют человеку существовать в виртуальном мире, в мире иллюзий.

Социальная имитация, как считает З.Н. Хабибуллина, рассматривается как способ упрощения действительности. Благодаря видоизменению, искажению, замещению происходящих событий, сложное становится легким, загадочное понятным, создаются искусственные объекты, исторические реалии превращаются в мифологические [6, с. 145]. Соответственно, зачастую возникновение и навязывание «инакового» мнения, которое не отвечает внутренним убеждениям личности, может способствовать развитию «двойного сознания».

Социальная имитация проникла во все сферы жизни общества, на ее фоне зачастую формируются ложные представления, причем важную роль в распространении этого феномена сыграла цифровая революция: в социальных сетях транслируется «идеальная жизнь», которой, казалось бы, хотят жить все члены современного общества. Бренды, понимая этот феномен, создают имидж, который транслирует ту самую «идеальную жизнь» для того, чтобы в ней оказаться, человеку необходимо лишь купить такой же продукт, такую же услугу – то, что демонстрирует бренд.

Бренду по продаже одежды для фитнеса достаточно показать картинку человека в хорошей физической форме, который одет в эту форму, чтобы повысить продажи: потенциальному клиенту, мечтающему о хорошей физической форме, будет казаться, что если он наденет эту форму, то и «тело мечты» он получит без дополнительных усилий. Бренду, продающему квартиры, для тех же целей достаточно показать квартиру с ремонтом, который в ней можно сделать, тогда продажи по сравнению с картинкой «голых стен» будут существенно выше.

Человек принимает решение о покупке, исходя из видения себя: в этой форме, в этой квартире, но если показать лишь форму, то человеку необходимо представить себя в ней, тогда как картинка человека в хорошей физической форме позволяет представить себя на месте этого человека; если показать «голые стены», то представить свою жизнь в них затруднительно, тогда как представить жизнь в квартире с ремонтом – проще, вызывает больше положительных ассоциаций.

Подводя итог, стоит отметить, что социальная имитация упрощает, либо дополняет, воссоздаёт альтернативную реальность: сложное становится легким, замещается, все это позволяет использовать этот феномен для анализа и последующего логичного транслирования имиджа для того, чтобы позволить потенциальному клиенту оказаться в той жизни, которую он желает иметь исходя из своего образного представления. Обрести все это в границах материального мира предлагается только лишь купив товар или воспользовавшись услугами бренда.

Социальная имитация в сфере рекламных взаимодействий предоставляет возможной для компаний создавать, тестировать и использовать рекламные интеграции, содержащие ценности целевой аудитории с максимальной эффективностью, а также моделировать паттерны поведения потребителя. Имитационный процесс влияет на персональное восприятие бренда, видоизменяя визуальную сущность, но сохраняя транслируемые рекламной кампанией ценности. Для этого используются различные приемы, одним из которых является феномен «социальной имитации», который проник не только в бизнес-сферу, но и во многие социальные взаимоотношения. Разумное использование этого феномена позволяет брендам транслировать стиль жизни, который жаждет иметь потребительский сектор, а для того, чтобы его получить – необходимо совершить покупку.

## Библиографический список

1. Закирова, Т.В. Социальная имитация как феномен современной культуры: автореферат дис. ... канд. филос. наук. – Челябинск, 2015. – 20 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.
3. Мухамеджанова, Н.М. Социальная имитация: сущность и предпосылки возникновения // Манускрипт. – 2019. – № 10. – С. 171–174.
4. Рожков, И.Я. Брендинг: учебник для вузов / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – М.: Юрайт, 2023. – 331 с.
5. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов. – М.: КноРус, 2019. – 384 с.
6. Хабибуллина, З.Н. Имитация как социокультурный атрибут современного общества // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2022. – № 5А. – С. 143–149.

© Арчибасов М.Е., 2023

УДК 811.11

Д.Р. ВАЛИЕВА

*Dina\_valieva777@mail.ru*

Науч. руковод. – д-р филол. наук, проф. А.С. САМИГУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **АНТИТЕЗА КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ДИСКУРСЕ СМИ (НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ О COVID-19 В ГАЗЕТЕ THE GUARDIAN)**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается употребление антитезы, ее определение и классификация. Антитеза выступает как средство выражения различных манипулятивных приемов в дискурсе СМИ англоязычных статей. Приводятся примеры использования метафорических конструкций для образования антитезы.

*Ключевые слова:* манипуляция, манипулятивный дискурс, манипулятивные приемы, антитеза, метафора.

Тексты, посвященные наиболее актуальным вопросам общества, часто характеризуются высокой степенью предвзятости автора с целью манипуляции сознанием читателя. Целью данной статьи является рассмотрение различных манипулятивных приемов и их языковой реализации.

Автор материала может употреблять инструменты воздействия на различных уровнях текста: на лексическом, грамматическом, синтаксическом и стилистическом. Многие инструменты данных уровней рассматриваются как смежные понятия. Не исключением является и антитеза, которая используется и изучается как лексический, так и грамматический и синтаксический элемент. Кроме того, антитеза встречается в качестве тексто-образующего языкового средства, находящегося в основе композиции в целом.

Актуальность рассмотрения текстов, посвященных пандемии, объясняется тем, что тема продолжает быть одной из самых обсуждаемых уже на протяжении практических 4 лет. А статистические данные говорят о том, что десятки миллионов людей столкнулись с так называемым long Covid, что еще раз подтверждает глубокую вовлеченность общества в данную проблему. Газета The Guardian, в свою очередь, является флагманом общественного мнения в Европе, и рассмотрение материала именно из данного источника позволяет проанализировать наиболее популярные статьи по данной теме.

Прежде всего, стоит отметить, что языковое манипулирование выражается через ряд приемов. Горина Е. В. говорит о шести основных из них:

- 1) обобщение и контраст;
- 2) подмена понятия;
- 3) использование слов-амёб;

- 4) манипуляция критикой;
- 5) обращение к идентичности;
- 6) столкновение смыслов [1].

Данные приемы реализовывается различными языковыми средствами, но именно антитеза является тем «оружием», которое применимо для воплощения практически каждого из данных приемов.

Как и у всех наиболее распространенных понятий, у антитезы есть целый ряд определений. Так, согласно Никитиной С. Е. и Васильевой Н. В. антитеза – это «фигура, состоящая в сопоставлении логически противоположных понятий или образов, подчиненных одной общей идее или единой точки зрения» [2]. Нужно так же отметить, что в числе первых антитезу упомянул Аристотель в своем трактате «Риторика». Он писал о том, что «такой способ изложения приятен, потому что противоположности чрезвычайно доступны пониманию» [3]. Так же антитезу подробно изучали такие исследователи как И. Р. Гальперин, И. В. Арнольд, В. В. Виноградов и многие другие.

Гаврилова Е.С. классифицирует антитезу по различным признакам, таким как: грамматическим, сопоставлению пар антонимов и на основе семантического деления [4]. В текстах манипулятивного характера чаще всего встречается антитеза на уровне лексических единиц, в форме использовании явно выраженных пар антонимов для подчеркивания отношения автора к той или иной проблеме. Отдельно стоит отметить, что часто авторы прибегают к употреблению и сопоставлению метафор или метафорических оборотов для усиления выразительности текста.

Приведенные ниже примеры отражают использование антитезы, и дается пояснение о том, какой именно манипулятивный прием она выражает.

Одной из показательных статей на тему коронавируса является статья под названием «We are thinking about Covid-19 the wrong way. It's not a "wave" – it's a "wildfire"» [5]. В тексте даны следующие случаи сопоставления различных понятий:

1. В самом названии статьи можно заметить два метафорических названия пандемии «*wave*» и «*wildfire*». Данный прием позволяет авторам добиться **столкновения смыслов**. «Волна» наступает, но всегда отступает назад. «Лесной пожар» разрушает все вокруг и, как говорится в следующем предложении «the virus relentlessly seeks out its fuel, humans, and will keep spreading as long as it has access to that», является гораздо более беспощадным и опасным. Таким образом, автор создает иллюзию безысходности перед коронавирусной инфекции.

2. И уже в первом предложении основного текста авторы создают оппозицию между условными «we» и «public health experts»: «*we* have no previous experience with a worldwide coronavirus pandemic, so when Sars-CoV-2, the virus that causes Covid-19, began spreading, *public health experts* leaned on *our experiences* with influenza pandemics to inform *their predictions*». Более этого, противопоставляются и «наш опыт» с «их ожиданиями», что, по меньшей мере, является логической ошибкой, так как эксперты в сфере здравоохранения

обладают тем же опытом в борьбе в невмонией, что и «мы», под которым авторы подразумевают общество в целом. Но именно такой подход позволяет добиться эффекта **обращения к идентичности**, когда читатель невольно встает в один ряд с «we» и рассматривает ситуацию не объективно, а с точки зрения противостояния. В целом, данное местоимение встречается в статье порядка 15 раз, часто в форме контраста и сравнения так же с «The United States», «official happy talk» и т. д.

3. Другим примером противопоставления метафорических оборотов является описание возможной вакцины в следующем предложении «we also don't know if a vaccine, if and when we develop one, will be *a bull's-eye success* like the vaccines for polio or measles, or more of *a hope-for-the-best agent* like seasonal flu vaccine». Выделенные обороты предполагают две альтернативы: либо «невероятный успех», либо «надежду на лучшее». А приведенные примеры других заболеваний только усиливают смысл и позволяют авторам добиться **обобщения и контраста**.

Рассматриваемые примеры позволяют говорить об актуальности использования антитезы с целью создания определенного образа, заложенного автором текста. Своеобразное деление на черно-белую реальность не позволяет читателю увидеть никаких иных перспектив, кроме тех, что предполагаются авторами (прием обобщения и контраста). А так как авторы стремятся максимально вовлечь читателя и от его имени вести диалог (прием обращения к идентичности), сформировать картину, при которой образуется ярко выраженные негативные образы (прием столкновения смыслов), то можно смело утверждать, что манипуляция общественным мнением является одной из основных целей данной статьи.

### Библиографический список

1. Горина, Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности. – Ек., Издательство Уральского университета, 2016. – С. 15–34.
2. Никитина, С.Е., Васильева, Н.В. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов. Принципы составления и избранные словарные статьи. – М., 1996. – С. 171.
3. Аристотель. Риторика. – М., 2017. – С. 256.
4. Гаврилова, Е. С. Лингвистическое выражение противопоставления // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2013. – № 3. – С. 141–144.
5. Osterholm, M. T., Olshake M. We're thinking about Covid-19 the wrong way. It's not a «wave» – it's a «wildfire» // The Guardian [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/aug/04/coronavirus-pandemic-wave-wildfire> (дата обращения: 10.10.2023).

© Валиева Д.Р., 2023

З.В. ГАББАСОВА

zarina.gabbasova@list.ru

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Р.Р. ИСХАКОВА

*Сибайский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»*

## **ГИПЕРБОЛА В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

*Аннотация:* в настоящей статье рассматриваются функции гиперболы в текстах англоязычной рекламы. В работе внимание акцентируется на эффект, создаваемый вокруг гиперболы, который влияет на восприятие реципиентом предлагаемой информации. Уместно использованная гипербола может не только подчеркнуть свойство описываемого объекта, но и придать речи особую яркость и выразительность.

*Ключевые слова:* гипербола, реклама, эффект, английский язык, реципиент.

Реклама в век информационных и электронных технологий занимает особое место в жизни каждого человека. Благодаря рекламе производители имеют возможность продемонстрировать широкой публике свой товар, привлечь новых покупателей и дать им то, в чем они нуждаются. Ни для кого не секрет, что рекламы не всегда содержат точные и достоверные характеристики продвигаемого продукта. Многие маркетологи прибегают к преувеличению значимости, качества и свойства товара. Иными словами, они обращаются к стилистическому средству преувеличения, т. е. гиперболы. Гиперболы чаще всего встречаются в рекламных слоганах, приукрашивая описание, которое не всегда соответствует реальности [2].

Гипербола относится к числу наиболее стилистически окрашенных языковых средств выразительности. Мы можем использовать ее в речи, иногда даже не задумываясь, на бессознательном уровне. К примеру, клишированная фраза *I haven't seen you for ages* не возникает в речи нецеленаправленно.

Следует отметить, что в рекламе гипербола проявляет себя наилучшим образом. Данная фигура речи может создавать драматизм и вызвать интерес к тому или иному объекту благодаря явно преувеличенным утверждениям. Цель применения гиперболы в речи заключается в желании автора подчеркнуть реальность ситуации так, чтобы ее не воспринимали буквально. Гипербола в рекламе – не только способ подачи товара, но и возможность удержать внимание потребителей.

Таким образом, гипербола – это преувеличение и приукрашивание (положительное или отрицательное) ради получения наилучшего эффекта [3]. Разделяют два вида гиперболы в языке:

1) лексические гиперболы, придающие высказыванию особую выразительность;

2) метафорические гиперболы, создающие переносные образы [1].

Эксплицитными формами выражения гиперболы, например, в русском языке можно считать такие слова, как: *всегда, никогда, худший, лучший* и т. д. В английском языке используются аналогичные формы: *the fastest* – самый быстрый, *the smartest* – самый умный, *the bravest* – самый смелый.

Гипербола в рекламе служит также для создания эффекта вокруг продукта или его свойства, чтобы продукт выглядел особенным и необычным в глазах покупателя. Компетентный носитель языка способен отличить преувеличенные свойства товара от реальных показателей. Поэтому автору следует иметь в виду, что чрезмерное употребление гиперболы в тексте может привести к обратному эффекту.

Рассмотрим функции гиперболы:

1. Усиление: гипербола служит для усиления важности, значимости или актуальности объекта. Это может помочь привлечь внимание потенциального покупателя и подчеркнуть ключевые аспекты товара.

2. Ирония и сатира: гипербола может применяться для создания иронического или сатирического эффекта. Ее также используют для выражения противоречия или сарказма.

3. Возмущение и эмоциональное воздействие: гипербола способна вызвать эмоциональный отклик у реципиента в форме возмущения, ужаса или восторга.

4. Создание образов: гипербола способна создать яркие и запоминающиеся образы в тексте. Она позволяет передать сильные впечатления и описать ситуацию или событие в выразительной форме.

Гиперболы в рекламе подчеркивают характеристики продукта, привлекая потребителей смелыми заявлениями. Выделяют следующие виды гиперболы в рекламных текстах:

1. Визуальная гипербола – это то, что можно увидеть на экранах телевизоров, ноутбуков или мобильных телефонов. Подобного рода реклама убеждает реципиента в возможности получить от продукта больше пользы или результата, чем это предполагается. Например, реклама энергетического напитка *Red Bull* демонстрирует, как после употребления данного напитка можно «приобрести крылья». Осведомленный получатель информации находит глубокий смысл в презентации товара - напиток придает бодрость и тонизирует.

2. Аудиореклама: некоторые производители используют звуковые сигналы для продвижения своего продукта. Это может быть навязчивая, известная широкой массе песня, которая надолго оседает в памяти; музыка по настроению или слоган. Такую рекламу можно услышать в супермаркетах, общественных местах, и т. д.

3. Вербальная реклама – самый распространенный вид рекламы. Ее можно увидеть на телевидении, уличных баннерах, брошюрах, ленте новостей в просторах Интернета. У большинства людей развита зрительная память. Увидев



однажды надпись в рекламе по телевизору, можно легко запомнить ее на долгий срок.

4. Негативная реклама. Вместо того чтобы рекламировать достоинства своей продукции с помощью гипербол с положительной коннотацией, рекламодатели часто прибегают к использованию негативной гиперболы с целью оказать сильное эмоциональное воздействие на реципиента. Реклама политической кампании является эталоном негативных гипербол, поскольку одна сторона пытается запятнать репутацию другой отрицательными заявлениями и преувеличением вины по ассоциации. Вместо использования юмора, эти кампании преувеличивают негативный результат, который якобы может произойти, если вы не поступите так, как вам диктует реклама.

Гиперболы или преувеличенные заявления уже давно стали основным продуктом рекламной индустрии. Рекламодатели часто используют эту фигуру речи, чтобы подчеркнуть особенности или преимущества своих продуктов и услуг, стремясь привлечь внимание потенциальных клиентов. Преувеличивая определенные атрибуты или эффекты, гиперболы делают рекламу более запоминающейся, убедительной. Например, известный бренд товаров по уходу за кожей заявляет, что их увлажняющий крем обеспечивает 24-часовое увлажнение, что является гарантом вечной молодости (*24-hour hydration for eternal youth*). Здесь *eternal youth* является гиперболическим элементом, выражающим обещание, выходящее далеко за рамки реальных возможностей продукта.

Популярный бренд закусок рекламирует свою продукцию следующим образом: *The crispiest chips on the planet!* (самые хрустящие чипсы на планете). Маловероятно, что бренд протестировал каждый кусок чипсов ради подтверждения данного утверждения. Здесь гипербола используется, чтобы подчеркнуть хрустящую текстуру продукта и сделать его запоминающимся в сознании потребителей. Преувеличение не является фактическим заявлением, а присутствует в тексте лишь для создания драматического эффекта с целью выделить свои чипсы на конкурентном рынке.

*The best a man can get* - слоган из рекламы бритвы Gillette, который ставит реципиента перед фактом, что их продукт – это лучший выбор для мужчины, независимо от индивидуальных предпочтений.

*World's favorite coffee* – смелое утверждение, что именно кофе данного бренда понравится вам, как и всем гурманам кофе во всем мире.

*Impossible is nothing* – лаконичный слоган бренда Adidas, который не столько характеризует свойства товара, сколько вдохновляет потребителей и вселяет им надежду, и именно этим привлекает покупателей.

*Tastes so good, cats ask for it by name:* производители кошачьего корма Meow Mix выбрали в качестве «главных героев» своего слогана тех, для кого предназначен продукт.

*Heaven in a bottle:* реклама популярного газированного напитка Coca-Cola содержит яркий пример гиперболы – «рай в бутылке». Под словом «рай»

подразумевается удовольствие, которое можно получить после употребления данного напитка.

*The ultimate driving machine:* реклама автомобиля BMW немецкой марки также содержит гиперболу - производители пытаются доказать преимущество данной марки над другими.

*Discover the edge of the world:* реклама смартфонов серии Samsung Galaxy использует гиперболу (Откройте для себя край света) с целью сподвигнуть потребителей на покупку именно данного товара, который может предоставить им невероятные возможности.

*Longer-lasting than eternity:* гипербола в рекламе духов от бренда Calvin Klein убеждает реципиента в том, что запах от этих духов останется на вашем теле долгое время.

*More energy than a lightning bolt:* реклама энергетического напитка Red Bull содержит гиперболу, с помощью которой производитель пытается донести до покупателей, что употребление данного напитка может придать невероятную энергию и бодрость.

*Where the impossible becomes everyday:* реклама компании Tesla по производству машин убеждает реципиента, что ничего невозможного нет в этом мире.

*So light, you'll forget it's in your hand* – реклама ноутбука от Microsoft, который имеет легкий вес, поэтому удобен для переноски. Гипербола позволяет акцентировать внимание реципиента именно на этом отличительном свойстве товара.

*A symphony in every spoonful:* производители мороженого Häagen-Dazs уверяют покупателей, что они будут наслаждаться вкусом продукта как симфонией или любимой музыкой.

*So refreshing, even glaciers are jealous* – реклама напитка Sprite, смело заявляющая, что напиток имеет настолько освежающий эффект, что даже ледники могут позавидовать.

*Sweeter than a summer's first kiss* – реклама шоколада Hershey, которая смело утверждает, что данный продукт слаще, чем первый поцелуй.

Как видно из примеров, производители и маркетологи активно обращаются к средству гиперболы в рекламных текстах, поскольку гипербола является одним из наиболее эффективных языковых средств, позволяющих заинтересовать и привлечь внимание реципиента. В целом, гипербола способна придать высказыванию особую выразительность и яркость. Реципиенту следует понимать, что компании не нацелены на привлечение клиентов или покупателей путем обмана. Гипербола – это стилистическое средство, подчеркивающее то или иное свойство товара или мотивирующее реципиента выбрать именно данный продукт.

## Библиографический список

1. Бердиев, С. Гипербола как литературное средство выразительности и стилистический прием // *Oriental renaissance : Innovative, educational, natural and social sciences* / С. Бердиев. – 2022. – Том 2. – С. 732–736.
2. Николаева, М.А. Основы рекламы: интегративный курс: учебно-методический комплекс / М.А. Николаева. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2012. – 380 с. – С. 7.
3. Солганик, Г.Я. Толковый словарь: Язык газеты, радио, телевидения / Г.Я. Солганик. – М.: АСТ: Астрель, 2004. – 752 с.

© Габбасова З.В., 2023

Э.И. ДУСЕЕВА

*erikaduseeva@gmail.com*

Науч. руковод. – д-р филол. наук, проф. Л.А. КИСЕЛЁВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ОККАЗИОНАЛЬНОЕ СЛОВООБРАЗОВАНИЕ В ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА СТИКЕРОВ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)**

*Аннотация:* целью статьи является структурная классификация современных окказиональных слов и выражений, включённых в состав виртуальных стикеров российской социальной сети «ВКонтакте», и их словообразовательный анализ. Помимо этого, определяется характер связи между их вербальными и визуальными компонентами.

*Ключевые слова:* окказионализмы; словообразование; морфема; социальные сети; новообразования; виртуальная коммуникация; стикеры.

В контексте виртуальной коммуникации такие визуальные элементы, как смайлики и стикеры, занимают существенное место. Без должного понимания их семантики и функционального назначения полноценное взаимодействие между индивидами оказывается невозможным. На сегодняшний день проблема осложняется не только стремительным ростом количества новых графических средств Интернет-общения (в частности стикеров), но и появлением в их составе окказиональной лексики, значение которой не всегда очевидно. Зачастую определение этимологических истоков таких лексических инноваций требует от исследователя глубинного знания сетевой поп-культуры.

Стикеры (англ. sticker – этикетка, наклейка) являются компактным и эффективным типом графического выражения эмоций (радости, смеха, гнева, грусти, удивления и проч.), слов, предложений, жизненных ситуаций и часто используются вместо полноценного ответа или как реакция на высказывание другого человека. Язык стикеров, таким образом, представляет собой современный виртуальный эквивалент пиктографического письма [4; 7].

Основными площадками для использования стикеров являются мессенджеры и социальные сети, среди которых лидирующие позиции в рунете занимает российский сайт «ВКонтакте». С 2014 г. он предлагает независимым художникам и известным брендам право на создание своего собственного стикерпака (набора стикеров) с целью его дальнейшей продажи заинтересованным пользователям. Обычно в рамках таких наборов объединяются изображения, связанные одной тематикой или персонажем (реже двумя и более). Многообразие стикеров последних лет породило высокую

конкуренцию между креативными авторами. По нашим подсчётам, только с 2021 по 2023 гг. их совместными усилиями было создано более 1 000 таких наборов.

В попытке популяризировать свой продукт, художники стремятся сделать его как можно более привлекательным и узнаваемым на фоне других, обращая особое внимание на визуальную и лексическую составляющие. Многие из них прибегают к активному использованию интертекста (в особенности – визуального), что неизменно приводит к появлению новых смыслов, ассоциаций и запоминающихся образов. Н. Э. Горшкова и В. Е. Чернявская, рассматривая явление визуальной интертекстуальности, отмечают, что в этом конкретном случае «в основе создания нового текста лежит существующий текст не вербального, но визуального характера, или поликодовый текст, вербально-визуальный». Иными словами, визуальные изображения, в совокупности с вербальным компонентом, подвергаются интерпретации, в результате чего возникает новое содержательно-смысловое единство [3, с. 690].

Примечательными изобретениями авторов являются окказиональные лексические единицы, создаваемые под влиянием контекста (речевой ситуации) для выражения экспрессии или достижения комического эффекта [1, с. 22] и основанные на тесной связи вербального и визуального компонентов. По количественному критерию они значительно уступают сленговым и жаргонным единицам, ономотопеям, эрративам различной степени искажения (вплоть до полной неузнаваемости) и новообразованиям, заимствованным из виртуальной поп-культуры, однако их многосторонний анализ представляет особый интерес в рамках изучения явления визуальной интертекстуальности в современной виртуальной коммуникации.

Материалом для исследования в рамках данной статьи послужили стикеры, изображающие животных, грибы и растения и имеющие в своём составе окказиональный вербальный компонент. Внутри него, в свою очередь, обнаруживается корень лексемы, служащей словарным названием репрезентированного представителя одного из царств живой природы, или отсылка на его биологические особенности. Материал был отобран методом сплошной выборки из 1 598 стикерпаков, опубликованных в свободном доступе на сайте «Клуб ВК» [6].

Окказиональные вербальные компоненты в составе отобранных стикеров рациональнее всего будет классифицировать по способу словообразования. Рассмотрим несколько лексем, образованных сегментно-морфемной субституцией, т. е. с помощью замены произвольно вычленяемого сегмента слова, не совпадающего с морфемой, на другую морфему [5, с. 75]. Прежде всего, интерес вызывают окказиональные этикетные формулы. Часть из них была обнаружена в стикерпаках, репрезентирующих персонажей из семейства кошачьих, что объясняет характер произведённой субституции. Слово *мурси* (стикерпак «Паффи», стикер № 23, персонаж – кот) является преобразованным галлицизмом *мерси*, где *мер* было заменено на *мур*. Похожий процесс произошёл и с приветствием *бонжмур* («СберКотоВёрс», № 1, персонаж – кот): в слове *бонжур* сочетание *жур* было заменено на *мур*. Ономотопея *квак-плак*

(«Лягуш и Квакуша», № 3, персонажи – лягушки) произошла, по-видимому, от сленговой ономотопеи *плак-плак*, выражающей плач, где сочетание *пла* было заменено звукоподражательным сочетанием *ква*. После замены сочетания *кон* на *кот* в слове *шок-контент* был образован окказионализм *шок-коттент* («Замурчательная парочка», № 26, персонажи – кот и кошка). В самом названии стикерпака также наблюдается явление морфемно-морфемной субституции (*замечательный* – *замурчательный*), которая заключается в замене морфемы морфемой. Этим способом были образованы: словосочетание *боброе утро* («Боря», № 1, Colgate, персонаж – бобр), где в приветствии *доброе утро* корень *-добр-* был заменён на корень *-бобр-*; наречие *опылительно* (Шмель Олег, №45, персонаж – шмель), где в жаргонизме *офигительно* корень *-фиг-* заменили на *-пыл-*; глагол *вжалю* (Жоззи, № 2, главный персонаж – «пчёл»), где в глаголе *вдарю* корень *-дар-* заменён корнем *-жал-*; *бизнесскат* («Скат Маячок», № 17, персонаж – скат), где в слове *бизнесмен* аффиксоид *-мен* был заменён на корень *-скат-*. Помимо этого, аналогичным образом словосочетание *в лукопашку* («Лучок», № 11, персонаж – антропоморфный лук) было образовано путём замены в разговорном словосочетании *в рукопашку* корня *-рук-* на *-лук-*.

Далее рассмотрим слова, образованные междусловным наложением, т. е. таким способом, когда на конец основы одного слова накладывается начало основы другого [5, с. 86]. Это явление наблюдается в случае с окказиональной номинацией *невывожук* («Жук Рубус», № 5, персонаж – жук), где первоначально произошло слияние [2, с. 145] отрицательной частицы с глаголом (*не вывожу*), а после слияние получившейся лексемы с общим названием жесткокрылых насекомых. Примером телескопии, или осколочного слияния [8, с. 66–71], является формы глагола *поздравляю* («Лягушачий микс», № 4, персонаж – жаба): форма глагола *поздравляю*, за исключением флексии, слилась с конечным осколком второй формы глагола – *квакаю*. Вследствие проведённой телескопии образовалась и форма глагола *волнушкаюсь* («Грибосики», № 27, персонажи – грибы): в данном случае произошло слияние названия гриба *волнушка* с личным окончанием *-ю* (1 ч., ед. ч.) глагола *волноваться* и постфиксом *-сь*.

Говоря о подтипах контаминации, интересно также определить шаги, проделанные автором, в процессе словообразования окказионализма *держижабль* («Лягушачий микс», № 20, персонаж – жаба). Фактически это слово произошло от популярного в социальных сетях мема с подписью «Держи жабу». Вероятно, сначала автором было произведено слияние двух слов в *держижабу*, а затем сделана замена флексии *-у* на осколок корня *дирижабль* с возникновением общей диффузной части *жабль*, из-за чего появился комический эффект (обыгранный изображением дирижабля, у которого вместо носа – жаба). Ещё одним любопытным примером контаминации является название осеннего стикерпака «Совосень» за авторством Антона Андреева, где произошло слияние слов *сова* и *осень*. Сам персонаж, в связи с этим, носит на голове осенний лист.

Слово *крылолицо* («Чайка Сэм», № 40, персонаж – чайка), выражающее чувство смущения от наблюдения за действиями другого человека и

разочарование, было образовано слиянием слов по аналогии со сленговой лексической единицей *рукалицо*.

Некоторые стикерпаки содержат стикеры, вербальный компонент в которых представляет собой частично изменённые предложения и словосочетания. Так, в наборе «Грибосики» на стикерах обнаруживается словосочетание *груздь вины* (№ 3), которое является производным от *груз вины*; предложения *я груздю* и *не грузди* (№ 37, 38) – от *я грузю* и *не грусти* и, наконец, словосочетание *снимаю шляпку* (№ 30) – от *снимаю шляпу*. Как можно заметить, намеренной замене подверглись слова, созвучные названию гриба или его части, а фраза *у меня просто кость ленивая* («Бодрый Эл», № 33, персонаж – ленивец) является адаптированным под персонажа оправданием *у меня просто кость широкая*.

Таким образом, на сегодняшний день в социальной сети «ВКонтакте» окказиональные слова и выражения нередко входят в состав вербального компонента стикеров. Между вербальным и визуальным компонентами может устанавливаться тесная связь. Насчитывается сравнительно небольшое количество стикеров, где окказиональный вербальный компонент содержит наименование представителя одного из царств живой природы, являющегося визуализированным персонажем, или ссылается на его биологические особенности. Большая часть таких лексических инноваций была образована средствами неузального словообразования, такими как контаминация (междусловное наложение, телескопия) и субституция (морфемно-морфемная и сегментно-морфемная), меньшая же часть – в результате слияния двух слов или путём замены одного из слов в составе узального словосочетания.

### Библиографический список

1. Бельчиков, Ю.А. Окказионализмы / Ю.А. Бельчиков // Большая российская энциклопедия: в 30 т. – М., 2014. – Т. 24. – С. 22.
2. Виноградов, В.В. Об основном словарном фонде и его словообразующей роли в истории языка // Вопросы языкознания. – М.: Изд. МГУ, 1952. – 168 с.
3. Горшкова, Н.Э., Чернявская, В.Е. Визуальная интертекстуальность как способ смыслопорождения // Коммуникативные исследования. – Омск, 2021. – Т. 8. – № 4. – С. 689–700.
4. Гох, О.В. Выражение эмоций посредством пиктографических знаков в интернет-языке // Вестник Орловского государственного университета. Серия «Новые гуманитарные исследования». – Орёл, 2012. – № 5 (25). – С. 280–282.
5. Журавлёв, А.Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в современном русском языке. М.: Наука, 1982. – С. 45–109.
6. Клуб ВК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vkclub.ru/>.
7. Крылова, М.Н. Способы выражения эмоций в социальных сетях // Филология и литературоведение. – 2016. – № 1. – С. 12–18.
8. Омельченко, Л.Ф. Телескопия один из малоизученных способов глаголообразования современного английского языка // Филологические науки. – 1980. – № 5. – С. 66–71.

© Дусеева Э.И., 2023

УДК 811.11.112

Г.С. ИСХАКОВА

*iskhakovags@gmail.com*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Р.Р. ИСХАКОВА

***Сибайский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»***

## **ЭЗОТЕРИЧЕСКИЕ ЗНАЧЕНИЯ ОДНОЗНАЧНЫХ ЧИСЕЛ В АНГЛИЙСКОМ И БАШКИРСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ НАРОДНЫХ СКАЗОК)**

*Аннотация:* данная статья посвящена исследованию однозначных чисел в эзотерическом значении на материале народных сказок двух разносистемных языков – английского и башкирского. В работе раскрывается сущность понятия «эзотерика» в диахроническом аспекте, рассматриваются разные подходы к его трактовке. Материалом анализа послужили народные сказки, в которых числа, функционирующие как этнолексемы, приобретают «сакральный» смысл.

*Ключевые слова:* эзотеризм, эзотерика, сакральные числа, сравнительный анализ, этнолексика, народные сказки.

В лингвистических исследованиях последних десятилетий возросло внимание и интерес ученых к этнолингвистическому характеру языковых единиц. Существует достаточное количество работ, отражающих проблемы взаимоотношений языка и культуры, языка и мифологии, языковой картины мира, национальной картины мира, этнокультурной лексики. Язык в его различных функциях по отношению к менталитету народа, духовной культуре, фольклору, мифологии, язык как речевой код и модель культуры стал объектом изучения современной лингвистической науки.

Все вышеперечисленные аспекты находят свое отражение в народных сказках. Одной из особенностей народных сказок является скрытность или эзотеричность чисел. Выявление и описание содержания этнолексем с числовым показателем, содержащей богатую культурную семантику, до сих пор остается нерешенной проблемой языкознания. Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что ранее исследование эзотерического значения чисел проводилось преимущественно на материале одного и того же языка или в сопоставительном аспекте, но на примере пословиц. Как известно, современная лингвистика нацелена на изучение языковых явлений не только в рамках одного языка, но и в сравнительном аспекте через разные или даже разносистемные языки. В рамках данной работы мы ставим задачу рассмотреть эзотерическое значение чисел в английском и башкирском языках (на материале народных сказок).



Термин «эзотерика» происходит от греческого «ἐσωτερικός» (esôterikos - «внутри», «относящийся к более внутреннему, мистическому»). Аристотель, Платон и Пифагор называли эзотерику тайным учением. Слово «esoteric» впервые было упомянуто в английском языке в 1701 году Томасом Стэнли в его работе «History of Philosophy» (Истории философии) при описании мистической школы Пифагора. Пифагорейцы делились на две группы: «экзотерические» (обучающиеся) и «эзотерические» (допущенные во «внутренний» круг). Среди всех существующих представлений о том, что объединяет различные течения, обозначаемые термином «эзотеризм», наиболее всеобъемлющим является концепция французского историка Антуана Февра. Его определение основано на присутствии в эзотерических течениях следующих характеристик: теория соответствий между всеми частями невидимого и видимого космоса; убежденность в том, что природа является живым существом благодаря божественному присутствию или жизненной силе; потребность в опосредующих элементах (таких как символы, ритуалы, ангелы, видения) для доступа к духовному знанию; опыт личностной и духовной трансмутации при достижении этого знания [5].

В начале XVII века эзотерика была представлена такими течениями, как христианская теософия и розенкрейцерство. Столетие спустя эзотерические идеи вошли в различные направления масонства. В конце XVIII – начале XIX века диффузное движение, известное как месмеризм, стало основным проявлением эзотерики. В XIX веке эзотерика нашла свое отражение в таких аспектах философии и литературы как романтизм, спиритизм и оккультизм.

Главной формой репрезентации эзотерики во второй половине XIX века является теософия Е. П. Блаватской. В научных трудах «Разоблаченная Изида» и «Тайная Доктрина», которые считаются вершиной эзотерической философии, Е. П. Блаватская излагает свои мысли о потустороннем мире, тайнах жизни, участи мертвых в другом мире, духах [3].

В XX веке эзотеризм продолжили развивать Анни Безант и Чарльз Ледбитер, которые представили в своих работах происхождение многих космических объектов, и, основываясь на результатах своих исследований, описали проповедческие идеи о мире вплоть до XXVIII века. Антропософия, основанная Рудольфом Штайнером в начале XX века, предполагает существование духовного мира как чего-то объективного, подлежащего изучению наряду с физическим миром [6]. Карл Густав Юнг также считается представителем эзотеризма: его работы касаются эзотерических предметов, таких как алхимия, и в своей теории синхронистичности он перефразировал концепцию соответствий в современной психологизированной терминологии.

Как показывает анализ различных научных подходов к трактовке понятия «эзотеризм», можно констатировать, что эзотеризм – это то, что не лежит на поверхности; имплицитное, недостижимое обыденному сознанию. В рамках настоящего исследования объектом исследования выступают числа в эзотерическом значении. Числительные имеют два значения – прямое (профаническое) и эзотерическое. Эзотерический смысл основан на

сакральном, внутреннем, духовном аспекте. В работе мы намерены провести сопоставительный анализ эзотерической интерпретации числительных в английских и башкирских народных сказках.

Среди всех числительных системы языка наиболее сложным и разнообразным является число «один» и его производная форма «первый», стоящие первым в ряду натуральных чисел. В англоязычной лингвокультуре «one» символизирует человека как элемента космоса. Данное число выражает значение начала, высшего предела: *At first the giant's daughter did not know how to help Nix Nought Nothing; but she cut off first her fingers and then her toes ...* (Nix Nought Nothing).

Число «one» можно рассматривать как символ славы и власти, действия и амбиций. Оно представляет собой соответствующую концепцию силы: *One drop of poison inflects the whole tun of mead* (Одна капля яда отравляет всю бочку меда). Здесь мы видим преимущество яда, и это преимущество передается числительным «one». В английской сказке неопределенное обстоятельство также можно обозначить числом «one»: *«Here, Jack,» said one, «here's five pounds for you; here, Bill, here's ten pounds for you; here, Bob, here's three pounds for you»* (Mr. Vinegar).

В башкирских народных сказках число «бер» редко встречается в количественном значении. В большинстве случаев оно выражает мощь и силу: *Акъял батыр хәзер егерме йәшкә етеп, галамәт зур кәүзәле, киң күкрәкле егет булды, бер ашаганда бер бейә ашар, бер эскәндә бер бизрә һыу эсер, бер йоклаганда биш көн йоклар батыр булып етеште, ти* (Акъял батыр).

Число «two» в английском языке может означать две половины единого целого или два конца одной линии: союз мужа и жены, союз Христа и Церкви, единство Ветхого и Нового Заветов. Согласно Священному писанию, бог требует как минимум двух свидетелей в любом суде или споре. Иисус послал учеников парами свидетельствовать и проповедовать Евангелие: *On run Johnny-cake, and by-and-by he came to two ditch-diggers who were digging a ditch* (Johnny-cake). В данном примере речь идет о двух копателях, связанных общим делом.

Если «один» исключает все различное и обозначает цельное, то «два» предполагает, что существует понятие другое, противоположное, например, добро и зло, утро и вечер, и т. д. К примеру, в сказках о двух дочерях одна из них всегда плохая или некрасивая, другая – трудолюбивая, добрая и милая: *Once upon a time there were two king's daughters lived in a bower near the bonny mill-dams of Binnorie: one with her cherry cheeks and golden hair, and another with evil eyes and ugly face* (Binnorie).

Число «ике» (два) в башкирских верованиях связано с наличием двух миров - земного и загробного: *ике донъяның рәхәтен күр; ике донъяла изгелек күрмәгер*. Как и в английском языке, «ике» используется при описании событий, понятий или лиц, противостоящих друг другу [2]: *Ана, мөйөштә ике мискә ултыра. Берендә үле һыу, икенсәһендә тере һыу, - ти катын* (Алтын сабак).

Число «три» – священное число в большинстве религий. В Библии «три» означает божественное совершенство. Оно встречается в Священной книге 467 раз, изображая завершенность, хотя и в меньшей степени, чем «семь». До потопа было три праведных патриарха: Авель, Энох, Ной. После потопа их тоже было три: Авраам, Исаак, Джейкоб. Перед своим арестом Иисус трижды молился в Гефсиманском саду. Как символ исполнения желаний, «три» часто встречается в народных сказках как количество испытаний, которые нужно пройти, или загадок, которые нужно разгадать: *I'll give you three guesses every night to guess my name, and if you haven't guessed it before the month's up you shall be mine* (Tom-Tit-Tot).

В древнейших представлениях башкирского народа число «өс» (три) связано с тремя мирами – подземным, надземным и небесным. Оно характерно для похоронно-поминальных обрядов мусульман. На третий день после смерти человека проводятся похороны и поминка – «өсө». Как и в английском языке, «өс» встречается в сказках как количество испытаний, которые нужно пройти. Например: *Катыны йылгага килеп кайгыһын һөйләп ултыра икән, бер балык килеп сыккан да, телгә килеп: Гин кайгырма, бына һиңә өс балык, шуларзы бешереп аша, тик баштарын аш бешерүсегә ашатырһың* (Таң батыр).

В башкирских народных сказках человек добивается своей цели с третьей попытки: *Кайтышлай, бер йылгага төшөрөп, атын эсереп ала ла менеп ултыра тегенең өстөнә. Шул сак ат телгә килә: «Алпамыша батыр, бер һук – тиремә үтер, ике һук – итемә үтер, өс һук – елегемә үтер»* (Алпамыша батыр).

Значение числа «четыре» часто является символом целостности и универсальности у христиан и католиков, часто представленным квадратом и крестом. Это число великих элементов - земли, воздуха, огня и воды; есть четыре части земли: север, юг, восток, запад; есть четыре подразделения времени: утро, полдень, вечер, полночь, и т. д. Число «four» в англоязычной лингвокультуре представляет творение, которое отмечает творческие дела Бога. Следовательно, в сказках данное число всегда имеет эзотерический оттенок значения: *On morning these four bad little foxes came to the big bad Fox, and sad, «Oh, Father, we're so hungry!»* (The Cock, the Mouse and the Little Red Hen).

В современных тюркских языках «tört» (четыре) в сочетании со словами, означающими «боковой угол», образует словосочетание со значением «четыре угла света». Разделение мира на отдельные части было широко распространено у башкир: *«Улдарым! Хәзер үк үлгән кешене терелтә торган тереһыу эзләргә сығып китегез, донъяның бөтә дүрт яғын да байкағыз, кәрәк икән, ер ситенә барып етегез, әммә эзләгән нәмәгеззе тапмай кайтмағыз»* (Таз батыр).

Значение числа «пять» как в английском, так и башкирском языке связано с человеком, чья голова и четыре конечности образуют пятиконечную пентаграмму. Кроме того, человек имеет пять пальцев и пять органов чувственного восприятия: глаза, уши, нос, кожа, язык. Данное число также означает четыре конца света и его центр: *It was a very bad little house. And in this house there lived a bad big Fox and four bad little foxes* (The Cock, the Mouse and

the Little Red Hen). В этом примере большая лиса ассоциируется с центром, а четыре маленькие лисицы – с четырьмя сторонами света. Все действия стекаются из центра или в центр. Башк. *Малай атын һикертен, күпер астынан килеп сыга ла дейеу менән алыша башлай. Батыр егет шунда дейеүзең биш башын биш якка сабып төшөрә* (Бер туған ике батыр).

В числительном «биш» заключено представление о пяти обязательных молитвах, совершаемых мусульманами в течение суток. Число «биш» может обозначать также силу в сказках о богатырях: *Елгыуар асыуы менән тороп та йүгерә, шул арала карсыкты кыуып та етә, уны биш сакрымга артта калдырып, килеп тә етә* (Етегән батыр).

Число «шесть» символизирует человека и человеческую слабость, злобу сатаны и проявление греха. Это число встречается в английских народных сказках редко. В башкирских сказках в роли антагониста выступают шестиголовые змеи и драконы: *Бара торғас, бер көмөш һарайға тап булған. Бында хандың уртансы кызы икән. Ул алты башлы дейеүзә икән. Кыздан хәләхуәл һорашып, Таң батыр алты башлы дейеүгә каршы барып, быныһын да үлтереп, артабан киткән* (Таң батыр).

Во многих лингвокультурах число «семь» символизирует целостность, завершенность и полноту, поскольку оно объединяет божественность и небо (три) с материальной Землей (четыре). В Библии данное число встречается много раз как в положительном, так и в отрицательном смысле для выражения целостности: *Seven years passed thus and then a great trouble came to them. For the Earl Mar wished to marry his daughter to a noble of high degree who came wooing her* (Earl Mar's Daughter).

В башкирском языке число «ете» (семь) имеет мощную сакральную семантику. Оно выражает космологические представления башкир о пространственном строении мира. Согласно легендам, небо и земля состоят из семи слоев [4]: *Бер нисә ай узғас, бәләкәй Якуп бер ер тишегенә барып етә. Уның барып юлы бөтә, батыр ете кат ер тишегенә төшөп китә. Ете кат ер асты үзе бер донъялык икән* (Бәләкәй Якуп).

Число «девять» – самое примечательное число во многих отношениях. Это последняя однозначная цифра и, таким образом, обозначает конец, завершение дела: *That same night the queen stole down to a lonely dungeon wherein she did her magic and with spells three times three, and with nine times nine she cast Princess Margaret under her spell* (The Laidly Worm of Spindleston Heugh).

Число «туғыз» (девять) в башкирском языке можно встретить в поверьях, связанных с рождением ребенка. Согласно поверьям, ребенок рождается через девять месяцев, девять дней, девять часов и девять мгновений. Данное число используется в сюжетах, где обращаются к магии обратного отсчета. Считалось, что уменьшение счетов приводит к последовательному исчезновению явления, факта или объекта: *Шулай ғына тигән икән, теге, ер һелкетеп кузгалып, туғыз башын туғыз якка богай-болгай, Таң батырҙың өстөнә ташланған, ти. Бына киткән алыш! Таң батыр дейеүзең баштарың, берәм-берәм сабып, өзөп ташлап бөтөргән* (Таң батыр).

Эзотерическое значение чисел зафиксировано в религиозных писаниях. Как известно, многие народные сказки основаны на постулатах из священных книг. В настоящей статье мы предприняли попытку объяснить эзотерическое значение однозначных чисел в народных сказках, поскольку в сказках отражается мировоззрение древних представителей наций. Древние люди верили в существование высшей силы, мифических существ, потустороннего мира. Иными словами, эзотеризм привлекал людей с момента появления человечества. Эзотерические значения чисел как в английском, так и башкирском языке связаны с событиями, представленными в священных книгах. Универсальными можно считать те черты, которые исходят из описания космоса, мира, света. Различие заключается в том, что носители двух анализируемых языков относятся к двух разным религиям, что является причиной расхождения во взглядах и отношениях к миру.

### Библиографический список

1. Басаргин, А.А. Методы искусственного интеллекта: учебное пособие / А.А. Басаргин. – Новосибирск : СГУГиТ, 2022. – 164 с.
2. Муратова, Р.Т. Символика чисел в башкирском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02 / Р.Т. Муратова. – М., 2009. – С. 10.
3. Скородумов, С.В. Энциклопедия заблуждений: имя и наследие Е.П. Блаватской в зеркале информационного пространства // Вестник космической эволюции: сборник статей / С.В. Скородумов. – Тверь: ООО «Издательство ГЕРС», 2012. – С. 289.
4. Хисамитдинова, Ф.Г. Ете һаны // Башкортса дини календарь / Ф. Г. Хисаметдинова. – Өфө: Китап, 2011. – 384 бит.
5. Faivre, A. Access to Western Esotericism / A. Faivre. – Albany: State University of New York Press, 1994. – P. 10–15.
6. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.

© Исхакова Г.С., 2023

Д.Р. МИНИЯРОВА

*dminiyarova@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р филол. наук, проф. А.В. УРАЗМЕТОВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПАМЯТНИКИ И МЕМОРИАЛЫ КАК ЧАСТЬ КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВОГО ЛАНДШАФТА ЛОНДОНА И КАНБЕРРЫ**

*Аннотация:* в статье рассматривается взаимосвязь наименований памятников и монументов с культурно-языковым ландшафтом двух столичных городов – Лондона и Канберры. В результате исследования было проанализировано 209 наименований памятников и мемориалов, а также проведено сравнение полученных данных между Лондоном и Канберрой. По итогам проведенного анализа были сделаны выводы о взаимосвязи названий памятников и мемориалов с культурно-языковым ландшафтом изучаемых в данной статье городов.

*Ключевые слова:* монумент; памятник; культурно-языковой ландшафт; топоним; урбаноним; столичный город.

Имена собственные как лексически значимые слова способствуют дифференцированию, опознаванию лиц, предметов и мест. Они также выполняют функции номинации и репрезентации [2, с. 15]. Важную роль имена собственные играют в топонимических исследованиях, так как топонимы представляют собой «собственные имена природных объектов на Земле, а также объектов, созданных человеком на Земле, которые четко зафиксированы в данном регионе» [4, с. 127]. При этом, несмотря на активное изучение разных названий географических мест, «языковая номинация представляет собой сложное, многоаспектное и не изученное до конца явление» [5, с. 35].

Ярким примером урбанонимов являются названия памятных монументов. Городские памятники представляют собой наиболее наглядное и существенное выражение исторической памяти, которое несет в себе мощную семантическую нагрузку, поскольку затрагивает темпоральные основания бытия человека. Памятники и мемориалы играют важную роль в увековечении исторических событий, чествовании важных деятелей и формировании национальной идентичности. Они служат физическим напоминанием о переломных моментах истории народа и государства. Именно поэтому создание и установка памятников, их эстетические достоинства, а также воплощаемый в них художественный образ, имеют огромное общественное значение [1, с. 77].

Наименования памятников и мемориалов, как и другие топонимы, «являются неотъемлемым компонентом лингвокультурного пространства города, то есть частью индивидуальной картины мира человека, основанной на

почве его знаний и представлений о культуре города и специфики жизни в нем» [3, с. 56], поскольку содержат данные о том, в честь кого или чего объект получил свое название. Необходимо также отметить, что памятники могут содержать подробную информацию о своем наименовании. Например, на памятнике Джеймсу Генри Грейтхеду имеется табличка, в которой говорится какой вклад гражданский инженер внес при строительстве лондонского метро (рис. 1).



Рис. 1. The statue of James Henry Greathead [6]

Важно подчеркнуть, что одним из характерных местоположений памятников и монументов являются парки, например, *Австралийский военный мемориал*, *Арка Веллингтона*, *мемориал погибшим солдатам из Новой Зеландии*, *Памятник Пулемётному корпусу* и *Мемориал Королевской артиллерии* находятся в Гайд-парке и посвящены участникам Первой и Второй Мировых войн и ознаменовывают победы Великобритании в Наполеоновских войнах.

*Австралийский военный мемориал* посвящен австралийцам, погибшим в Первой и Второй мировых войнах. *Арка Веллингтона* изначально была построена в 1830 году как вход в Букингемский дворец, но позже стала аркой победы в память о победах Великобритании в Наполеоновских войнах. *Мемориал погибшим солдатам из Новой Зеландии* – это памятник погибшим новозеландцам в Первой и Второй мировых войнах, открытый в 2006 году. Мемориал был спроектирован архитектором Джоном Хардвиком-Смитом и скульптором Полом Дибблом из Новой Зеландии. *Памятник Пулемётному корпусу* и *Мемориал Королевской артиллерии* посвящены пулеметчикам и артиллеристам британской армии, погибшим в Первой мировой войне. Все указанные памятники находятся недалеко друг от друга. Как в Лондоне, так и в Канберре находятся мемориалы *Животные на войне*, посвященные животным, служившим и погибшим в британских, австралийских и союзнических войсках.

Создание памятников посвящено не только историческим событиям и военным служащим. Например, в Лондоне существуют памятники, возведенные в

честь Королевы Виктории (*Statue of Queen Victoria, Kensington Palace*), Уинстона Черчилля (*Statues of Winston Churchill, Palace of Westminster, Parliament Square and Woodford*), Уильяма Шекспира (*Statue of William Shakespeare, Leicester Square*), Юрия Гагарина (*Statue of Yuri Gagarin*) и др. В столицах Соединенного Королевства и Австралии также существуют памятники, названия которых связаны с религией, профессиями и историческими событиями.

Для сравнения указанных выше категорий памятников полученные данные следует указать на рис. 2.

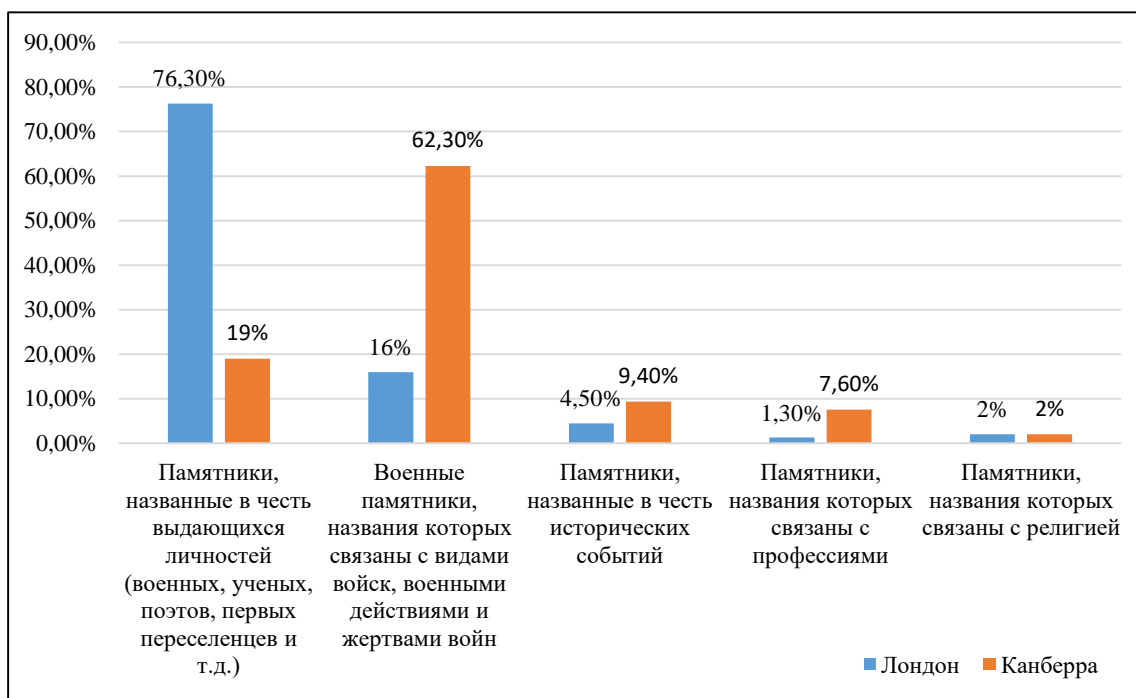


Рис. 2. Классификация названия памятников и мемориалов Лондона и Канберры

Результаты, указанные на рис. 2, показывают, что наиболее продуктивной причиной наименования памятников в Лондоне является стремление увековечить имена выдающихся личностей (76,3%), в Канберре наибольшее количество названий памятников связано с военной тематикой (62,3%). Для городского пространства Канберры по сравнению с Лондоном в большей степени характерны названия памятников и мемориалов, связанные с увековечиванием важных исторических событий и чествованием работников разных профессий (например, *Национальный карильон* был подарком британского правительства народу Австралии в честь 50-летия Канберры; *Национальный мемориал сотрудникам полиции* посвящен памяти австралийских полицейских, погибших при исполнении служебных обязанностей).

Полученные данные ярко иллюстрируют то, как названия памятников отражают исторический, культурный и языковой ландшафты городов и



подчеркивают политические связи между теми или иными странами. Подобная закономерность говорит о тесной связи рассматриваемых городских объектов с восприятием человека данных элементов.

Таким образом, памятные сооружения не ограничиваются сугубо эстетической функцией, они в контексте диалога с прошлым сохраняют память о важных событиях, крупных достижениях и выдающихся людях города или страны (при этом могут быть увековечены и зарубежные деятели). Выполняемая памятниками историческая функция переплетается с функцией воспитательной, так как они развивают у горожан и граждан страны в целом чувство патриотизма и любви к Родине.

### Библиографический список

1. Аполлонов, И.А., Хлевов, А.А. Памятник в контексте исторической памяти // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2021. – № 4. – С. 76–85.

2. Бижкенова, А.Е. Имена собственные: источник семантики и словообразования / А.Е. Бижкенова; М-во образования и науки Респ. Казахстан, Евразийский нац. ун-т им. Л.Н. Гумилева. – Астана: ЕНУ им. Л. Н. Гумилева, 2017. – 248 с.

3. Муфаздалова, Э.Р. Мемориальные топонимы города Уфы / Э.Р. Муфаздалова, А.В. Уразметова // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 96-3. – С. 56–59. – DOI 10.18411/trnio-04-2023-131.

4. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

5. Уразметова, А.В. Топонимическая система США: первичная и вторичная номинация: монография / А.В. Уразметова. – 2-е издание, стереотипное. – Москва: ФЛИНТА, 2018. – 187 с.

6. Statue of James Henry Greathead, London [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Statue\\_of\\_James\\_Henry\\_Greathead,\\_London](https://en.wikipedia.org/wiki/Statue_of_James_Henry_Greathead,_London) (дата обращения: 01.10.2023).

© Миниярова Д.Р., 2023

А.Р. СУЛТАНГАРЕЕВА

*alfiasultangareewa@yandex.ru*

Науч. руковод. – канд. филол. наук, доц. Р.Р. ИСХАКОВА

***Сибайский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»***

## **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА МОЛОДЁЖНОЙ ОДЕЖДЕ**

*Аннотация:* в данной статье рассматриваются лингвистические особенности рекламного текста на молодежной одежде. Авторы рекламных текстов нацелены на привлечение потенциальных потребителей, поэтому отдают предпочтение самым необычным и ярким лексическим средствам, незнание которых часто приводит к речевым лакунам. В работе рассматриваются жаргонизмы, окказионизмы, тропы и т. д. в текстах современной одежды.

*Ключевые слова:* рекламный текст, жаргонизм, окказионализм, английский язык, лексические единицы.

В настоящее время реклама является одной из самых распространённых областей массовой культуры. В повседневной жизни рекламу чаще всего можно заметить на одежде. Такой способ пиара наиболее эффективен, так как нынешнее поколение предпочитает носить вещи одновременно с красивым и осмысленным текстом. Более того, предпочтение отдается надписям на английском языке, что неудивительно, поскольку английский язык – язык глобализации, язык Интернета и международного общения в целом.

Само слово «реклама» было заимствовано из французского языка. Она несёт в себе такие лексические значения, как: 1) информация о товарах, различных видах услуг и т. д. с целью оповещения потребителей и создания спроса на эти товары, услуги и т. д.; 2) распространение сведений о ком-либо или о чем-либо с целью создания популярности [5].

Цель рекламного текста – вызвать желание у широкой массы потребителей купить раскручиваемый товар или услугу. Для реализации задуманного копирайтеры применяют множество языковых средств. Следует отметить, что качественный рекламный текст выделяется красочностью, минимализмом языковых элементов и краткостью, оставаясь, в то же время логичным и познавательным.

Из особенностей рекламных текстов приоритетной считается его лаконичность. Тем не менее, производители товара и авторы текстов, вопреки всем правилам литературного языка, преобразовывают существующие слова, создают новые сочетания слов, искажают фразы и предложения [4]. Таким образом, мы можем заметить, как нарушаются правила художественного стиля,

вследствие чего образуются окказионализмы и намеренно не соблюдается лексическая сочетаемость слов в слогане. Производители обращаются к таким способам для того, чтобы вложить концепцию в короткий текст или слоган [1].

Как отечественные, так и зарубежные исследователи изучают рекламные тексты как предмет лингвистики. Так, например, С. В. Ильясова и Л. П. Амири высказывались о формировании языка рекламы как особого функционального подстиля и универсальности рекламных текстов. С точки зрения данных авторов, рекламный текст является специфической формой текста, которая представляет стремление привлечь клиентов, повысить продажи, а также развить речь. Воздействие рекламных текстов выходит за рамки рыночной сферы. Оно охватывает социальную, политическую, экономическую и культурную сферы общества. Поэтому существует необходимость дальнейшего исследования лингвистических особенностей рекламных текстов [2].

Рекламный текст предоставляет возможность поэкспериментировать с языковыми средствами, к примеру, использовать игру слов для создания новых смыслов посредством новых сочетаний лексических единиц. Ярким примером также могут послужить окказионализмы. Они образуются разнообразными способами. Следует подчеркнуть, что новые слова формируются по существующим в английском языке словообразовательным моделям [3]. Рассмотрим примеры окказионализмов в английском языке, созданные при помощи сложения двух основ:

*Facepalm*: окказионализм образован путем соединения двух имен существительных – *face* (лицо) и *palm* (ладонь). Каждому члену молодежной лингвокультуры хорошо известна фигура человека, закрывающего лицо одной рукой. Широко распространенный в просторах Интернета мем используется для выражения чувства стыда, уныния или разочарования.

*Woolrich*: новое слово образовано посредством сложения основ *wool* (шерсть) и *rich* (богатый). Название известного американского бренда теплой одежды из шерсти следует интерпретировать как «богатая шерсть» или «богатый шерстью».

Также особое внимание привлекают окказиональные аббревиатуры. Это сокращения, которые не зафиксированы в официальных словарях и не имеют установленного или постоянного значения:

*GAP*: данная аббревиатура расшифровывается как *generation gap* и означает, как известно, «разрыв между поколениями» или «конфликт отцов и детей». Ответственные за рекламный текст предпочли использовать сокращение, так как заглавные буквы привлекают внимание покупателей и интригуют их в силу отсутствия расшифровки.

На молодежной одежде встречаются случаи сокращения географических названий, названий брендов или всем известных фраз:

*NYC* – New York City;

*HUF* – Keith Hufnagel (популярный американский скейтбордист);

*CK* – Calvin Klein (американский дом моды);

*BBW* – Big beautiful woman.

Что касается новых лексических единиц, образованных путём прибавления аффиксов, нами были обнаружены следующие примеры:

*Baddie*: неологизм образован посредством прибавления суффикса *-ie* к прилагательному *bad*. Среди представителей молодого поколения это слово широко известно, и используется оно для ироничного обозначения человека с отрицательными чертами характера. Благодаря суффиксу *-ie* слово звучит как уменьшительно-ласкательная форма обращения.

Слово *bestie* также образовано путем аффиксации – прибавления суффикса *-ie* к прилагательному *best*. Неологизм используется в значении «лучший друг» или «лучшая подруга».

Отсюда следует, что применение окказионализмов в рекламном тексте может придать тексту эмоциональную окраску и новизну. Кроме того, это может способствовать пополнению лексического фонда английского языка новыми единицами.

Жаргон – это разговорный язык социальных групп, объединенных общими интересами. Он включает в себя множество слов и выражений, отличающихся от слов общепринятого языка. Как известно, главная задача рекламного текста заключается в том, чтобы быть «на одной волне» с аудиторией. Исходя из того, что преобладающим видом жаргонизмов является молодёжный сленг, который ориентирован на юную публику, копирайтеры прибегают к данному средству довольно часто. Например:

*Summervibe*: «модное» слово *vibe* обозначает атмосферу (в смысле ощущения окружающей обстановки);

*Cringe* – чувство стыда за чьи-либо действия;

*Fortnight* – две недели «fourteen nights»;

*Stay sassy*: слово «sassy» в данной фразе характеризует человека с дерзким характером, излишней уверенностью в себе и умением оставаться самим собой несмотря ни на что. Данное выражение звучит как слоган;

*Easy-peasy, lemon queezy*: сленг переводится как «легче лёгкого» или «проще простого»;

*Slay like Bey*: фразу следует интерпретировать как «классная, как Бейонсе». Неологизм *slay* можно отнести к списку самых «модных» и распространенных слов XXI века. Стремление молодежи к сокращению лексических единиц наблюдается и в данном примере: *Bey – Beyoncé*.

Создатели рекламных текстов и слоганов используют также разные тропы и фигуры речи. К примеру:

*Palm angels* (бренд одежды для молодежи) – метафорический эпитет «пальмовые ангелы». Однажды автор бренда Франческо Рагацци стал свидетелем прекрасного явления на Venice Beach в Америке: молодые скейтеры парили словно ангелы на фоне заката и пальмовых деревьев. Он был так впечатлен увиденным, что решил создать линию одежды для молодежи.

*My cat was right about you* (Моя кошка была права насчёт тебя): в данном высказывании, которое встречается на футболках, присутствует стилистический прием олицетворения.

*Sarcasm just one of the many services I offer* (Сарказм – всего лишь одна из многих услуг, которые я предлагаю): здесь мы сталкиваемся с эллиптической конструкцией – в предложении отсутствует глагол-сказуемое.

*Don't make me use my teacher voice* (Не заставляй меня говорить учительским голосом): в предложении прослеживаются нотки иронии.

Таким образом, можно утверждать, что употребление окказионализмов, жаргонизмов, троп и фигур речи в текстах рекламы обусловлено тем, что надписи на одежде должны привлекать внимание молодежи не только ярким принтом, но и глубоким содержанием. Слова, фразы и слоганы на молодежной одежде, благодаря своей экспрессивности, лаконичности и своеобразной морфологической композиции, способны продвигать бренды, призывать молодежь к определенным действиям, изменить их мировоззрение.

### **Библиографический список**

1. Антюфеева, Ю.Н. Английские новообразования в развитии : потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дисс... канд. филол. наук / Ю.Н. Антюфеева. – Тула, 2004. – 184 с.

2. Бабенко, Н.Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: учебное пособие / Н.Г. Бабенко. – Калининград: Изд-во КГУ, 1997. – 84 с.

3. Исхакова, Г.С., Исхакова, Р.Р. Продуктивные способы обогащения словарного фонда современного английского языка // Неделя науки – 2023: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Сибай, 6–7 апреля 2023 г.). – Сибай: Сибайский институт (филиал) УУНиТ, 2023. – 392 с. – С. 70–72.

4. Ломако, А.П. Языковые особенности рекламных текстов // Мир глазами молодых. Студенческие чтения: сборник материалов международной студенческой научно-практической онлайн-конференции. – Курск: КГМУ, 2018. – С. 149–154.

5. Оришев, А.Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России // Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – Т. 1. – № 4 (4). – С. 5.

© Султангареева А.Р., 2023

УДК 316.4

З.С. ХАКИМОВА

*zulfha@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р филос. наук, проф. М.А. ПУШКАРЕВА

*Уфимский университет науки и технологий*

## СОЦИАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИИ ВОСТОКА И ЗАПАДА

*Аннотация:* в статье рассматриваются социальные отношения в России, особенности их развития на Востоке и Западе, а также возможные тенденции и влияние на общество и культуру. Исследуются различия между Востоком Западом и выявляются ключевые факторы, которые оказывают влияние на развитие России.

*Ключевые слова:* Запад, Восток, культурный кризис, социальные взаимоотношения, российская культура, западная культура, восточная культура, культурное взаимодействие России.

Избирательность нашего сознания такова, что под Западом мы понимаем одну из четырех частей света, и направление, не сколько противоположное, а скорее противостоящее Востоку в котором Солнце заходит за горизонт. В этом направлении мы ограничиваемся странами Западной Европы и Америки.

Восток напротив противоположен Западу, в отличие от западной половины горизонта, именно в этой части горизонта Солнце восходит рождается, появляется и сияет. Мы ограничиваем в этом направлении определённую группу стран, которые расположенные в Центральной, Юго-Восточной Азии, северной Африке, странах Ближнего Востока, но в первую очередь наше мироощущение и мировосприятие «вспоминает» такие страны, как Япония, Китай, Индия, Персия.

Я не просто провожу сравнение с Солнцем, ведь это не только звезда в центре Солнечной системы, но, в частности, «то, что является источником средоточения чего-нибудь ценного, высокого, жизненного, необходимого» [3, с. 648].

Обратите внимание на то, что современный кризис европейской культуры – это явление внутренней информационной переключаемости внутренних механизмов собственных измерений восприятия жизни. Культурный кризис – это процесс обновления, как показывает мировая история, процессы, связанные с развитием человеческой культуры, которая всегда процветает и увядает в определенные исторические вехи. И тот кризисный закат, уход в формирование человека и общества, и есть её перерождение.

На современном этапе своего развитие человечество потянулось на Восток, чтоб возродить в себе силы к жизни, чтоб отдохнуть от шума цивилизации и потянуться к покою, самопониманию и самосозерцанию. Кризис

восточной культуры, напротив, направлен на наполнение силами для пробуждения внутреннего резерва нового переломного восхода в культуре.

В целом для культурологии разделение на Восток и Запад, условно, поскольку они монолитны и в принципе составляют главный культурный и духовный центр в целом мире.

Различные философы, понимая место России в историческом разрезе и социальном современном мире в целом, почему-то считали её частью схемы Восток-Запад. При этом Россию относят либо к Востоку, либо к Западу или же признают как отдельной своеобразной страной, никак не принадлежащей отдельно к Западу или же Востоку [2, с. 3].

Великий русский мыслитель Н. Бердяев справедливо отмечает: «Россия может сознать себя и своё призвание в мире лишь в свете проблемы Востока и Запада» [2, с. 55]. Прежде всего, это связано с тем, что географически и исторически Россия объединяла Запад и Восток [5, с. 132]. С одной стороны, Восток в России сливается с Западом, а с другой – они абсолютно противоположны.

Следует отметить, что в большинстве случаев понятия Запад и Восток не являются точно географическими. Скорее Запад и Восток – это философские и узко культурологические понятия. Они разделяют мировоззренческие отношения, необходимые для существования и развития единства народов. К примеру, Запад, по самой своей природе, управляется наиболее рациональным образом, руководствуясь определенной или устоявшейся целью; пытается подчинить жизнь холодному разуму и строгой логике. Восток же, напротив, для него характерны честность и нежность; он распознает, изолирует внешние раздражители и реагирует на них открыто, естественно, сознательно и не осознанно, пытаясь приспособиться к миру природы, чем отделиться от неё. Восток – это душа огромного мира природы, Запад – напротив внутренняя духовная сущность человека [6, с. 177].

Восточные социальные отношения уникальны и увлекательны в своей традиционности и специфичности культуры. Социальное развитие характеризуется сильной социальной иерархией, семейными ценностями и общим стремлением к гармонии и равновесию как внутри самого человека, так и его взаимодействия с общностью людей с учетом природности. Она привлекает внимание богатством культуры и традиций, имеет специфичный след в искусстве, архитектуре и литературе, в мировой истории, и знание социальной организации Востока помогает нам лучше понять не только себя, но и интеграцию нашей культуры.

Западные социальные отношения напротив считаются самыми прогрессивными и влиятельными в силу своих общих характеристик, а именно разнообразия культур, развитой демократии и свободы. Инновации и технологические достижения Западу придают уникальности и привлекательности для многих людей. Западная культура неотъемлемая часть современного мира и оказывает значительное влияние на другие культуры и

страны ведь она предлагает свободу, возможности для саморазвития и инновации, которые делают ее живой и динамичной.

На Западе социальный статус очень важен, а на Востоке напротив кровное родство и близкородственные знакомства являются первостепенными опорами в интеграции человека в социум. На Востоке – общество, традиционализм и только потом человек, скорее его дела, но не он как социально значимая единица. На Западе напротив сначала люди (личность), а затем общество.

На Западе традиционализм в социальных отношениях не соблюдается, им пренебрегают, напротив чтится только современное, модное и ультрасовременное.. На Востоке традиционализм показатель социализации и интеграции в культуру. Поэтому институту брака на Востоке придается большое значение. Это не только личная проблема людей, вступающих в брак, но и проблема всего рода и как следствие отражение на общественных взаимоотношениях и совершается с согласия и при активном участии старших поколений. На Западе брак – это дело двоих, и имеет отношение исключительно к ним. Запад живет социальной жизнью, восток – естественной природной.

Вся социальность востока заключается в природных элементах, здесь роль сознания, разума в организации общественной жизни крайне мала. Все развивается в основном благодаря традициям.

В то время как отмечал Н. Бердяев, противопоставляя Запад и Восток, что: «В России сталкиваются и приходят во взаимодействие два потока мировой истории: Восток и Запад. Русский народ есть не чисто европейский и не чисто азиатский народ. Россия есть целая часть света, огромный Восток-Запад, она соединяет два мира». Россия – особое, самостоятельное образование. Но эта особость, своеобразие строится на базе Востока, но преломляется через Запад. Запад ее только воспитывает и развивает. Но истоки России – на Востоке. Русский народ соединяет в себе два мира – Запад и Восток [5, с. 112].

Российское общество получает максимальную выгоду, как от Запада, так и от Востока. Россия с готовностью принимает передовые западные технологии и в то же время сохраняет русскую культуру, сохраняющую такую же высокую духовность и терпимость к моральным принципам, как и восточные культуры.

И западное, и восточное общества наполнены вечными духовными ценностями. В наше время идет процесс культурной интеграции и взаимообогащения. Россия заинтересована в своем выгодном географическом положении, учитывает свое Евразийство, пользуется своей богатой культурой, что позволяет ей внести существенный вклад в диалог Запад-Восток. Участвуя в диалоге Запада и Востока, Россия сохранит свою идентичность и независимость, православную идентичность и коллективистские принципы. Только в этом случае можно будет стать образцовым государством как в политическом, так и в экономическом, научно-техническом, культурно-нравственном отношениях.



Западная цивилизация оказала большое влияние на русскую культуру. Западное искусство, литература и философия являются источником вдохновения для многих российских художников, писателей и дизайнеров. Русский авангард, симфония и модернизм являются результатом западных культурных традиций.

В целом влияние западных держав на Россию было значительным и необратимым. Богатство русской культуры, модернизация и развитие экономики способствовали изменениям в политической системе. В то же время Россия сохраняет уникальную историю и культуру, отличную от Запада.

Русская литература всегда была одной из главных составляющих культурного наследия России. Оно развивалось под влиянием ряда факторов, в том числе западных.

Под влиянием западноевропейской литературы русские писатели переняли новые формы и жанры, а также обогатили язык различными эстетическими приемами. Одним из наиболее ярких примеров этого влияния является новая западноевропейская традиция, которая находит свой отклик в творчестве русских писателей. Влияние западнорусской литературы можно увидеть и в развитии реализма – новой концепции передачи деталей, основанной на искусстве. Русские писатели переняли этот подход и включили его в свои произведения, создавая яркие образы и изображая жизнь реальных людей.

Хотя Россия имела большое влияние, уникальность русской литературы никогда не была омрачена. Русские авторы сохраняют свою уникальность и особый смысл, отличающий их произведения от произведений западноевропейских авторов.

В любом случае можно сказать, что западные власти сыграли важную роль в развитии русской литературы, придав ей новые формы и жанры. Однако русские писатели остались верны национальным традициям и создали собственное искусство, занявшее ценное место в литературном мире. Восточное общество, а именно христианство, также оказало большое влияние на духовное развитие русской национальной культуры, привнося свои особенности в религиозные обряды, иконопись и даже православное зодчество. Восточная культура оказала особое влияние на развитие русской литературы и искусства. Восточная философия, мифология, мудрость и эстетика нашли отражение в творчестве русских писателей и художников. Великая русская литературная традиция, начиная с «Похода Игоря» и «Золотого Петуха», оказала сильное влияние на произведения Пушкина, Достоевского и Чехова, а также на восточные мотивы и образы. Кулинарная эстетика также не обошла вниманием восточный авторитет. Фаршированные овощи, плов, шашлык – все эти блюда вошли в русскую кулинарную традицию через соприкосновение с восточной культурой. Восточные напитки, такие как чай и кофе, также появились и в России и стали очень популярны.

Влияние Восточной культуры на российское социальное сознание можно считать большим богатством и достоянием. Это означает, что Россия всегда

была регионом, способным приспособлять и отождествлять лучшие от соседних и далёких культур, влияние которых становится неотъемлемой частью их собственной сообразности.

Необходимо понимать, что культура – целостное и органичное явление, не построенная или измененная искусственно. С огромным трудом в сознании многих людей, в том числе учёных, утвердилось представление о специфике и многообразии развития разных культур, каждая из которых по-своему интегрирована в процесс мировой цивилизации. Опираясь на глубоко духовное измерение, в то же время моральные принципы не могут быть разделены иерархически на прогрессивные и реакционерные.

Таким образом, Россия – в очень широком культурном контексте, и Западная Европа – это Запад, в отличие от Востока, и именно здесь определяется позиция России в отношении культурного диалога. Современная социальная культура имеет дело с двумя важными чертами Запада – это его культурным расширением пространства в буквальном смысле или же созданием универсальной человеческой культуры и борьбой за культурную независимость и идентичность в не западных обществах, где она имеет дело с «модернизацией» и «вестернизацией». Восточные черты в современной социальной культуре ассоциируются с его удивительным миром культуры, обычаев и тишины, а также с видением страны, которая имеет большое значение в жизни человека. Этим-то и близка Россия с Востоком, где многие происходящие процессы в социуме и культуре непонятны для Запада.

### **Библиографический список**

1. Боголюбов, Л.Н. Методические рекомендации по курсу «Человек и общество»: в 2 ч. / под ред. Л.Н. Боголюбова. – 3. изд. – М.: Просвещение, 2002. – 191 с.
2. Захарова, Е.Н. Особенности российской цивилизации между Западом и Востоком: Пособие для учащихся и учителей / Е.Н. Захарова. – Москва: АРКТИ, 2002. – 70 с.
3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка // 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова // Российская АН, Ин-т рус. яз., Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Азъ, 1994. – 908 с.
4. Семенникова, Л.И. Россия в мировом сообществе цивилизаций // Учеб. пособие для вузов / Л.И. Семенникова. – Брянск: ООО «Курсив», 1995. – 598 с.
5. Фарах, Сухейль Российская цивилизация: энергии пространства и человека: монография / С. Фарах. – М.: ИД Академии Жуковского, 2022 – 320 с.
6. Яковец, Ю.В. История цивилизаций // Учеб. пособие для вузов гуманитар. профиля / Ю.В. Яковец. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Гуманитар. изд. центр «ВЛАДОС», 1997. – 351 с.

© Хакимова З.С., 2023

А.Р. ЧАНЫШЕВА

*aliachanysheva2003@mail.ru*

Науч. руковод. – канд. ист. наук, доц. Б.В. БУРАНГУЛОВ

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

*Аннотация:* в статье рассмотрены актуальные проблемы документоведения в области внедрения информационных технологий и как следствие постановкой электронного документооборота в организациях, а также подготовка квалифицированных кадров в системе высшего образования по цифровой направленности делопроизводства, через призму мнений документоведов.

*Ключевые слова:* документоведение, документооборот, электронный документооборот, цифровизация, законодательные акты, информационные технологии, квалификация, специалист.

Зарождение документоведения приходится на XVI–XVII вв., а формирование как отдельной научной дисциплины происходит в 1970-е гг. Данный факт является прямым доказательством, что документоведение считается научным знанием нового времени, которое имеет древнюю историю становления.

Имея многовековую историю, документоведение не только вобрало в себя лучшее из всех времен, но и тщательно отсеяло лишние элементы, благодаря чему на данный момент представлен перед нами в своем лучшем виде.

Но, несмотря на свою долгую историю, этот предмет научного знания все еще находится на пути своего развития. Отсутствие единого понятийного аппарата, проблемы электронного документооборота, вопросы подготовки новых кадров: все это обуславливает актуальность темы данной статьи. Рассмотрим каждую из проблем и мнения ученых-документоведов на них.

Терминологический аппарат. Документоведение входит в группу связей междисциплинарных предметов, что несомненно влияет на формирование терминосистемы. Данная связь объединяет предметы, объектами изучения которых является информация, зафиксированная на носителе. И если в теоретической плоскости было бы применимо общее понятия «документ», то при переходе на практическую плоскость начинаются колебания к предметным определителям.

В своей работе Суровцева Н. Г. рассматривает многозадачность терминосистемы: начиная от идентичности документоведения и заканчивая ее связующей гранью с другими дисциплинами. Как итог Суровцева Н. Г. приводит работу Кабашова С. Ю. как единственный имеющийся на данный

момент терминологический справочник, вобравший в себя более восьмисот терминов и определений с их дефинициями.

Проблематика терминологического аппарата документоведения связана с постоянно меняющимися требованиями и технологиями в области документооборота. Новые виды документов, информационные системы, электронные архивы и другие аспекты документации предъявляют новые требования к терминологии. Поэтому статический подход к формированию терминов в документоведении может быть недостаточен, и необходимо постоянно анализировать новые явления и технологии для создания соответствующих терминов.

Из вышеуказанной проблемы вытекает и следующая – квалифицированная подготовка новых кадров. В условиях современной реалии подготовка документоведов должна учитывать изменения и нововведения в области электронной документации и цифровой обработки информации.

В совместной работе Мишовой В. В. и Огневой Э. Н. рассматриваются причины и следствия подготовки в учебных заведениях документоведов, обладающих прикладными навыками электронного документооборота и управления. Тенденция к цифровизации захватывает все больше областей нашей жизни и вследствие чего не только документы, но и все наши действия переходят «в цифру».

Помимо организационно-правовых элементов ведения электронного делопроизводства в организации законодательному закреплению подвергаются и необходимые навыки и компетенции сотрудников. В Национальном реестре профессиональных стандартов зарегистрированы такие профессиональные стандарты, как «Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией», «Специалист по управлению документацией организации», «Специалист по формированию электронного архива».

На сегодняшний день по направлению 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» изменен профиль с «Документационное обеспечение управления и архивоведения» на «Цифровые технологии в управлении документацией организации». Явным примером тому может служить ФГБОУ ВО Уфимский университет науки и технологий, который с 2021 года поменял профиль направления подготовки специалистов документоведов и архивоведов. В рамках учебной программы студенты изучают как традиционное бумажное делопроизводство, так и электронный документооборот, цифровые технологии и соответствующее законодательство по регулированию данной области.

Как уже было сказано, документоведение не стоит на месте и постоянно развивается и совершенствуется. Это и обуславливает ее приоритетный характер среди других востребованных дисциплин. Многие из имеющихся проблем сейчас примерно через 20–40 лет будут очередным пройденным этапом на пути к унификации и оптимизации процесса делопроизводства. Достижения в ИТ-сфере не перестают удивлять, а также и упрощать нашу жизнь, поэтому следование ее принципам цифровизации работы качественно и

количественно лучшим образом влияет на организацию работы управлением организации и постановкой в ней электронного документооборота.

### Библиографический список

1. Варламова, Л.Н. Пути развития направления подготовки «Документоведение и архивоведение» на факультете документоведения и технотронных архивов Историко-архивного института РГГУ: взгляд изнутри // История и архивы. – 2015. – № 2.
2. Ларин, М.В. Актуальные проблемы современного документоведения // История и архивы. – 2014. – № 2 (124).
3. Ларин, М.В. Управление документацией в организациях. – М.: Науч. кн., 2002.
4. Мишова, В.В., Огнева, Э.Н. Подготовка бакалавров направления «Документоведение и архивоведение» в современных условиях // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – № 45-2.
5. Суровцева, Н.Г. Электронный документ как объект документоведения: историографический обзор // СНВ. – 2018. – № 4 (25).
6. Суровцева, Н.Г. Влияние междисциплинарного подхода на формирование терминосистем документоведения и смежных научных дисциплин // История и архивы. – 2016. – № 2 (4).
7. Янковая, В.Ф. Электронный документ как объект документоведения // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2013. – № 3.

© Чанышева А.Р., 2023

УДК 351.354

А.Р. ШАБРИНА

*shabrina1990@bk.ru*

Науч. руковод. – канд. полит. наук, доц. А.Ф. ГАРИФУЛЛИНА

*Уфимский университет науки и технологий*

## **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА И ДОСТУПНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ В МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ**

*Аннотация:* статья посвящена анализу повышения качества и доступности государственных и муниципальных услуг, предоставляемых в многофункциональных центрах. Автор анализирует эффективность и перспективные направления развития официальных сайтов сельских поселений и оценивает их влияние на перспективы развития местного сообщества.

*Ключевые слова:* государственные и муниципальные услуги, автоматизированная информационная система, доступность и качество, многофункциональные центры, недвижимость, эффективность.

Основная цель МФЦ – реализовать на практике концепцию «одного окна», что означает создание единого контактного пункта для получения, учета и распространения всей документации, необходимой физическим и юридическим лицам для получения всех государственных и местных услуг. Благодаря этой стратегии люди и компании могут одновременно получить доступ к широкому спектру интегрированных местных и государственных услуг. Согласно Федеральному закону «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» многофункциональные центры (МФЦ) обладают возможностью одновременно представлять интересы заявителей и органов государственной власти [1].

«Услуга» – это в самом широком определении результат труда, оказываемый в форме человеческой деятельности [2].

В настоящее время существует два основных препятствия, мешающих развитию электронных государственных услуг в стране.

Первое препятствие – недостаточное распространение электронных подписей среди граждан – как рядовых, так и квалифицированных – из-за трудоемкости процедуры их получения. Для решения этой проблемы может быть создана сеть отделений по образцу филиальной сети «Почты России» и развития программы «Универсальная электронная карта» для обеспечения населения электронными подписями.

Вторая проблема заключается в том, что на данный момент ни одна из госуслуг, представленных на едином сайте, недоступна «электронно» в

истинном смысле этого слова, то есть совершенно удаленно, без физического присутствия заявителя. Кроме того, имеющиеся услуги представляют собой информационные услуги, а не полностью доступные коммунальные услуги. Одним из основных препятствий является отсутствие единого метода перевода государственных услуг на электронные носители. В результате государственные услуги недостаточно формализованы, что затрудняет их автоматизированное предоставление и подготовку, а также ставит под угрозу их четкую интерпретацию.

Из-за этого в большинстве регионов лишь иногда осуществляется перевод госуслуг в электронную форму путем заполнения реестров услуг, упрощения оказания услуг, формализации административных процедур на поверхности, заказа электронных бланков госуслуг. порталы. Процесс перевода госуслуг в электронный формат на региональном уровне является первым в ряду мероприятий, направленных на создание комплексной системы организации, формирования заказов, реализации и контроля проектов, связанных с внедрением электронного формата. элементы власти на региональном уровне. Обеспечение эффективного снабжения общественными объектами, создание приятной окружающей среды и повышение благосостояния населения входят в число основных обязанностей органов государственного управления.

Повышение качества и доступности государственных услуг рассматривается как основная социально-экономическая цель развития государства. Это начинание изменяет способ предоставления государственных услуг, делает деятельность правительства более прозрачной для общественности и оптимизирует социальное взаимодействие. Президент РФ заявил, что одним из национальных приоритетов развития Российской Федерации является осуществление цифровой трансформации [3]. Одним из его достижений является увеличение доли социально значимых услуг, которые широко используются и доступны в Интернете. К 2030 году этот показатель должен составить не менее 95%.

Во время пандемии коронавируса в республике активно велась работа по улучшению предоставления государственных и муниципальных услуг, несмотря на ограничения.

В 2021 году РГАУ МФЦ Центрального офиса в г. Уфа продолжал работу в условиях антиковидных ограничений, предоставляя постоянные и доступные услуги. Была проведена цифровизация и улучшено качество услуг. Заявления на отдельные социальные выплаты гражданам автоматически продлевались. Также допускалась возможность предоставить недостающие документы позднее, без отказа.

Росреестр, Кадастровая палата и МФЦ Республики Башкортостан заключили дополнительное соглашение о сотрудничестве при предоставлении государственных услуг по оформлению недвижимости через офисы МФЦ.

Для определения качества предоставления государственных и муниципальных услуг автор исследования выбрал статистический метод, позволяющий получить полные и достоверные результаты.

Акцентируя свое внимание на статистику, формируемой автоматизированной информационной системой центрального офиса РГАУ МФЦ в г. Уфе, доля услуг Росреестра и Кадастровой палаты от общего количества услуг, предоставляемых центральным офисом РГАУ МФЦ в г. Уфе, составляет более 45%. Таким образом, эти государственные услуги являются наиболее востребованными в центральном офисе РГАУ МФЦ в г. Уфе.

Согласно нововведениям, сотрудники МФЦ смогут самостоятельно распечатывать и заверять выписки из Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН), которые подтверждают проведенные учет и регистрацию недвижимости и заявителям не придется ждать, когда данные документы поступят из Росреестра на выдачу в офис МФЦ. При этом увеличился срок хранения невостребованных документов в РГАУ МФЦ до 45 дней, ранее он составлял 30 дней, что удобно для граждан и предпринимателей, которые не успевают их забрать к назначенной дате выдачи.

Длительность оказания этих услуг затрудняет запись жильцов в МФЦ «РГАУ» Уфимского центрального аппарата для получения документов из Кадастровой палаты и Росреестра. РГАУ МФЦ центрального аппарата в Уфе не смогло обеспечить качество и доступность государственных услуг из-за недостаточного количества путевок для записи на прием к специалисту по данным услугам.

Порядок оказания коммунальных услуг жителям, в том числе в многофункциональных центрах, определен Федеральным законом от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», в который внесены изменения 04.11.2022 № 427-ФЗ. Этот закон требует, чтобы МФЦ и органы власти общались друг с другом посредством формализованных соглашений о взаимодействии [4].

Рассматривая предоставление услуг, мы можем определить ряд важнейших компонентов механизма предоставления услуг на административном и на местном уровне, основанного на модели «одного окна».

В январе 2021 года автоматизированная информационная система РГАУ МФЦ (АИС МФЦ) начнет импорт документов ПК ПВД в целях повышения качества и эффективности услуг, предоставляемых Росреестром и Кадастровой палатой в центральном офисе организации в Уфе. Эта инициатива была предпринята в ответ на необходимость создания такого рода объекта.

Специалисты МФЦ РГАУ Центрального аппарата МФЦ в Уфе, принимающие документы, направляют в АИС МФЦ запросы на проведение государственного кадастрового учета и государственной регистрации прав на недвижимое имущество, а также на предоставление сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости. Это один из примеров данных, которые записывает программное обеспечение ПК ПВД относительно запросов на услуги, сделанных заявителями на услуги.

АИС МФЦ автоматически получит информацию о заявителе (или его представителе), объекте недвижимости (в случае государственной регистрации



прав), количестве поданных заявлений из ПК РАП, а также общем количестве заявлений (ходатайств) в рамках ПК РАП, когда документы из ПК РАП отправляются в АИС МФЦ. Информация двух систем легко передается между ними.

При получении услуг перечень документов, предоставляемых заявителем, не импортируется в АИС МФЦ. Это связано с тем, что заявителю выдается один экземпляр описи документов, полученных для предоставления государственной услуги, подготовленный ПК ПВД. В результате системной интеграции Росреестра и РГАУ МФЦ в центральном офисе в г. Уфе время предоставления услуг между Росреестром и Кадастровой палатой сократилось в три раза.

В результате осуществленного анализа можно утверждать, что переход с ПК ПВД на АИС МФЦ для импорта документов привел к существенному сокращению сроков оказания госуслуг Росреестром. Граждане, пользующиеся услугами Росреестра через РГАУ МФЦ центрального аппарата в Уфе, остались довольны увеличенным графиком обслуживания.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103023/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/)

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.12.2012 № 1376 «Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/70290064/> (дата обращения: 04.09.2023).

3. Борщевский, Г.А. Повышение качества государственных услуг как приоритет реформирования государственной службы // Государственная служба. – № 6. – 2021. – С. 27–35.

4. Долматов, А.И. Повышение качества предоставления государственных услуг посредством внедрения информационно-коммуникационных технологий // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – № 3. – С. 24–29.

5. Официальный сайт МФЦ Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mfcrb.ru/>.

© Шабрина А.Р., 2023

И.И. ЯНГИРОВ

*ilnaz.yangirov@yandex.ru*

Науч. руковод. – д-р филос. наук, проф. Ю.Н. ДОРОЖКИН

*Уфимский университет науки и технологии*

## **ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА ПРИЧИНЫ, ЦЕЛИ, ПОСЛЕДСТВИЯ**

*Аннотация:* в представленной статье рассматривается проблема возникновения феномена политического экстремизма, причины, основные цели и социально-политические процессы в случае избрания неэффективной системы противодействия. Дана терминология, определяющая политический экстремизм через призму научного исследования и его роль в социально-политических процессах в обществе и государстве.

*Ключевые слова:* экстремизм; политический экстремизм; социальные сети; стихийные митинги; информационный «вброс».

Современное общество в сфере политического взаимодействия проживает с тенью политического экстремизма во всех инициативах и стремлениях. Сегодня, в связи с нарастанием мировой напряженности, усилением радикальных групп и появлением новых технологий манипуляции, феномен политического экстремизма стал серьезной проблемой правопорядка. Уже сейчас, в большинстве случаев под политическим экстремизмом понимают эффективную модель свержения легитимной власти и инструмент насаждения идеологии радикальных течений.

Однако, несмотря на большое количество научных работ по исследованию данной тематики, проблема политического экстремизма не только не решена, но и не оформлена должным образом. Всё дело в том, что понимание термина «политический экстремизм» не вполне корректно, часто перекликается с экстремизмом в целом и терроризмом в частности. Хотя при этом, основная суть феномена не в насилии над мирным населением, как это подразумевается в терроризме, но в достижении и удержании власти, используя радикальные, но эффективные методы. Не стоит понимать это как «зло во имя зла» как в современных американских фильмах. Даже у этого феномена есть человеческое лицо, однако оно с готовностью пойдет на жертвы ради достижения своей цели.

Видные исследователи данной сферы сформулировали понимание термина политический экстремизм, который поможет лучше разобраться с чем придется столкнуться. Арчаков М. К. под термином «политический экстремизм» понимал совокупность идей и методов политики, заключающийся в деятельности индивидов, социальных групп, предусматривающих и

допускающих применение нелегитимного насилия во всех его разновидностях по отношению к существующему политическому режиму [5]. Бражников Д. Ю., в своей работе «Обзор научных трактовок политического экстремизма в Российской политической науке и законодательстве РФ», утверждает, что под политическим экстремизмом следует понимать метод политики, который связан с использованием насильственных форм достижения определенных политических целей [6]. Андреева О. А., считает, что политический экстремизм – это метод ведения политической борьбы социальных групп, которые стремятся изменить или сохранить своё положение в обществе, не имея при этом необходимой социальной поддержки со стороны населения [4].

Можно сказать, исходя из всего вышесказанного, что политический экстремизм может быть радикально и идеологически обоснованной политической деятельностью социальных субъектов, которые поставлены в критическую ситуацию и чрезвычайные условия существования и вынуждены использовать нелегитимные и противоправные формы политического насилия для коренного изменения сложившейся ситуации. Подобная трактовка данного феномена переставляет проблему политического экстремизма с ног на голову, доказывая, что причины возникновения данного феномена в дефектах политической системы в целом, а не в девиантном поведении граждан в частности. Если социальная группа вынуждена прибегнуть к таким методам, то это значит, что любые другие инструменты и выходы либо уже использованы и не эффективны, либо недоступны в принципе.

Именно поэтому, вопрос о противодействии экстремизму не находит единогласного решения и рассматривает данный феномен через призму уголовно-правового кодекса. В первую очередь для того, чтобы решить последствия возникновения и свершившегося факта экстремизма. Ибо для решения проблемы в зародыши, политическая система должна серьезно измениться и в короткие сроки. Но будем честны, подобные коренные реформирования невозможны при нынешней инертности государственной машины в любом государстве. Поэтому современному обществу то и остается, что «убирать» уже сделанное.

Хотя работа и над предрасположением на тему экстремизма, политического, религиозного и иного другого, активно ведется. Граждане находятся в информационном поле противодействия насаждению идеологии экстремизма, в которой в первую очередь объясняют, что это «плохо», иногда пропуская вопрос «почему». Это одновременно и защищает граждан, и делает их уязвимыми, так как в данном случае противодействие экстремизму зависит от политической культуры граждан и государства. И если культура не способна объяснить или сгладить углы какой-либо ситуации, то из рамок противодействия она становится границей поощрения девиантного поведения. В таком случае мы увидим воздействие «Окна Овертона» или дискурса, чья суть в постепенном изменении восприятия тех или иных действия по шкале от приемлемого до неприемлемого [13]. И человек, индивид или группа индивидов, постоянно обрабатывается через социальные сети и окружающий их мир в лице работы,

учебы, моментов отдыха и даже хобби. Как только в жизни человека появляется «информационное пятно», под которым подразумевается незнание определённых моментов, индивид покрывает его более доступными знаниями. И уже тут можно увидеть воздействия технологий экстремизма в целом и политического экстремизма в сугубо узкоспециализированной форме, в частности.

Подобный прецедент многогранен, сложен и систематизирован. Подобные технологии активно используют «принцип домино», начиная воздействовать на отдельные группы через призму «информационных вбросов» – отдельно поданных, обработанных кусков информации, которые в лучшем случае содержит в себе минимум истинности. В худшем же случае, они полностью состоят из лжи, но настолько убедительной, что даже предоставление истинного положения вещей не может убрать влияние подобного вброса. Общественность будет часто возвращаться к обсуждению этой темы и вспоминать этот вброс, делая его лишь сильнее и распространяя на других. В итоге такого процесса, вокруг предмета обсуждения вырастет настоящая стена из непроверенной, лживой и истинной информации, в которую сложно поверить. И это будет отличной средой для манипулирования и агитации. После этого, манипуляторам необходимо дождаться определенного события – так или иначе, этот процесс может быть долговременным и конфликт, вызванный противоречивой информацией, может находиться в криогенном состоянии, замороженным на долгое время. К сожалению, его заморозка – не есть решение, а значит, когда возникнет удобный случай, он перейдет в фазу эскалации и начнет набирать обороты, задевая даже тех, кто не имел к нему никаких отношений. И вот уже социальные сети бурлят, призывая к немедленному действию как со стороны общественности, так и со стороны государственного аппарата и политики. В лучшем случае, это приведёт к всестороннему разбирательству, поэтапному «замораживанию» или решению конфликта. В худшем случае, если государство не реагирует должным образом, исходя из сложности конфликта, могут быть предприняты такие меры со стороны общественности как создание петиций в обход государственной иерархии, сразу на стол президенту, бойкот того или иного предприятия, направления или действий со стороны государства и в худшем случае произойдет стихийный митинг. Последний в свою очередь, не согласованный с государством, не является сугубо отрицательным событием. Но и полностью положительным его назвать нельзя. Даже если государство разрешит его проводить в определенных местах, не в ущерб другим незаинтересованным лицам, на подобной мероприятии всегда будет присутствовать девиантный элемент, который в случае несогласованности может представлять даже опасность. Провокаторы, политические и даже религиозные, хулиганы и мародёры, которые под шумок и в большой толпе способны затеряться от рук правосудия и банально сама толпа, которая если произойдет непредвиденное событие может впасть в панику и станет опасной сама для себя. Риски, к сожалению, слишком велики, чтобы разрешать стихийные митинги с точки

зрения государства. Однако граждане, пользуясь правом на собрание и выражение своего политического мнения, могут переступить данные ограничения на свой страх и риск. Поэтому, подобные действия, со стороны того же государства, могут считаться экстремизмом, но в своей политической форме, как вызов нынешнему политическому режиму. И дальнейшие действия органов правопорядка зависят от тяжести внешнеполитической и внутривнутриполитической ситуации в стране. Они могут как арестовать лидеров митинга, ограничившись штрафами и разгонами толпы. Так и могут приступить к более суровым методам, в поисках провокаторов, ареста хулиганов и мародёров в толпе.

И это только один метод ведения современного политического экстремизма в государстве нового типа. А ведь существуют и другие технологии насаждения подобной идеологии, которые могут в долгосрочной перспективе быть опасными для государства в целом и личности в частности. Лишь повышения политической культуры, адекватная и эффективная система цензурирования лживой информации и курирование точек социально-политического конфликта может сохранить и даже постепенно улучшить ситуацию. Противодействие современным технологиям политического экстремизма, как метода решения проблемы в случае невозможности других более эффективных и миролюбивых вариантов, требует научного осмысления, классификации и систематизации первопричин, признаков и способов решения. Только в этом случае, государство перестанет искать иголку в стоге сена, пытаясь полностью сжечь сено, а займется поиском и принуждением к ответу провокаторов и идеологических лидеров экстремистских движений, чья цель в первую очередь добиться результатов радикальными методами, которые направлены на изменение политического образа жизни в государстве и обществе.

### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 № 114-ФЗ (последняя редакция).
2. Авдеев, Ю.И. Политический экстремизм как явление политической борьбы: сущность, содержание и формы. – М., 1996.
3. Авцинова, Г.И. Политический радикализм в России: концептуальные подходы к понятию и пути нейтрализации. – М., 1995.
4. Андреева, О.А. Нормативно-правовая база местного самоуправления как фактор противодействия экстремизму // Государственная власть и местное самоуправление. – 2009. – № 3. – С. 29–34.
5. Арчаков, М.К. Политический экстремизм: сущность, проявления, меры противодействия: монография / М.К. Арчаков; под научной редакцией Ю.А. Ермакова. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 295 с. – (Актуальные монографии). – ISBN 978-5-534-06754-5. – Текст: электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/494084> (дата обращения: 01.10.2023).

6. Бражников, Д.Ю. Обзор научных трактовок политического экстремизма в Российской политической науке и законодательстве РФ / E-Scio, политологические науки. – 2020. – С. 8.

7. Бурковская, В.А., Тамаев, Р.С. Россия и Европа: анализ законодательства, направленного на предупреждение экстремизма и терроризма. – М., 2008. – С. 7–8.

8. Мазуев, А.А., Фарниев, С.А. Политический экстремизм: основные подходы к теоретическому осмыслению // АНИ: экономика и управление. – 2020. – № 1 (30). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-ekstremizm-osnovnyye-podhody-k-teoreticheskomu-osmysleniyu> (дата обращения: 12.10.2023).

9. Сайфулин, И.С. Идеологизация экстремизма и аксиологическая рефлексия антиэкстремистской деятельности в современной России. – Саратов., 2015.

10. Сундиев, И.Ю. Экстремизм в условиях развертывания глобального кризиса: экспозиция явления // Научный портал МВД России. – 2009. – № 2. – С. 65.

11. Сундиев, И.Ю. Террористическое вторжение: криминологические и социально-политические аспекты проблемы. – М., 2008. – С. 16.

12. Супряга, И.А. Политические механизмы обеспечения и регулирования общественной безопасности РФ: опыт и особенности. – М. 2015.

13. Янгиров, И.И., Бенина, Л.И. Неблагоприятная социально-культурная среда как один из источников аполитичности гражданина // Философия инноваций и социология будущего в пространстве культуры: научный диалог: сб. статей Всероссийской науч.-практ. конф. с межд. участием. – Уфа, 2020. – С. 396–402.

© Янгиров И.И., 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Секция 7.1. Современные проблемы теории и практики налогообложения**

<i>Абакачева А. И.</i> Налоговые отношения как составляющие налоговой системы.....	3
<i>Васильева К. И.</i> Сравнительная характеристика налогов и сборов Японии.....	10
<i>Васин Е. Д.</i> Налоговая система Израиля.....	14
<i>Гатауллина Э. Р.</i> Особенности обложения подакцизных товаров, перемещаемых через границу РФ.....	18
<i>Кайгулова З. Р.</i> Ключевая ставка Банка России.....	22
<i>Киришина Е. Ю.</i> Регулирование продажи валютной выручки.....	28
<i>Мурзагулова А. В.</i> Перспективы и проблемы развития пенсионного обеспечения.....	34
<i>Пухова О. С.</i> Влияние налогообложения на финансовую устойчивость организаций.....	38
<i>Сулейманова Э. Э.</i> Перспективы применения налогового планирования и прогнозирования в Российской Федерации.....	45
<i>Фомина В. А.</i> Перспективы развития объединения Пенсионного фонда РФ и Фонда социального страхования РФ.....	48
<i>Шаехова Ю. Р.</i> Туристический сбор в Республике Башкортостан. Перспективы развития.....	51

### **Секция 7.2. Процессы и инструменты управления инновационными системами**

<i>Абдисова А. В.</i> Анализ технологического процесса производства детали «Фланец» с точки зрения различных аспектов.....	55
<i>Баймурзина З. Р.</i> Оптимизация производства с использованием программы для имитационного моделирования AnyLogic.....	60
<i>Валиев Э. Р.</i> Нейросетевое распознавание текста.....	64
<i>Гайфуллина Д. Р.</i> Проектирование информационных моделей процесса изготовления детали «Кольцо».....	67
<i>Доценко В. Р., Кузнецова А. А.</i> Применение метода центра тяжести грузопотоков для нахождения распределительного склада ОА «УМКК»	71
<i>Камалиева К. А.</i> Сокращение цикла производства детали «Рессора» на ПАО «ОДК-УМПО».....	77
<i>Куклина Е. М.</i> Внедрение программного продукта в работу логистического предприятия ООО НПФ «ГКС».....	83
<i>Маркелова Е. Ю.</i> Понятие о нейросети, ее применение в нашей жизни.....	90
<i>Минибаева К. Ф.</i> Анализ финансовых показателей машиностроительных предприятий.....	93
<i>Насретдинова А. А.</i> Внедрение технологий Интернет-маркетинга для предприятия.....	98

<i>Рахматова М. Р.</i> Моделирование процесса изготовления детали «Фланец передний».....	102
<i>Розимов К. З.</i> Возможности использования машинного обучения.....	105
<i>Фаррахова А. И.</i> Сравнительный анализ российских маркетплейсов и оценка их конкурентоспособности.....	108
<i>Хаванский А. П.</i> Интеграционное API для взаимодействия различных систем электронного документооборота.....	113
<i>Эрматов А. И.</i> Создание изображения с помощью искусственного интеллекта.....	117

### **Секция 7.3. Социально-экономические проблемы развития территориальных систем**

<i>Адиева А. И.</i> Стимулирование и мотивация сотрудников АО «Почта России».....	121
<i>Ахметьянов Т. Р.</i> Нематериальная мотивация: актуальность, необходимость и этапы внедрения.....	125
<i>Большакова М. А., Большакова С. А.</i> Реабилитация и интеграция в общество ветеранов специальной военной операции на территории Украины из Республики Башкортостан, получивших увечья во время военных действий.....	130
<i>Гилязов Э. Р.</i> Дефицит кадров в сфере общественного транспорта.....	137
<i>Ивушкин К. Г.</i> Моногорода как территории опережающего развития.....	140
<i>Корниенко П. О.</i> Методы HR-аналитики для оптимизации управления человеческими ресурсами.....	146
<i>Миннуллина М. Э.</i> Региональные особенности состояния рынка труда в Республике Башкортостан.....	151
<i>Мулюкова А. И.</i> Бережливое производство как основной фактор повышения производительности труда.....	155
<i>Назаров А. Г.</i> Роль производственной практики в формировании специалиста.....	160
<i>Нестерова М. И.</i> Совершенствование системы управления инженерными кадрами в высших образовательных учреждениях.....	163
<i>Постнов Д. О.</i> Анализ коррупционной составляющей в органах государственной власти на примере Республики Башкортостан.....	167
<i>Ракитина Д. Д.</i> Современная финансовая политика РФ.....	170
<i>Самарханова Д. А.</i> Важность туризма для мегаполисов и проблемы его развития.....	173

### **Секция 7.4. Современные проблемы управления финансами**

<i>Абрамов Д. О.</i> Системный анализ деятельности образовательной компании в условиях экономической нестабильности.....	177
<i>Абрамов Д. О.</i> Особенности управления финансами в современных российских организациях.....	183



<i>Гадельшина Д. Л., Мамедова Н. М., Асаев М. А.</i> Инвестиции как фактор экономического развития.....	187
<i>Кустарникова В. О.</i> Влияние цифровых валют на стабильность финансовых систем в российских организациях.....	192
<i>Лукманов В. Р.</i> Анализ и прогнозирование доходов местных бюджетов на примере городского округа г. Уфа.....	195
<i>Мардеева Л. Р.</i> Отличительные аспекты инструментария автоматизированной банковской аналитики коммерческого банка.....	200
<i>Миннихметов Р. А.</i> Среднесрочное планирование и его роль в бюджетном процессе.....	204
<i>Омельченко А. В.</i> Управление финансами при автоматизации бизнес-процессов в сбыте.....	207
<i>Тимерьянов Т. С.</i> Налоговая политика в РФ: современное состояние и основные тенденции развития.....	212
<i>Финочко С. В.</i> Отбор факторов в модель прогноза динамики денежных агрегатов.....	216
<i>Харрасов Р. И.</i> Модели розничных структурных инвестиционных продуктов.....	221
<i>Шайхутдинова З. Ф.</i> Методы оценки и управления рисками при реализации проектов.....	225
<b>Секция 7.5. Информационные системы в решении социальных и экономических задач</b>	
<i>Баталова Л. Ш.</i> Система для эмбриологов и репродуктологов с элементами искусственного интеллекта и технологией RFID.....	229
<i>Божок К. И.</i> Актуальные возможности расследования цифровых преступлений.....	234
<i>Галиуллина А. И.</i> Перспективы взаимодействия человека и машины.....	238
<i>Гатауллин У. А.</i> Использование Telegram-ботов для создания простого Интернет-магазина.....	245
<i>Гатауллин У. А.</i> Разработка архитектуры предприятия банка.....	250
<i>Изгина В. А.</i> Внедрение микросервисной архитектуры в процесс работы ООО «Петроинжиниринг».....	255
<i>Исаева И. А.</i> Разработка архитектуры предприятия ООО «Башкирские распределительные тепловые сети».....	260
<i>Мавлиханов Ш. М.</i> Разработка архитектуры предприятия строительной компании.....	266
<i>Мельникова Е. А.</i> Внедрение CRM-систем на предприятиях для сокращения времени на обработку поступающих заявок и повышения показателей эффективности сотрудников.....	270
<i>Мохирева А. А.</i> Автоматизация процесса формирования заявки на новое оборудование для ООО «БашРТС».....	274
<i>Смагин Н. С., Крючко И. А., Жуков И. Д.</i> Реализация имитационного моделирования для оптимизации транспортно-логистических объектов с использованием генетических алгоритмов.....	278

<i>Собровина М. Ю.</i> Автоматизация бизнес-процесса взаимодействия предприятия с клиентами.....	281
<i>Шаталина В. М.</i> К вопросу разработки веб-приложения подбора курсов повышения квалификации для сотрудников предприятия.....	286
<b>Секция 7.6. Экономика предприятий и организаций</b>	
<i>Габидуллин А. Г.</i> Рынок инноваций как конкурентная среда инновационного предприятия.....	290
<i>Каримова А. А.</i> Исследование тенденций развития промышленного производства в современных условиях.....	293
<i>Киселева Д. Н.</i> Вклад Илона Маска в современную экономику: провалы и достижения.....	297
<i>Мусина Е. О.</i> Бизнес-модель на основе использования мобильных приложений.....	300
<i>Петрова Т. С.</i> Проблемы и перспективы развития рынка бионического протезирования.....	304
<i>Рустемова А. Ш.</i> Роль международной торговли в экономике предприятия: выгоды и риски.....	308
<i>Степанова Е. А.</i> Анализ конкурентоспособности на энергетическом предприятии.....	312
<i>Фролова А. Н.</i> Экономико-стратегический анализ деятельности автономной некоммерческой организации на рынке туристических услуг.....	315
<i>Хабибуллина Г. И.</i> Особенности экономической деятельности в энергетической сфере.....	320
<i>Чугайнова А. А.</i> Импакт-инвестирование: как оно изменяет экономику и улучшает организацию производства.....	324
<i>Шаринова Л. Р.</i> Цифровая экономика России и Китая: сравнительная характеристика и перспективы развития.....	328
<i>Шнайдер М. Ф.</i> Инновационная активность предприятий: состояние и перспективы.....	334
<i>Шыхалиева Э. Л.</i> Экономическая эффективность альтернативных источников энергии.....	339
<i>Яруллина Э. Г.</i> Особенности оказания платных медицинских услуг в государственных учреждениях здравоохранения.....	342
<b>Секция 7.7. Актуальные вопросы экономической теории и практики</b>	
<i>Амиров Э. Р., Головина Д. И.</i> Проблемы малого и среднего бизнеса в России в условиях санкций и возможные пути их решения.....	347
<i>Бакулина Е. А.</i> Российская экономика в условиях санкций: проблемы, риски и новые возможности.....	351
<i>Башикиров И. А.</i> Вывод IT-сектора в офшорные юрисдикции как вызов экономической безопасности РФ.....	355

<i>Белясова Д. С., Малумян Л. А. Роль инноваций в экономическом развитии общества.....</i>	360
<i>Бикиева Г. И. Основные тенденции развития цифровой экономики и их влияние на бизнес-среду.....</i>	366
<i>Гайсин Т. С., Илалов М. Э. Параллельный импорт: актуальные вопросы и проблемы на примере автомобильного рынка.....</i>	371
<i>Гайсина В. А. Последствия введения цифрового рубля для экономики России.....</i>	375
<i>Гарифова А. О., Фаткуллина Г. И. Причины эмиграции IT-специалистов РФ и борьба с ее последствиями.....</i>	381
<i>Гатиятуллина А. Н. Влияние цифровой экономики на новую экономическую реальность.....</i>	386
<i>Давыдов А. В. Виртуализация экономической деятельности и виртуальные компании.....</i>	390
<i>Егоян А. А., Чалик Р. Ю. Особенности внутреннего финансового аудита в бюджетной сфере.....</i>	396
<i>Елизарова В. В., Барин В. Р. Социально-экономическое управление обществом и экономическая социология.....</i>	402
<i>Зеленева А. О. Применение цифровых технологий и анализ перспектив развития цифровой экономики в России.....</i>	406
<i>Иванов Р. А. Японские свечи для трейдинга.....</i>	410
<i>Кадинский А. Н. Современные теории предпринимательства как взгляд на роль предприятий в экономике.....</i>	416
<i>Малых Ю. А. Инструменты искусственного интеллекта в управлении проектами.....</i>	420
<i>Махмутова Э. Р. Влияние процессов глобализации на мировую экономику.....</i>	425
<i>Нувахова Т. Э., Азимова А. Э. Актуальные проблемы социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа.....</i>	429
<i>Платонова Ю. О. Бренды и их новая роль в экономике.....</i>	434
<i>Самигуллина А. Ф., Лапина Д. А. Актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан.....</i>	439
<i>Саргсян К. Г. Мошенничество в сфере автострахования.....</i>	445
<i>Туктамышев Т. З., Кутлов С. В. Нейросети как альтернатива человеческого ресурса.....</i>	449
<i>Турилова О. С. Преимущества внедрения единого налогового счета.....</i>	453
<i>Фаткуллина Г. И. Города как центры циклической экономики РФ.....</i>	456
<i>Фионина А. А. Влияние санкций на экономику России.....</i>	460
<i>Хайрутдинов И. А. Теория политического делового цикла Нордхауса. Краткий обзор предпосылок, критики и ограничений.....</i>	462
<i>Шпиленко М. Д. Влияние бюджетной и налоговой политики на рынок жилой недвижимости России.....</i>	467

<i>Элоян Н. В., Какосьян Р. М.</i> Использование искусственного интеллекта в налоговом мониторинге объектов обложения налогом на имущество.....	473
<i>Юлдашев О. О.</i> Рынок компьютерных игр.....	479
<i>Яскин Д. И.</i> Эффекты изменения климата на мировую экономику.....	483

### **Секция 7.8. Менеджмент и маркетинг**

<i>Антонова В. А.</i> Agile: от разработки программного обеспечения до управления командами.....	487
<i>Банников А. А.</i> Роль аналитики и Big Data в цифровом маркетинге.....	494
<i>Белобровина А. А., Икромова И. Ф.</i> Проблема выбора маркетинговой стратегии предприятия машиностроительной отрасли (на примере ООО «АМКОДОР-АГИДЕЛЬ»).....	498
<i>Валиахметова Л. И., Лантух Д. В.</i> Разработка стратегии развития предприятия общественного питания в условиях нестабильной экономики.....	504
<i>Гаитбаева А. А.</i> Применение 3D-технологий в маркетинговом продвижении продуктов.....	510
<i>Десяткина К. В.</i> PR-сопровождение студенческих научно-конструкторских проектов на примере деятельности СКБ «Формула Студент».....	513
<i>Дунаева А. С., Камалетдинова А. Ф.</i> Маркетинговая деятельность на предприятиях малого и среднего бизнеса в Республике Башкортостан.....	517
<i>Еременко В. В.</i> Разработка товарных стратегий компании.....	522
<i>Казыева Я. Р.</i> Лидерство и мотивация: как создать вдохновляющую рабочую среду.....	526
<i>Кузнецов Е. В.</i> Управление стрессом сотрудников нефтегазовой компании.....	529
<i>Кузнецов Я. В.</i> Классификационные типы корпоративной культуры ресторана.....	533
<i>Лапина Д. А.</i> Пути повышения эффективности в проектном менеджменте.....	539
<i>Манкеева Ю. Р.</i> Инновационные решения в упаковке.....	542
<i>Михайлова К. С., Лукашов Р. Б.</i> Эффективность мобильного маркетинга в современном бизнесе.....	546
<i>Насырова Е. А.</i> Истории брендов и маркетинговые стратегии компаний.....	551
<i>Нафикова А. А.</i> Перспективы использования искусственного интеллекта в маркетинге.....	557
<i>Носкова Е. Д., Павлова Д. А.</i> Анализ бренд-менеджмента телекоммуникационной компании на примере ПАО «Мобильные телесистемы».....	561
<i>Рахматуллин Г. А.</i> Автоматизация задач продвижения с помощью нейронных сетей.....	566
<i>Серебрянникова А. А., Филиппова К. Е.</i> Влияние цифровой трансформации экономики на стратегический менеджмент.....	570

<i>Степанова М. В.</i> Анализ и совершенствование маркетинговых коммуникаций компании «МТС».....	576
<i>Степанова М. В., Еременко В. В.</i> Анализ и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций компании «MegaFlex».....	581
<i>Тугарева П. К.</i> Применение инфлюенс-маркетинга для укрепления позиций «М.Видео» на российском рынке.....	585
<i>Урманцева Б. А.</i> Анализ возможностей применения технологии виртуальной реальности в маркетинговом управлении бизнес-проектами.....	589
<i>Усманова А. Д.</i> Направление и средства продвижения консалтинговых услуг на примере компании «МД Консалтинг».....	593
<i>Устинова А. С., Аюпова К. Р.</i> Формирование стратегии маркетингового продвижения бренда компании посредством интернета.....	597
<i>Филиппова Е. С.</i> Человеческий капитал и базовые показатели его расчета.....	603
<i>Ханов Р. В.</i> Современные информационно-коммуникационные технологии продвижения в маркетинге.....	607
<i>Шаяхметова А. Р.</i> Особенности расширения рынка сбыта молочной продукции с помощью маркетплейсов.....	610
<i>Шумихина Е. А.</i> Развитие маркетинга в кофейной индустрии.....	614
<i>Яппаров Э. А.</i> Разработка проекта предприятия общественного питания (на примере создания коворкинг-кафе).....	617
<b>Секция 7.9. Управление рисками и страхование в системе экономической безопасности</b>	
<i>Атнагулова Р. А.</i> Управление рисками лизинговых компаний.....	620
<i>Ахмадова Я. А.</i> Внедрение цифровизации в процесс ОСАГО как средство развития.....	624
<i>Газизова Г. А.</i> Страхование жизни в России: исследование рынка и прогнозы.....	629
<i>Галимова Д. А.</i> Анализ рисков российских предприятий розничной торговли.....	633
<i>Гильмиярова А. А., Идиатулина Л. Ф.</i> Международные перевозки и страхование грузов: актуальные вызовы.....	637
<i>Иванова Д. А.</i> Современные аспекты обязательного страхования гражданской ответственности владельцев опасных объектов.....	642
<i>Казарян А. Э.</i> Риски и угрозы, связанные с внедрением искусственного интеллекта на предприятии.....	647
<i>Латышова С. Ю., Мачиева И. В.</i> Перестраховочные компании как метод управления рисками.....	652
<i>Лежнева Е. А.</i> Исследование динамики развития кредитного страхования жизни в России.....	657

<i>Маннанов И. И., Козлов Е. В.</i> Анализ методов обеспечения финансовой устойчивости страховой организации (на примере ПАО СК «Росгосстрах»).....	661
<i>Матвеева П. К.</i> Проблемы санкционного давления на рынок страхования России в 2022–2023 гг.....	665
<i>Миниярова Э. Л.</i> Влияние цифровых инноваций на развитие страховой деятельности.....	670
<i>Митакович И. А., Павловский Н. А.</i> Особенности ОСАГО в России и в Европе.....	676
<i>Морзалева Д. В.</i> Анализ особенностей страхования в сфере туризма.....	680
<i>Мурзафазылова Д. Р.</i> Причины инертного развития добровольного пенсионного страхования в России.....	684
<i>Нафикова А. А.</i> Современные тенденции в страховании имущества предприятий: новые возможности и вызовы.....	688
<i>Некрасова А. Д.</i> Экономическая безопасность и обязательное автострахование: актуальные проблемы и пути их решения.....	693
<i>Петров М. В., Глушков А. П.</i> Анализ изменения использования страховых услуг за 2023 год.....	698
<i>Полишова А. И.</i> Актуальные проблемы добровольного медицинского страхования в России.....	701
<i>Салиева К. В.</i> Валютные риски в деятельности предприятий.....	705
<i>Семенова Е. А.</i> Методы борьбы со страховым мошенничеством в России.....	710
<i>Хасанова А. М.</i> Рынок страхования недвижимого имущества в России: тенденции и прогнозы.....	715
<i>Шайнурова Э. Ф.</i> Страхование информационных рисков. Особенности киберстрахования в России.....	721
<b>Секция 7.10. Экономическая безопасность</b>	
<i>Аванесова М. Б.</i> Оценка потребностей в развитии персонала в современных условиях.....	724
<i>Акафьев А. О., Хаматова Э. И.</i> Налоговый мониторинг в системе экономической безопасности страны.....	730
<i>Амирханова Л. Р., Ахмадышина Э. Д.</i> Кибератаки как угроза экономической безопасности.....	735
<i>Амирханова Л. Р., Ахмадышина Э. Д.</i> Реализация кадровой политики в контексте обеспечения экономической безопасности.....	743
<i>Гильмиярова А. А., Идиатулина Л. Ф.</i> Коррупция и ее воздействие на экономическую безопасность предприятия: причины и меры противодействия.....	749
<i>Ильина А. А.</i> Обзор решения Центрального банка Российской Федерации о поднятии ключевой ставки на уровень 15%.....	754
<i>Латышова С. Ю.</i> Инвестиционная привлекательность региона как фактор повышения экономической безопасности.....	759

<i>Мухаммадеева Я. В.</i> Оффшорный бизнес и его влияние на экономическую безопасность.....	763
<i>Некрасова А. Д.</i> Воздействие организованной преступности на экономическую безопасность предприятия.....	767
<i>Петров М. В.</i> Финансовый суверенитет Российской Федерации: проблемы, способы обеспечения.....	771
<i>Петрова А. П.</i> Конфликт интересов как угроза безопасности финансовой системы.....	777
<i>Рахний Ю. И.</i> Социально-психологические методы управления персоналом в системе обеспечения кадровой безопасности.....	781
<i>Трифонова А. В., Уразметова Д. Р.</i> Причины экономической преступности ее анализ и пути предупреждения в сфере экономической безопасности.....	786
<i>Фаткуллина Г. И.</i> Способы минимизации мошенничеств с использованием пластиковых карт.....	792
<i>Фатхиева Е. В.</i> Мотивация сотрудников и ее влияние на экономическую безопасность предприятия.....	796
<i>Хаметова А. И.</i> Финансовая стабильность России в условиях санкций.....	801
<i>Шайнурова Э. Ф.</i> Финансовые пирамиды как риск экономической безопасности современной молодежи.....	807
<b>Секция 7.11. Языковая коммуникация в технологическом образовательном пространстве</b>	
<i>Аюпов Б. А.</i> Поиск и анализ когнитивных искажений в отечественных учебниках.....	810
<i>Абдрахманова Э. Д.</i> Особенности перевода научных статей с русского на английский язык.....	814
<i>Асмолова С. Д.</i> Textoобразующие черты немецкого делового экономического текста.....	818
<i>Гайнуллин В. В.</i> Особенности дублированного перевода при локализации фильмов и видеоигр.....	825
<i>Гришин А. А.</i> Лексические изменения в современном английском языке: влияние социальных и культурных факторов.....	830
<i>Ефименко В. В., Перунков Я. Ю.</i> Мультимедийный алгоритм взаимодействия: перевод и локализация компьютерных игр.....	834
<i>Ефимов А. А.</i> История развития пунктуации в русском языке.....	840
<i>Ефимов И. И.</i> Языковая коммуникация голосовых помощников.....	844
<i>Зиннатуллин Д. А.</i> Влияние французского языка на развитие русской поэзии XVIII века.....	847
<i>Игнатъев Е. Е.</i> История формирования греческого языка.....	851
<i>Калимуллина И. И.</i> Погружение в иностранный язык с топонимами.....	855
<i>Кожевников Р. С.</i> Нужно ли знать программисту английский язык?.....	859
<i>Лутфуллин И. М.</i> Анализ эволюции арабского языка: от древности к современности.....	862
<i>Овчинникова Е. А.</i> Что такое сленг?.....	868

<i>Ожигин Н. В.</i> Влияние информационных технологий на лексический состав русского языка.....	872
<i>Погудина Е. И.</i> Технологии изучения иностранных языков в современном мире.....	877
<i>Романова Д. И.</i> Корейский язык и его особенности.....	881
<i>Сафонова А. А.</i> Итальянский язык.....	885
<i>Семенов А. Ю.</i> Судьба филологических наук за рубежом.....	890
<i>Уельданов А. У.</i> Влияние глобализации и технологий на язык и общение..	895
<i>Шаяхметова С. Д.</i> Португальский язык.....	899

### **Секция 7.12. Социально-гуманитарные знания в высшей школе**

<i>Безруков Е. А.</i> История Уфимского района Республики Башкортостан.....	906
<i>Вагапов А. А.</i> Поиск смысла жизни (по книге Виктора Франкла сказать жизни да!).....	909
<i>Давлетбаев А. Р.</i> Родина Б. И. Николаевского или Белебей век назад.....	913
<i>Зива К. С.</i> Влияние социальных медиа на информационные риски и меры по их предотвращению.....	916
<i>Кокорышкин Ф. Р.</i> Как «Мышиный рай» стал человеческим «адам».....	922
<i>Нечаев Б. П.</i> История МАОУ «Лицей № 46 имени полного кавалера ордена Славы Зотова Виктора Никифоровича» г. Уфа.....	926
<i>Ротовская Д. Д.</i> Основные философско-эстетические категории в японской литературе.....	929
<i>Таитимиров Б. Р.</i> Возможна ли душа у машины, или как скоро искусственный интеллект будет способен заменить нас?.....	934
<i>Хайруллина А. Э.</i> Эвтаназия: за и против.....	939
<i>Халитова А. А.</i> История гимназии № 39 имени Файзуллина А. Ш.....	944
<i>Шангареев Б. Р.</i> Современное обучение нового поколения студентов.....	947

### **Секция 7.13. Развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики**

<i>Галлямова А. А., Поворова А. В., Акулинин Е. А.</i> Онлайн-бизнес и кастомизация одежды.....	951
<i>Гилязетдинова Р. З.</i> Цифровая культура как необходимое условие цифровой трансформации организации.....	955
<i>Латина А. Г.</i> Регулирование социально-трудовых отношений в предпринимательстве.....	958
<i>Марушко К. С.</i> Мероприятия по повышению конкурентоспособности бюджетной организации в области здравоохранения в условиях цифровой экономики.....	962
<i>Пардаев А. Н. угли</i> Влияние внешней среды на процесс планирования деятельности нефтегазового предприятия.....	968
<i>Рахматуллина А. М.</i> Влияние цифровизации на текучесть персонала.....	972
<i>Хужиахметова Э. Р.</i> Оценка эффективности создания экосистем и ее конкурентоспособности на рынке финансовых услуг с помощью SWOT-анализа.....	976



<i>Ямилова А. Ф.</i> Развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики в России.....	980
<b>Секция 7.14. Новая экономическая реальность</b>	
<i>Абдулхаева А. Ф.</i> Особенности ведения бизнеса с помощью нейросетей и искусственного интеллекта.....	984
<i>Акчурина Н. Р.</i> Зеленая экономика: ключевые принципы и перспективы...	990
<i>Батаулина Я. И.</i> Цифровая трансформация государственного управления Республики Башкортостан.....	994
<i>Бикмухаметова А. Р.</i> Вопросы доступности финансовых ресурсов для бизнеса.....	1000
<i>Бузанова А. А.</i> Изменение цен на рынке недвижимости в Уфе: тенденции и перспективы.....	1004
<i>Игнатьева А. А.</i> Актуальные проблемы малого и среднего бизнеса в России.....	1008
<i>Ковлясова К. М.</i> Цифровизация налоговой системы в условиях новой экономической реальности.....	1011
<i>Маркина С. В.</i> Состояние и перспективы инновационного развития Челябинской области.....	1016
<i>Мартынова Г. Ф.</i> Управление рисками как фактор успешной деятельности коммерческих банков.....	1022
<i>Мунирова Л. Ф.</i> Анализ влияния инфляции на финансовые результаты.....	1026
<i>Мурзагулова А. Р.</i> Влияние пандемии COVID-19 на мировую экономику...	1029
<i>Саяхова А. Р.</i> Инструменты развития инновационного предпринимательства.....	1033
<i>Уразбаева Э. М.</i> Российская экономика в 2024 году.....	1036
<b>Секция 7.15. Актуальные вопросы социально-гуманитарных наук</b>	
<i>Азнабаева А. Г.</i> Эксплицитные и имплицитные приёмы выражения лени в сказках братьев Гримм.....	1040
<i>Арчибасов М. Е.</i> Социальная имитация как инструмент управления имиджем бренда.....	1044
<i>Валиева Д. Р.</i> Антитеза как инструмент манипулирования в дискурсе СМИ (на основе материалов о Covid-19 в газете The Guardian).....	1051
<i>Габбасова З. В.</i> Гипербола в рекламных текстах (на материале английского языка).....	1054
<i>Дусеева Э. И.</i> Окказиональное словообразование в виртуальной коммуникации (на примере вербального компонента стикеров социальной сети «ВКонтакте»).....	1059
<i>Исхакова Г. С.</i> Эзотерические значения однозначных чисел в английском и башкирском языках (на материале народных сказок).....	1063
<i>Миниярова Д. Р.</i> Памятники и мемориалы как часть культурно-языкового ландшафта Лондона и Канберры.....	1069
<i>Султангареева А. Р.</i> Лингвистический анализ рекламного текста на молодёжной одежде.....	1073

<i>Хакимова З. С.</i> Социальные отношения России Востока и Запада.....	1077
<i>Чанышева А. Р.</i> Электронный документооборот: основные проблемы.....	1082
<i>Шабрина А. Р.</i> Повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг, предоставляемых в многофункциональных центрах.....	1085
<i>Янгиров И. И.</i> Инструментарий современного политического экстремизма причины, цели, последствия.....	1089
<b>Содержание</b> .....	<b>1094</b>

При подготовке электронного издания использовались следующие программные средства:

- Adobe Acrobat – текстовый редактор;
- Microsoft Word – текстовый редактор.

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

*Научное издание*

## **МАВЛЮТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ**

**Том 7**

*Материалы*

***XVII Всероссийской молодёжной научной конференции***

***(г. Уфа, 21 – 23 ноября 2023 г.)***

*Электронное издание сетевого доступа*

*За достоверность информации, изложенной в статьях,  
ответственность несут авторы.*

*Статьи публикуются в авторской редакции*

Подписано к использованию 25.12.2024 г.

Гарнитура «Times New Roman». Объем 16,22 Мб.

Заказ 228.

*ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»  
450008, Башкортостан, г. Уфа, ул. Карла Маркса, 12.*

Тел.: +7-908-35-05-007

e-mail: ric-bdu@yandex.ru