

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство промышленности и науки Свердловской области
Свердловская региональная общественная организация
Вольного экономического общества России
Ассоциация иностранных студентов России
Уральский государственный экономический университет



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

М а т е р и а л ы
XXVI Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 26–29 апреля 2023 г.)

Часть 1



ОБРАЗОВАНИЕ.
БИЗНЕС.
ВЛАСТЬ.
НАУКА.
ИНСТИТУТЫ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Екатеринбург
2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Министерство промышленности и науки Свердловской области
Свердловская региональная общественная организация
Вольного экономического общества России
Ассоциация иностранных студентов России
Уральский государственный экономический университет



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

М а т е р и а л ы

XXVI Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 26–29 апреля 2023 г.)

Часть 1

*Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность
предприятий и территорий;*

*2. Экономико-правовые основы развития конкуренции
и повышения конкурентоспособности организаций;*

3. Экономическая безопасность;

4. Социальное измерение конкурентоспособности;

5. Актуальные проблемы экономической теории;

6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий;

7. Корпоративная экономика и управление бизнесом;

8. Рынки, фирмы, бизнес-модели:

факторы устойчивого развития в условиях новой нормальности;

9. Разработка и эксплуатация информационных систем в экономике

Екатеринбург
2023

УДК 332.1
ББК 65.04
К64

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, профессор,
ректор Уральского государственного экономического университета
Я.П. Силин

доктор экономических наук, доцент, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета
В.Е. Ковалев

К64 Конкурентоспособность территорий : материалы XXVI Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 26–29 апреля 2023 г.) : в 3 частях / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации и др. ; ответственные за выпуск : Я. П. Силин, В. Е. Ковалев. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. — Ч. 1 : 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Экономико-правовые основы развития конкуренции и повышения конкурентоспособности организаций; 3. Экономическая безопасность; 4. Социальное измерение конкурентоспособности; 5. Актуальные проблемы экономической теории; 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий; 7. Корпоративная экономика и управление бизнесом; 8. Рынки, фирмы, бизнес-модели: факторы устойчивого развития в условиях новой нормальности; 9. Разработка и эксплуатация информационных систем в экономике. — 296 с.

Рассматриваются актуальные проблемы, тенденции и перспективы развития российских территорий в современных условиях. Особое внимание уделено перспективам повышения конкурентоспособности предприятий и территорий в условиях новых вызовов.

Для студентов, участвующих в научно-исследовательской работе, магистрантов и аспирантов.

УДК 332.1
ББК 65.04

© Авторы, указанные в содержании, 2023
© Уральский государственный
экономический университет, 2023

Направление 1.

Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий

Е.А. Азанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Система менеджмента качества как инструмент повышения конкурентоспособности университета

Аннотация. Повышение качества образования и как следствие конкурентоспособности является приоритетным направлением развития отечественных образовательных учреждений. Важную роль при этом играет система менеджмента качества, которая позволяет обеспечить выход образовательного учреждения на международный уровень, ориентировать деятельность на потребности заинтересованных сторон и создать надежный механизм устойчивого развития университета.

Ключевые слова: система менеджмента качества; конкурентоспособность; образовательное учреждение.

В современном мире образование является важнейшим аспектом, позволяющим человеку реализовать себя в профессии, построить карьеру и достичь того уровня жизни, который ему необходим. В настоящее время к образованию в целом и к организациям, осуществляющим образовательную деятельность, предъявляется все больше требований. Во-первых, работодатели заинтересованы в квалифицированных сотрудниках, качественно выполняющих свою работу. Во-вторых, общество для дальнейшего развития нуждается в эрудированных, разносторонне развитых представителях, а рыночная среда требует постоянного повышения уровня образования всех его участников для создания конкурентных преимуществ. В-третьих, потребители продукции и услуг заинтересованы в квалификации производителя, так как именно ее уровень позволяет производить наиболее качественный продукт, соответствующий их требованиям.

В условиях конкуренции учебные заведения, стремящиеся к устойчивому развитию, вынуждены постоянно повышать качество предоставляемых услуг, при этом учитывая ожидания потребителей. Для достижения этой цели необходима разработка и внедрение такой системы,

которая позволила бы не допускать ошибок, влияющих на качество предоставляемых услуг. В связи с этим образовательным организациям необходимо рассмотреть возможность внедрения системы менеджмента качества, построенной в соответствии с международными стандартами ИСО 9000.

Система менеджмента качества основывается на принципах всеобщего управления качеством и включает в себя совокупность процедур, обеспечивающих такой уровень качества продукции и услуг, который максимально отражает ожидания потребителей [1]. Наличие системы менеджмента качества позволяет организации выпускать продукцию или оказывать услуги требуемого качества [2].

Внедрение системы менеджмента качества представляет собой комплексную работу, затрагивающую все аспекты деятельности: руководство, управление персоналом, внутренние коммуникации, документооборот, планирование, постоянный мониторинг и контроль деятельности. В связи с этим, создание данной системы является задачей непростой, рассчитанной на длительный период времени и достаточно трудоемкой. Но ее внедрение позволит образовательному процессу достичь более высокого уровня. Учебное заведение сможет оперативно реагировать на изменения потребностей лиц, заинтересованных в получении образовательных услуг, а также обеспечить выход на международный уровень, развивая обмен студентами с другими государствами.

В соответствии со стандартами ИСО серии 9000, выделяют семь принципов, являющихся обязательными при разработке успешно функционирующей системы менеджмента качества:

- ориентация на потребителя;
- лидерство;
- взаимодействие работников;
- процессный подход;
- улучшение;
- принятие решений, основанное на свидетельствах;
- менеджмент отношений.

Их использование позволит образовательному учреждению выстроить свою деятельность таким образом, чтобы под контролем руководства оказались все ее процессы, создающие ценность для получателя образовательных услуг. В этом случае управление организацией приобретает системный характер, все его аспекты координируются и согласуются с политикой в области качества, что делает процессы более управляемыми. Управление организацией в соответствии с данными принципами предполагает непрерывное совершенствование деятельно-

сти, внедрение инновационных технологий, что обеспечивает повышение конкурентоспособности образовательной организации в условиях возрастающих требований к качеству подготовки специалистов.

Научный руководитель: *Т.С. Худякова*

Библиографический список

1. *Чащина В.В., Худякова Т.С.* Особенности внедрения принципов TQM в деятельность российских организаций // Ресурсосберегающие технологии в контроле, управлении качеством и безопасности: сб. науч. тр. X Междунар. конф. школьников, студентов, аспирантов, молодых ученых (9–11 ноября 2021 г.). Томск: ТПУ, 2022. С. 237–241.

2. *Шарафутдинова Е.Н., Плискин О.В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

И.М. Берсенёва

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование деятельности образовательной организации на основе менеджмента

Аннотация. Представлены результаты аналитического обзора литературных данных и нормативных документов, позволившие автору обосновать использование основных положений менеджмента в образовательной среде, на примере школьных организаций и разработать алгоритм их внедрения.

Ключевые слова: образование; школа; менеджмент; качество; инструментарий.

Менеджмент, менеджмент качества, как скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией, направленная на производство качественной продукции и/или оказание качественных услуг и их улучшение, является одной из распространенных концепций управления организацией любой сферы в современном мире, проникая и в сферу образовательных организаций. Аналитический обзор научных публикаций свидетельствует об активном использовании основных положений менеджмента качества, прежде всего в учебных заведениях высшего образования. Однако, подчеркивает М.В. Жарова, учитывая приоритетность обеспечения образования на всех уровнях, практический интерес к аспектам менеджмента качества наблюдается со стороны средних профессиональных учреждений, современной школы и учреждений дошкольного образования [1]. Всплеск интереса к управлению качеством в дошкольных и школьных учреждениях на основе концеп-

ции менеджмента качества, при отсутствии методов, разработанных в соответствии с требованиями международных стандартов и лучших практик, может также привести к отсутствию и результатов [2]. В связи с чем, актуальность исследований, на наш взгляд, обусловлена необходимостью разработки инструментария по внедрению принципов и основных положений менеджмента в школьных учреждениях.

Ключевая идея заключается в том, что в основу модели управления школой должны быть положены принципы и положения менеджмента качества и менеджмента знаний, определенные международными стандартами ИСО и базирующиеся на концепции всеобщего управления качеством.

Представляет научно-практический интерес разработанный ГОСТ Р ИСО 30401-2020 Системы менеджмента знаний. Основные требования. основополагающие принципы менеджмента знаний представлены на рисунке, и они также могут быть использованы в деятельности школьных организаций.

На основе литературных данных и нормативных документов разработан алгоритм внедрения основных положений и принципов менеджмента качества образования, который представлен в таблице.

Этапы внедрения менеджмента качества образования в школьной организации

Этап	Сущность и характеристика
1	Оценка текущего состояния, выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Определения необходимых изменений. Идентификация и описание всех процессов
2	Формулирование миссии и целей школьной организации. Разработка Политики в области качества и определение принципов менеджмента
3	Составление плана, определение состава рабочей группы
4	Ознакомление коллектива с основными положениями, проведение обучения с членами рабочей группы
5	Формирование организационной структуры системы, распределение полномочий и ответственности, определение роли и места всех уровней управления в реализации Политики и целей в области качества
6	Составление плана на текущий год в области реализации целей
7	Разработка Руководства по качеству, документированных процедур, рабочих инструкций
8	Разработка системы измерения основных показателей и характеристик рабочих процессов
9	Разработка системы корректирующих и предупреждающих действий

1

Природа знаний: знания нематериальны и сложны, знания создаются людьми.

Ценность: знания являются ключевым источником создания ценности в организации, стремящейся к достижению намеченных целей. Подпадающая определению ценность знаний состоит в их влиянии на организационные цели, видение, задачи, политики, процессы и результаты деятельности организации. Менеджмент знаний – это средство раскрытия потенциальной ценности знаний

2

Фокусировка: менеджмент знаний служит целям, стратегиям и потребностям организации.

Адаптивность менеджмента знаний: не существует единого решения, связанного с менеджментом знаний, которое подходило бы всем организациям во всех контекстах. Организации могут разрабатывать собственный подход к определению области применения знаний и менеджмента знаний, к способам его реализации, исходя из собственных потребностей и контекста организации

3

Общее понимание: люди создают свои знания, воспринимаемая получаемую информацию. Для достижения общего понимания менеджмент знаний должен включать взаимодействие между работниками, при необходимости используя для этого контент, процессы и технологии.

Среда: знаниями не управляют напрямую; менеджмент знаний фокусируется на управлении рабочей средой, тем самым содействуя формированию жизненного цикла знаний

4

Культура: культура имеет критическое значение для эффективного менеджмента знаний.

Итеративность менеджмента знаний: менеджмент знаний должен осуществляться поэтапно, включая циклы обучения и получения обратной связи

Принципы менеджмента знаний

Таким образом, представленный пошаговый алгоритм внедрения основных положений и принципов менеджмента в школьной организации позволит не только определить последовательность совершения определенных действий, но и координировать их.

Научный руководитель: *Л.А. Донскова*

Библиографический список

1. *Жарова М.В.* Развитие систем менеджмента качества в системе общего образования: проблемы и решения // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 33. С. 186–195.

2. *Жиркова З.С.* Управление качеством образования: учеб. пособие. СПб.: Наукоемкие технологии, 2022. 137 с.

А.В. Головина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности использования ХАССП на предприятиях общественного питания малого бизнеса

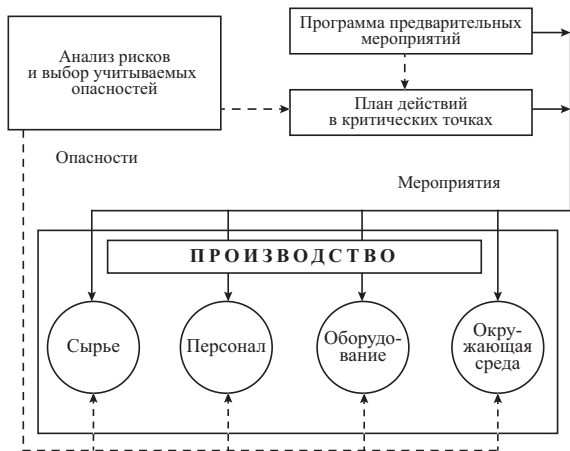
Аннотация. Рассматривается сущность системы ХАССП и особенности ее построения и применения на предприятиях общественного питания малого бизнеса. Установлено, что схема реализации системы ХАССП аналогична для всех предприятий, однако особенности общепита и ограниченность ресурсов создают определенные проблемы, требующие принятия управленческих решений.

Ключевые слова: безопасность; пищевые продукты; система ХАССП; критическая контрольная точка; бизнес; малое предприятие.

На предприятиях общественного питания, которые относятся к категории малого и среднего бизнеса, безопасность и качество пищевых продуктов также необходимы для достижения устойчивого успеха и роста бизнеса. Вопрос обеспечения безопасности продукции обусловлен еще и тем, что на предприятии общественного питания может осуществляться весь технологический процесс – от приемки и подготовки сырья до приготовления и потребления приготовленной пищи посетителями предприятия. Приступая к производству пищевой продукции, готовой или в виде продукции общественного питания, предприятие уже принимает на себя ответственность за ее безопасность. Обеспечению безопасности пищевой продукции способствует реализация системы ХАССП [1; 2], которая с 2015 г. стала обязательной для всех предприятий, деятельность которых связана с производством пищевой продукции,

и, если такая система отсутствует, на руководителя будет наложено административное взыскание.

Система анализа рисков и критических контрольных точек (ХАС-СП) – превентивная система управления безопасностью пищевых продуктов, которая выявляет, оценивает и контролирует потенциальные опасности, способные нанести вред потребителям, причем эти опасности могут быть выявлены на различных уровнях и этапах производства пищевой продукции, и могут охватывать сырье, персонал, оборудование и инвентарь, а также окружающую среду (см. рисунок).



Структурная схема анализа опасностей и их устранения

Система ХАССП для любых предприятий, в том числе малого и среднего бизнеса, предполагает реализацию семи принципов, они подробно представлены в нормативных документах и не описываются в статье. Однако, несмотря на то что преимущества использования системы ХАССП на малых предприятиях очевидны, существуют также некоторые особенности, которые необходимо учитывать. Прежде всего, следует отметить широкий ассортимент приготавливаемых блюд, для которых используется разнообразное сырье, длительность приготовления отдельных блюд, наличие оригинальных рецептов приготовления, множество подготовительных операций и наличие различных технологических схем, что может вызвать перекрестное загрязнение. В качестве особенностей надо учесть и такой фактор, как реализация и потребление блюд непосредственно на предприятии, что предполагает решение вопросов обеспечения безопасности не только при приготовлении, но и подачи блюд. По некоторым данным, потребление пищи в предпри-

иях общественного питания повышают риск пищевых отравлений в несколько раз. Таким образом, внедрение системы ХАССП может занять много времени и ресурсов, что может быть затруднительно для малых предприятий с ограниченными ресурсами, особенно сложным представляется описание продукции и ее сырьевых компонентов и составление для каждого блюда технологических блок-схем с указанием подготовительных операций.

Кроме того, система ХАССП требует высокого уровня специализированных знаний и экспертных знаний, которые могут быть недоступны на малых предприятиях. Следовательно, малым предприятиям, возможно, потребуется инвестировать в подготовку кадров и просвещение, чтобы гарантировать, что они смогут эффективно внедрять систему ХАССП или обращаться к специалистам, например высших учебных заведений или сертификационных центров.

Разработаны различные методические рекомендации по внедрению системы ХАССП для предприятий малого и среднего бизнеса.

Научный руководитель: Л.А. Донскова

Библиографический список

1. Круглов К. ХАССП. Практическое руководство по внедрению. Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2018. 162 с.
2. Маюрникова Л.А., Губаненко Г.А., Кокишаров А.А. ХАССП на предприятиях общественного питания. СПб.: Лань, 2019. 196 с.

М.Т. Датиашвили

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Моделирование эффективной организации производственных процессов транспортной компании

Аннотация. Рассматриваются понятия организации производственного процесса, его принципы, а также модели и методы эффективной организации производственного процесса. Приведен пример применения модели DMAIC.

Ключевые слова: модель DMAIC; производственный процесс; транспортно-экспедиторские услуги.

Организация производства обращена на воссоздание обстоятельств для эффективного применения совокупных элементов производства для достижения максимальных производственных результатов с минимальными расходами.

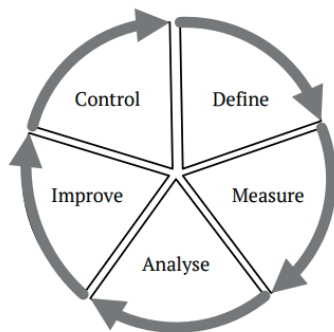
Существует несколько принципов организации производственного процесса [2]: 1) специализация – значит распределение труда по различным рабочим местам и отделам или цехам предприятия; 2) пропорциональность – примерно равная производительность в единицу времени связанных отделений предприятия; 3) параллельность – одновременное функционирование разных процессов изготовления продукции/услуги; 4) прямоточность – обеспечивает наименьшую траекторию передвижения сырья/материалов до готовой продукции; 5) ритмичность – равномерный выпуск продукции в единицу времени; 6) непрерывность – минимальные перерывы между процессами.

Существует несколько моделей и методов эффективной организации процессов производства. Наиболее распространенные из них: концепция устранения причин вариации, система кайдзен, концепция «шесть сигм», модель DMAIC, матрицы RADAR, бенчмаркинг и реинжиниринг.

Цикл PDCA концепции «Шесть сигм» был изменен в два цикла [1]:

- 1) цикл оптимизации бизнес-процессов DMAIC;
- 2) цикл внедрения новых процессов DMADV.

Стоит подробнее рассмотреть модель DMAIC (см. рисунок). Расшифровывается следующим образом: Define (Определение), Measure (Измерение), Analyse (Анализ), Improve (Совершенствование), Control (Контроль). Данная модель помогает решать проблемы и улучшать существующие процессы производства или услуги шаг за шагом [4].



Модель DMAIC [4]

Если услуга или бизнес-процесс не соответствует ожиданиям клиентов, DMAIC поможет выяснить причину и найти долгосрочные решения. Так, например, транспортно-экспедиторская услуга состоит из цепочки процессов, в каждом из которых периодически бывает сбой. Помочь разобраться причину дефекта и найти решения может модель DMAIC [3].

Для примера, можно взять дефект «Потеря груза при транспортировке». На этапе «Определения» происходит описание проблемы (потерялся груз по экспедиторской расписке № 11111111). Второй этап – измерение причин и последствий. Причины: не отслеживали местонахождение груза; не отметили прибытие груза в одном из складов; не промаркировали. Последствия: груз не доехал до получателя. Третий этап – анализ – анализируются причины и возможности к усовершенствованию. Четвертый этап – совершенствование – улучшается сервис по отслеживанию груза, проводят инструктажи с сотрудниками складов, которые маркируют груз. Пятый этап – контроль – менеджеры и высшее руководство следят за тем, чтобы новые меры работали.

Таким образом, моделирование процессов производства помогает совершенствовать имеющиеся процессы, чтобы предприятие работало более эффективно, а потребителей становилось больше на долгие годы.

Научный руководитель: *Н.В. Лейберова*

Библиографический список

1. *Касперович С.А., Коновальчик Г.О.* Организация производства и управление предприятием: учеб. пособие. Минск: БГТУ, 2012. 344 с.
2. *Протасова Л.Г.* Организация производства на базе принципов Всеобщего управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 52 с.
3. *Хайитов Х.О., Цыплов Е.А., Новиков В.А., Глашкина В.С.* Модель и технология Six Sigma // Форум молодых ученых. 2020. № 10(50). С. 666–670.
4. *Шарафутдинова Е.Н., Плискин О.В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

С.В. Дивисенко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Статистические методы управления качеством как инструмент конкурентоспособности продукции

Аннотация. Для эффективной работы и прозрачности деятельности предприятия, повышения конкурентоспособности за счет улучшения качества выпускаемой продукции, снижения затрат на производство, а также оперативного анализа полученных данных необходимо применять статистические методы.

Ключевые слова: статистические методы; управление качеством; система менеджмента качества; конкурентоспособность.

Всем предприятиям для повышения уровня качества выпускаемой продукции необходимо использовать статистические методы. Приме-

нение этих методов в анализе работы системы менеджмента качества позволяет наглядно выявить на каком этапе жизненного цикла происходит снижение качества продукции для установления и устранения причин возникновения брака. Тем самым статистические методы способствуют уменьшению затрат предприятия на изготовление продукции, повышению ее качества и как следствие росту удовлетворенности потребителя.

В требованиях международного стандарта ISO 9001 предприятие самостоятельно определяет в каком количестве использовать статистические методы. В то же время многие отраслевые стандарты позиционируют применение статистических методов как основу эффективного функционирования системы менеджмента качества и являются обязательными к применению.

Статистические методы как фундамент системы менеджмента качества, предназначены для обеспечения требуемого уровня качества и для получения информации о качестве по выборке.

Использование статистических методов помогает понять изменчивость процесса, что может помочь решить проблему обеспечения его результативности.

Статистические методы полезны для подтверждения возможностей процесса, для управления процессами, для определения соответствия показателей качества установленным требованиям и предупреждения появления несоответствий, для определения рисков всех участников процесса, а также для подтверждения целесообразности инновационных введений.

Для анализа статистических данных используется достоверная, документально подтвержденная информация.

Наиболее востребованными методами статистического анализа являются «Семь инструментов качества»¹:

1) контрольный листок – инструмент для начального сбора и структурирования данных;

2) контрольные карты – выявляют динамику поведения процесса, дают критерии для обнаружения отсутствия состояния статистической управляемости;

3) гистограмма – инструмент для визуальной оценки сгруппированных статистических данных по частоте попадания в определенный период;

¹ *Шарафутдинова Е.Н., Плиска О.В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

4) диаграмма Парето – позволяет определить главные причины появления несоответствий, оказывающие воздействие на качество выпускаемой продукции;

5) диаграмма рассеивания – инструмент для визуальной оценки имеющихся связей между различными факторами процессов, в том числе и технологическими;

6) стратификация – применяется для выявления закономерности полученных данных, разделенных на определенные группы по выбранному фактору;

7) причинно-следственная диаграмма Исикавы – инструмент для выявления причин нарушения технологического процесса, задачей которого – найти тот самый фактор нарушения, снижающий качество.

Выбор статистических методов должен соответствовать особенностям предприятия с учетом имеющихся производственных проблем и производственных возможностей. Вследствие чего выбранные методы помогут дать развернутый анализ данных и будут максимально эффективны для принятия последующих управленческих решений.

В современной культуре управления качеством статистические методы являются основополагающим инструментом для вывода предприятия на высокий уровень качества выпускаемой продукции. В условиях нынешних рыночных отношений для сохранения конкурентоспособности предприятия необходимо проводить углубленный анализ рисков, давать прогнозы дальнейшего развития системы менеджмента качества согласно разработанным предупреждающим и корректирующим мероприятиям. Данные мероприятия разрабатываются в результате анализа статистических данных.

Статистические методы – эффективный инструмент сбора и анализа данных, их внедрение не несет большой финансовой нагрузки для предприятия.

Таким образом, широкое применение современных статистических методов управления качеством позволит существенно повысить качество и надежность выпускаемой продукции, одновременно сократив затраты ресурсов на его обеспечение.

Научный руководитель: *Е.Н. Шарафутдинова*

Качество продукции как конкурентное преимущество предприятия

Аннотация. В современных условиях развития мировой экономики и конкурентной борьбы производителей за потребителя все большее значение приобретает управление качеством выпускаемой продукции. Основная цель товаропроизводителей состоит в том, чтобы завоевать внимание клиента и поддерживать его лояльность на протяжении максимального периода времени. Ключевым успехом в решении данной задачи является качество продукции, а также качество обслуживания.

Ключевые слова: качество; продукция; конкурентоспособность; система управления качеством; эффективное управление.

Система и методы управления качеством прошли несколько этапов своего развития. Зародившись в начале XX в. в работах основоположника системы контроля качества Ф. Тейлора, обогатившись идеями создателей «японского экономического чуда» Э. Деминга, Д. Джурана и К. Исикавы, теории эффективного управления эволюционировали в начале XXI в. до системы этичного производства с высокой скоростью, предложенной руководителем корпорации Microsoft Б. Гейтсом.

Школа управления качеством советского периода получила активное развитие только в 1970-х гг., и была представлена такими системами управления качеством, как БИП (бездефектное изготовление продукции, 1955 г.), КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий, 1958 г.), НОРМ (научная организация работ по увеличению моторесурса двигателей, 1964 г.) и разработанной в 1978 г. Госстандартом СССР Единой системой государственного управления качеством продукции – ЕС ГУКП.

Практика применения вышеуказанных систем была далека от идеала и не обеспечивала выпуск продукции, обладающей такую важной характеристикой товара как конкурентоспособность [2]. Для системы качества периода плановой экономики, которая не предполагала конкуренцию товаров и борьбу за потребителя, были характерны следующие недостатки: формальное отношение к системе качества; возложение функциональной обязанности по контролю на работников ОТК, отсутствие вовлеченности в процесс руководящего состава предприятия и, главное – отсутствие заинтересованности в удовлетворение потребностей покупателей.

Подход к системе качества, заложенный в советский период, стал камнем преткновения для многих российских компаний и в настоящее время.

В 2012 г. Россия вступила в ВТО и обязалась соблюдать принцип «национального режима», который уравнивает российские и иностранные компании в налоговых, процессуальных и частноправовых правилах, вследствие чего импортные товары получили доступ к отечественному рынку. Достойную конкуренцию импорту могли составить только качественные товары российских производителей.

Следуя международным правилам ISO в России были введены национальные стандарты ИСО 9000, ИСО 9001, ИСО 9004 и ИСО 19011, презюмирующие факт того, что любая организация может функционировать только при наличии у нее потребителей, которые заинтересованы в приобретении ее продукции [1]. Организация зависит от своих покупателей, работает ради них и продолжает свою деятельность только благодаря им.

Система менеджмента качества определяет основной принцип «все для потребителя», а к основным преимуществам относит постоянный рост ценности для потребителя и приобретение его лояльности, удовлетворенность покупателя и, как следствие, возвращение за новыми покупками того же бренда, устойчивость высокой репутации предприятия-производителя и расширение базы заказчиков.

Принципы эффективного управления также реализуются в модели «Всеобщего управления качеством» (TQM), предполагающей выстраивание производителем особой политики, целью которой является системное улучшение работы, совершенствование всех внутренних процессов, максимального удовлетворения запросов покупателей и общества с наименьшими расходами, что приводит к долгосрочному успеху конкурентоспособности фирмы.

Таким образом, TQM стоит рассматривать не как систему организации процессов планирования, выполнения и контроля, но как подход к формированию принципиально новой модели управления предприятием.

Россия является страной, вовлеченной в современную парадигму цивилизованного развития. Присутствие российских компаний на международных рынках, а также открытие российского рынка для зарубежных партнеров явно свидетельствует о том, что вопросы качества продукции являются приоритетными для всех отечественных производителей.

Взаимопроникновение рынков понуждает компании все активнее работать с вопросами качества, которое является ключевым звеном в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг, выстраивании новых связей между производителями и потребителями, удовлетворении потребностей как частных покупателей, так и общества в целом.

Научный руководитель: Э.Р. Закирова

Библиографический список

1. *Аристов О.В.* Управление качеством: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2021. 224 с.
2. *Пыхов С.И., Позднякова Ж.С.* Управление качеством: учеб. пособие. Челябинск: ЮУТУ, 2021. 181 с.

А.А. Ибраева, Т.С. Худякова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности интернет-магазинов

Аннотация. Популярность маркетплейсов в России за последнее время неуклонно растет, что объясняется ростом электронной коммерции, увеличением числа пользователей интернета, а также удобством совершения покупок в интернет-магазинах. В связи с этим увеличивается конкуренция между интернет-магазинами, которая предполагает поиск и реализацию методов наиболее качественного выполнения заказов покупателей. В статье рассмотрены проблемы логистики маркетплейсов и предложены методы управления качеством для их решения.

Ключевые слова: маркетплейс; логистика; методы управления качеством.

По данным исследовательской компании Data Insight, в 2020 г. общий объем российского рынка онлайн-торговли составил около 2,5 трлн р. Из них доля маркетплейсов составила 45% (около 1,1 трлн р.), что свидетельствует о повышении интереса к маркетплейсам со стороны потребителей.

Маркетплейс представляет собой электронную платформу, на которой множество продавцов размещают товары различных категорий, а покупатели имеют возможность их приобрести. Маркетплейс выступает в качестве информационным посредником между продавцами и потенциальными клиентами, позволяя покупателям выбирать

и сравнивать предложения и читать отзывы о товарах на онлайн-платформе.

Среди наиболее известных маркетплейсов в России можно отметить «Яндекс.Маркет», Ozon, Wildberries, Avito, Beru и др.

Главным измерителем качества работы интернет-магазина безусловно является покупатель, так как его положительные отзывы на товар способствуют увеличению конверсии продаж.

Изучение научной литературы позволило выявить наиболее важные факторы качества маркетплейсов: своевременность доставки заказа в пункт выдачи или курьером, соответствие товара заказанному образцу, вежливость работников пунктов выдачи и курьера, наличие различных способов оплаты [2; 3].

Важной составляющей в логистике интернет-заказов является скорость и своевременность доставки. Именно по причине нарушения сроков 83% покупателей прекращали покупки на маркетплейсах¹. В случае наличия нескольких задержек отгрузок товара, маркетплейс блокирует продавца и его товары исчезают с сайта.

В таблице предложены методы управления качеством, способствующие решению проблем логистики маркетплейсов.

**Методы управления качеством
для решения проблем логистики маркетплейсов [1; 2; 3]**

Проблема логистики	Инструмент управления качеством
Потеря товаров	Карточки «Канбан» – сигнальные карты помогают регулировать потоки заказов, распределяя их по разным категориям
Излишние перемещения и ожидания	Процессный подход – важно выстраивать бизнес-процессы от потребностей интернет-покупателя. Диаграмма «Спагетти» – помогает описать маршрут перемещения работников, транспорта, материалов за счет чего будет легче понять, какие изменения необходимо произвести. Концепция «точно-в-срок» – способ управления запасами на основе эффективной доставки товаров на склад в тот момент, когда требуются на отправку
Сложность в поиске транспортных компаний	Принцип системы менеджмента качества «менеджмент взаимоотношений» направлен на установление выгодных взаимоотношений с поставщиками и посредниками

¹ Бизнес-школа электронной коммерции – IWENGO. URL: <https://www.iwengo.ru/>.

Проблема логистики	Инструмент управления качеством
Отсутствие ориентации на внешнего потребителя	Постоянное улучшение – используется для мониторинга обратной связи от клиентов, анализа жалоб и возвратов товаров. Метод «Шесть Сигма» – используется для улучшения качества продукции и услуг путем устранения дефектов и улучшения производительности. Он может быть применен к маркетплейсам, чтобы улучшить качество товаров и услуг, повысить производительность продавцов и уменьшить количество жалоб и возвратов от клиентов

В целом, инструменты управления качеством помогают маркетплейсам управлять качеством продуктов и услуг, чтобы обеспечить удовлетворение клиентов и сохранить репутацию платформы. Применение этих инструментов также может привести к повышению продаж и лояльности клиентов, что способствует развитию маркетплейса и его долгосрочному успеху.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что применение методов управления качеством может значительно повысить конкурентоспособность маркетплейсов. Несмотря на то, что сейчас они пользуются большой популярностью, интернет-магазины рискуют потерять доверие покупателей если не удовлетворяют их требования, что особенно важно в условиях сильной конкуренции.

Научный руководитель: *Т.С. Худякова*

Библиографический список

1. *Володина Н.Л., Кривякин К.С.* Инструменты и методы качества логистических процессов // Организатор производства. 2017. Т. 25, № 4. С. 67–82.
2. *Дедков Д.* Роль логистики в экосистемах маркетплейсов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 5-4 (68). С. 93–98.
3. *Семин А.А., Семина В.С.* Применение инструментов бережливого производства в логистике // Цифровая экономика, умные инновации и технологии: сб. тр. Нац. (Всерос.) науч.-практ. конф. с зарубежным участием (Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2021 г.). СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 454–456.

Управление качеством и конкурентоспособность предприятия металлообработки

Аннотация. Рассмотрены некоторые аспекты формирования конкурентоспособности предприятия металлообработки, основанные на качестве продукции. Обсуждаются вопросы, связанные с ролью повышения качества продукции в работе предприятия. В работе дискутируется влияние текущих особенностей рынка импортных запасных частей и комплектующих для оборудования и станков, который открывают дополнительные возможности развития производства.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; качество продукции; управление качеством, металлообрабатывающая отрасль.

На сегодняшний день одной из самых актуальных проблем для промышленных предприятий остается конкурентоспособность, а также ее достижение. Это связано с тем, что в условиях рыночных отношений, она является фактором, который позволяет долгое время находиться на рынке и одну за одной достигать поставленных целей.

Предприятию необходимо в условиях жесткой конкуренции осуществлять постоянный мониторинг положения своей продукции на рынке. Также необходимо искать методы совершенствования продукции, новые пути ее реализации, расширять границы послепродажного сервиса, все это и есть конкурентоспособность товара. Необходимо выявлять и анализировать причины успеха или неудач реализации продукции. Искать пути расширения ассортимента.

В условиях конкуренции ключом к успеху будет являться качество продукции. На данный момент высокое качество это основа составляющих конкурентоспособности. Производителю продукции нужно уделять больше внимания повышению качества продукции, с целью поддержания ее конкурентоспособности на рынке. Для этого необходимо выполнять постоянный контроль за изготовлением и другими этапами жизненного цикла продукции. Выпуск совершенного продукта для потребителя, позволит производителю закрепить свои позиции в конкурентной борьбе, что принесет максимальную прибыль. Следовательно, требуется уделять больше внимания процессу управления качеством.

Управление качеством предлагает руководству совместно с сотрудниками работать над постоянным совершенствованием процесса повышения качества. Тем самым не давая стоять на одном месте своей продукции, а заставляя ее находиться в постоянном развитии. При работе по повышению качества, нельзя обойтись без системности, планиро-

вания, а также постановки четких задач, направленных на совершенствование деятельности, выполняя и корректируя их в зависимости от ситуации [1, с. 24].

Особое место в управлении качеством продукции занимает контроль качества. От степени совершенства контроля качества, его технического оснащения и организации во многом зависит эффективность производства в целом. Значение контроля заключается в том, что он позволяет вовремя выявить ошибки, чтобы затем оперативно исправить их с минимальными потерями [2, с. 34].

Цены и сроки изготовления – важные показатели работы предприятия для заказчика, но в погоне за рыночными факторами конкурентоспособности не следует забывать про качество сырьевой продукции. Снизив затраты на производство, предприятие не сможет получить высокое качество при работе с некачественным сырьем. Зачастую сжатые сроки влекут за собой снижение уровня качества продукции. Ведь работа с проверенными поставщиками и правильно рассчитанные сроки изготовления позволяют выполнить обязательства перед своими заказчиками.

В условиях современной ситуации промышленные предприятия сталкиваются с рядом проблем, такими как отсутствие импортных запасных частей и комплектующих для оборудования и станков, ввиду запрета на ввоз на территорию России, а также отсутствия отечественных аналогов, это чревато простоем станков, который влечет за собой срыв сроков изготовления и т.д. Не исключен дефицит и большая очередь на поставку сырья. Но можно рассмотреть эти проблемы, с другой стороны, как возможность освоения новых изделий с целью сохранения своего оборудования и времени на ожидание комплектующих. Также это позволит расширить количество наименований продукции, что сделает предприятие более конкурентоспособным, востребованным и привлекательным на рынке.

Особые перспективы в этих обстоятельствах открываются для предприятий металлообрабатывающей отрасли. Данная отрасль отличается разнообразием методов обработки металлов и технологических процессов, а также широким списком изготавливаемой номенклатуры, что позволяет предприятиям не только развиваться в любом из направлений, но и занимать лидирующие позиции на рынке.

Работа с проверенными поставщиками, умение приспосабливаться к потребностям рынка, разрабатывать и реализовывать новую продукцию с высоким качеством, все это залог высокой конкурентоспособности для предприятия, работающего в сфере металлообработки.

Научный руководитель: *Е.Н. Шарафутдинова*

Библиографический список

1. *Стандартизация* системы управления качеством / А.С. Селиверстов, В.В. Постнов, Д.Ю. Уткин и др. // Экономическая наука и практика: материалы VI Междунар. науч. конф. (Чита, 20–23 апреля 2018 г.). Чита: Изд-во «Молодой ученый», 2018. С. 24–27.

2. *Шарафутдинова Е.Н., Плискин О.В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

В.А. Лоскутова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Качество и безопасность кормов для птицы

Аннотация. Качество и безопасность кормов является основой высокой продуктивности птицы, и поэтому подлежат регулярному обязательному контролю с использованием современных методов. Представлены результаты исследований безопасности кормов с целью определения общей токсичности двумя способами (водным и ацетоновым экстрактом) и обоснован выбор метода контроля.

Ключевые слова: корма; оценка безопасности; метод; исследование; стилихинии.

Основой для успешного производства продукции животноводства является доступность кормов, их качество и безопасность, а также эффективное питание животных и птицы, что имеет непосредственное влияние и на основополагающие характеристики получаемых продуктов. В силу чего, разработка, гармонизация методов оценки качества и безопасности приобретают важное значение, они постоянно совершенствуются, тестируются, создавая надежную лабораторную исследовательскую базу, целью которой является обеспечение здоровья и продуктивности животных и птицы и обеспечение безопасности получаемой продукции [1]. Лаборатория предприятия – это залог успеха качества и безопасности кормов.

В кормах определяются такие показатели, как показатель питательности (сырой протеин, кальций, фосфор, клетчатка), показатель безопасности (металломагнитную примесь, токсичность кормов), а также органолептические и физико-химические показатели (цвет, запах, внешний вид, массовая доля влаги) [2].

Целью нашего исследования явилось определение общей токсичности кормов как показателя их безопасности и обоснование выбора метода исследований.

Исследования проводились в ОАО «Свердловский комбинат хлебопродуктов», специализированном предприятии по производству комбикормов и белково-витаминно-минеральных концентратов, в производственно-технической лаборатории на кормах, которые предприятие изготавливает для АО «Рефтинская птицефабрика», а именно корма для птиц (ПК6). Материал исследовался экспресс методом определения общей токсичности на стилонихиях, в соответствии с межгосударственным стандартом ГОСТ 31674-2012 «Корма, комбикорма, комбикормовое сырье. Методы определения общей токсичности».

Стандартизированный метод основан на извлечении в исследуемых кормах токсичных элементов (микотоксинов) двумя способами: водным экстрактом и ацетоновым экстрактом. Схема исследования приведена на рисунке.

Этап 1

Отбор проб в соответствии с методикой, подготовка проб к исследованию: измельчение и доведение до порошкообразного состояния, приготовление навески массой 10 г с каждого образца корма

Этап 2

Подготовка тест-организмов. Для биотестирования используют только суточную культуру стилонихий, находящуюся в фазе экспоненциального (активного) роста. С этой целью за сутки до анализа массу стилонихий пересаживают в новую питательную среду с кормом и помещают в термостат при оптимальной температуре от 22 до 24 °С, что способствует их активному размножению и концентрации вокруг корма

Этап 3

Проведение исследований методом водного экстракта. Пробу испытуемого корма массой (10±0,1) г вносили в колбу вместимостью 250 см³ и заливали 100 см³ дистиллированной воды. Колбы с содержимым встряхивали на аппарате в течение 20 мин, после чего смесь фильтровали через бумажный фильтр или центрифугировали с частотой вращения 1000 оборотов/мин в течение 5 мин и отделяли надосадочную жидкость

Этап 4

Проведение исследований методом ацетонового экстракта. Пробу исследуемого корма массой (10±0,1) г помещали в пробирку с пришлифованной пробкой вместимостью 25 см³ или в коническую колбу со шлифом вместимостью 50 или 100 см³ и заливали определенным количеством ацетона в зависимости от вида исследуемого корма. Затем встряхивали и отстаивали не менее 10 минут

Этап 5

Обработка результатов исследований

Общая схема исследований

Пробу корма исследовали на десяти образцах. Подсчет стилоновых проводили под микроскопом при увеличении 2×8 или 2×14. По истечении 1 ч экспозиции, определяли количество живых клеток и рассчитывали процент выживаемости стилоновых. Полученные результаты определения общей токсичности комбикорма ПК6 для птиц приведены в таблице.

Результаты по выживаемости стилоновых, %

Выживаемость, %	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Среднее
Вводный экстракт	84	85	86	86	85	85	86	87	85	85	85
Ацетоновый экстракт	99	98	99	99	99	100	99	100	98	99	99

Процент выживаемости стилоновых в водном экстракте составил 85%, в ацетоновом – 99% (см. таблицу). Значения находятся в интервал от 70 до 100 %, следовательно, в соответствие с требованиями ГОСТ 31674-2012 – корм считается нетоксичным, и не подлежит дальнейшему испытанию.

Несмотря на то, что процент выживаемости стилоновых выше в ацетоновом экстракте, по сравнению с водным (таблица), выбираем последний, как более надежный и безопасный в лаборатории предприятия.

Научный руководитель: *Л.Г. Протасова*

Библиографический список

1. Белоусов В.И., Варенцова А.А., Грудев А.И., Базарбаев С.Б., Кремлева А.А. Лабораторный контроль безопасности кормов в Российской Федерации // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана. 2019. Т. 240, № 4. С. 28–31.

2. Обеспечение качества работы лабораторий по анализу кормов для животных. Руководство / Дж. Белтроп, Б. Бранд, Р. Э. Кауи и др.; Служба животноводства и здоровья животных ФАО. Рим: Продовольственная и сельскохозяйственная организация объединенных наций, 2013. № 14. 227 с.

Статистические методы и их применение: классификация и обоснование выбора

Аннотация. Представлены результаты аналитического обзора литературных данных, позволившие автору выделить классификационные признаки статистических методов, что позволит специалистам обоснованно сделать их выбор для принятия управленческого решения

Ключевые слова: статистические методы; классификация.

Стремление к постоянному совершенствованию качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг потребовало разработки целого комплекса инструментов, среди которых особое место занимают статистические методы. История развития, отечественные и зарубежные ученые - основоположники статистических методов и их вклад в развитие и применимость, характеристика, роль и место в системе управления качеством достаточно хорошо описаны в учебной и научной литературе. Целью нашей работы явилось обобщение и систематизация имеющейся информации в отношении статистических методов, как основы для правильного выбора методов.

Общепринятым считается разделение статистических методов на простые, новые и новейшие инструменты качества, информация о которых представлена на рисунке.

Простые инструменты качества	→	Контрольный листок, контрольная карта, гистограмма, диаграмма Парето, поле рассеивания, стратификация и диаграмма Исикавы
Новые инструменты качества	→	Диаграмма сродства, древовидная диаграмма, диаграмма связей, матричная диаграмма, матрица приоритетов, стрелочная диаграмма, диаграмма процессов и другие
Новейшие инструменты качества	→	Функция потерь качества, использование нелинейных характеристик, применение специальных планов эксперимента и другие

Статистические методы [1, с. 6]

Кроме того, В.А. Агафонов разделяет статистические методы по уровню сложности и категории пользователей [1, с. 5]. В статье А.С. Балдиной выделены три базовые группы статистических методов в зависи-

мости от уровня сложности и характера представленности результатов [2, с. 158]. В обобщенном виде информация представлена в таблице.

Классификация статистических методов [1, 2]

Признак	Характеристика
Уровень сложности и категория пользователей:	
элементарные статистические методы	могут использовать все работники предприятия
промежуточные методы	рассчитаны на инженерно-технических работников и специалистов в области управления качеством
передовые статистические методы	рассчитаны на узкий круг инженеров
Уровень сложности и характер представленности результатов	графические методы, методы анализа статистических совокупностей, экономико-математические методы

Согласно основных положений стандартов серии ИСО 9000, применимость статистических методов заключается в основном в производственных процессах, однако практика показывает, что статистические методы могут и должны использоваться на всех этапах жизненного цикла продукции или услуги, например, при планировании, проектировании, маркетинге и других видах деятельности, что безусловно сопряжено с определенными трудностями. В связи с чем, можно выделить еще один классификационный признак – применимость статистических методов в зависимости от вида деятельности или стадии жизненного цикла: от проектирования до утилизации, и определения для каждой стадии набора используемых методов. Например, на стадии проектирования товара или услуги целесообразно использовать семь простых инструментов, метод QFD, методы экспертных оценок и другие, а для стадии закупок характерными являются – диаграмма Исикавы, методы Тагути.

Автор выделяет еще два классификационных признака. Первый связан с применимостью статистических методов по отраслям экономики. Зарубежный опыт показывает, что статистические методы управления качеством широко применяются во многих развитых странах на предприятиях практически всех отраслей. В России наиболее активно они используются в автомобильной отрасли.

Второй классификационный признак связан с разработкой и внедрением на предприятии систем менеджмента: системы менеджмента каче-

ства, системы экологического менеджмента, интегрированной системы менеджмента и других, для каждой из которых должен применяться определенный набор методов, наиболее распространенными из которых являются статистические методы контроля, цикл Деминга PDCA, методы экспертных оценок и др.

Научный руководитель: *Л.А. Донскова*

Библиографический список

1. *Агафонов В.А.* Статистические методы управления качеством: учеб. пособие. СПб.: БГТУ, 2012. 91 с.
2. *Балдина А.С.* Использование статистических методов в системах управления качеством: методические основы и Российская специфика // Вестник МФЮА. 2022. № 3. С. 157–167.

М.Р. Мальцева, А.М. Омелькова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Инновационные методы маркетинга для повышения конкурентоспособности компании

Аннотация. Статья посвящена инновационным методам маркетинга в целях повышения конкурентоспособности компании. Дается характеристика таких методов как мобильный маркетинг, социальные сети, искусственный интеллект, виртуальный и дополненной реальности и Crazy PR, которые необходимо использовать для развития и успеха бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность; маркетинг; компания; реклама; потребители; конкуренты; инновация; эффективность.

Технологический прогресс быстро меняет бизнес-среду, и сегодня компании разных отраслей в поиске путей повышения конкурентоспособности могут использовать новые методы маркетинга. Что такое инновационные методы маркетинга и как их использовать для развития бизнеса?

Считается что инновационные методы маркетинга – это инструменты и технологии, которые помогают компаниям создавать новые продукты, услуги и модели бизнеса, улучшать отношения с клиентами и повышать эффективность маркетинговых кампаний. Охарактеризуем эти методы и их применение для повышения конкурентоспособности компаний:

Одним из наиболее активно развивающихся сегментов маркетинга является мобильный маркетинг. С развитием смартфонов и других мо-

бильных устройств, компании получили возможность использовать новые каналы коммуникации с клиентами. Использование возможностей мобильного телефона посредством SMS/MMS-маркетинга, включающего как обычные рекламные SMS/MMS-сообщения, так и разнообразные SMS/MMS-акции [2]. Мобильное приложение, push-уведомления, SMS-рассылки – все это помогает компаниям улучшать взаимодействие с клиентами, повышать лояльность к бренду и увеличивать конверсию на своих онлайн-площадках.

Социальные сети – это мощный инструмент для компаний, которые хотят достичь повышения конкурентоспособности. Социальные сети, на данный период времени, приравнивались по эффективности к рекламе по телевидению. Происходит это по той причине, что аудитория социальных сетей более внимательна и активна [3], вызвано это тем, что контакт с потенциальным клиентом устанавливается точно, учитываются потребности каждого [1]. Пользователи проводят много времени в социальных сетях, и это дает компаниям возможность установить с ними более прочные отношения, расширить аудиторию и привлечь новых клиентов. Важно понимать, что социальные сети требуют от компаний проактивного подхода: активного участия в дискуссиях, создания интересного контента и обеспечения высокого уровня обслуживания.

Искусственный интеллект – это технология, которая позволяет компаниям обрабатывать и анализировать данные быстрее и более эффективно, чем это может сделать человек. С помощью искусственного интеллекта компании могут создавать персонализированные рекламные кампании, оптимизировать процессы продаж и улучшить взаимодействие с клиентами в целом.

Виртуальная и дополненная реальность – это технологии, которые позволяют компаниям создавать интерактивные и более привлекательные для потребителей продукты. Например, это может быть интерактивный каталог товаров, в котором клиенты могут «попробовать» одежду или украшения, или виртуальный тур по отелю или туристическому маршруту. Использование этих технологий помогает компаниям улучшать отношения с клиентами и повышать продажи.

Crazy PR – это маркетинговый подход, заключающийся в использовании необычных, смелых и нестандартных идей, акций и концепций с целью привлечения внимания общественности и вызова эмоциональной реакции на продукт, услугу или компанию. Он может включать в себя использование шокирующих эффектов, необычных символов и образов, привлекательных персонажей и других методов, вызывающих любопытство и интерес со стороны потенциальных потребителей.

Помимо повышения конкурентоспособности компании, Crazy PR часто используется для продвижения молодых, малоизвестных брендов, а также для создания репутации какого-либо продукта или компании [2].

В целом, современные инновационные методы маркетинга предоставляют компаниям множество возможностей для улучшения своей конкурентоспособности. Использование этих методов позволяет компаниям эффективно связываться со своими клиентами, предоставлять им лучшие услуги и продукты, а также улучшать свой имидж на рынке.

Научный руководитель: *Т.Ж. Солосиченко*

Библиографический список

1. *Гаврикова М.А.* Социальные сети как инструмент продвижения бренда // Достижения науки и образования. 2020. № 18(72). С. 37–40.
2. *Крылова Т.В., Селиверстова Ю.А., Бердникова А.И., Морозов Д.Л.* Повышение конкурентоспособности предприятия посредством инновационного маркетинга // Наука Крестоярья. 2020. Т. 9, №1. С. 95–107.
3. *Умаров М.Ю.* PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила: учеб. пособие. М.: Альпина Паблишер, 2016. 230 с.

М.В. Малютина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бережливое производство и конкурентоспособность Свердловской области

Аннотация. Проанализированы конкурентные преимущества Свердловской области, вклад в инновационное развитие страны и результаты участия предприятий области в национальном проекте «Производительность труда и поддержка занятости» по внедрению подходов бережливого производства.

Ключевые слова: научный потенциал; национальный проект; бережливое производство.

Конкурентоспособность территории – это совокупность факторов, характеризующих ее способность к устойчивому экономическому развитию.

В России действует Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденный распоряжением Правительства РФ от 17 апреля 2019 г. № 768-р. Ежегодно регионы подводят итоги реализации этого стандарта. Согласно опубликованному в декабре 2022 г. отчету Министерства экономического развития РФ, область занимает

4-е место в рейтинге субъектов РФ по уровню содействия развитию конкуренции¹.

На сегодняшний день Свердловская область является крупным центром финансовых и трудовых ресурсов, а географическое расположение способствует развитию производства в регионе: пересечение крупных железнодорожных, воздушных и автомобильных транспортных потоков, удаленность от внешних границ, близость крупных рынков сбыта, богатые природные ресурсы и развитый промышленный комплекс усиливают ее инвестиционную привлекательность.

Текущая внешнеэкономическая ситуация поспособствовала развитию собственных производств внутри страны и улучшению взаимодействия науки, производства и потребителей. В Свердловской области действует Распоряжение губернатора по содействию развития. Данная стратегия включает в числе наиболее перспективных направлений рынков производства машин и оборудования общего назначения, электрического оборудования.

В текущей ситуации активность в инновациях, является значимым конкурентным преимуществом региона. В настоящее время 121 организация в области профессионально занимается научными исследованиями и разработками². Богатство природными ресурсами, высокий промышленный, научный и инженерно-творческий потенциал и производственные предприятия различных профилей являются значимыми предпосылками развития социально-экономических преобразований в регионе.

Свердловская область с 2019 г. участвует в национальном проекте «Производительность труда и поддержка занятости», в таблице приведены примеры результатов участия предприятий.

Основной целью проекта является обеспечение к 2024 г. темпов роста производительности труда на средних и крупных предприятиях базовых не сырьевых отраслей экономики не ниже 5% в год. В проекте участвует 81 предприятие разных отраслей экономики.

Работники повышают квалификацию по бережливому производству и внедряют инструменты бережливого производства на предприятиях (системы 5С, «точно-в-срок»). Результаты участия предприятий Свердловской области в национальном проекте приведены в таблице.

¹ Доклад Министерства экономического развития РФ об итогах реализации стандарта развития конкуренции в Субъектах Российской Федерации в 2021 году (Декабрь, 2022, 47 с.). URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/96d5c75efc49f9ccfd5c3efbcb754085/doklad_2021g.pdf (дата обращения: 16.04.2023).

² Наука в Свердловской области // Официальный сайт Правительства Свердловской области. URL: <https://midural.ru/100034/100083/100674/> (дата обращения: 16.04.2023).

**Результаты участия предприятий Свердловской области
в национальном проекте
«Производительность труда и поддержка занятости»**

Характеристика предприятия	Проблема	Проведенные мероприятия	Инструменты БП	Результаты
ЗАО «Урал-Контейнер» (транспортно-логистическая компания)	Оптимизация организации перевозки грузов в юго-восточном направлении с перевалочным складом	Создание неснижаемых запасов по контейнерам. Стандартизация приемки груза, контейнеров и запечатывание контейнеров. Модернизация информационного потока	Система 5С	Проект позволил предприятию сократить время протекания контейнерных перевозок, увеличить загрузку контейнеров с 0,5 до 4 контейнеров в смену
ОАО «Завод „Исеть“»	Необходимость в увеличении производства соединителей в 3 раза	Проведен аудит, который выявил узкое место на производстве – цех по переработке пластмасс отставал по производительности от других цехов	Система 5С, система «точно-в-срок»	Сократилось время изготовления соединителей на 4% и увеличилась выработка на 26%

Сост. по: Региональный центр компетенций в сфере производительности труда Свердловской области // Фонд технологического развития промышленности Свердловской области. URL: <http://frpso.ru/rtsk/> (дата обращения: 19.04.2023).

Участие в проекте делает Свердловскую область еще более конкурентоспособной и привлекательной территорией. Активная модернизация производства, внедрение бережливых технологий, совершенствование процессов, наращивание объемов производства конкурентоспособной продукции привлекает высококвалифицированных специалистов. Приток хороших кадров поможет Свердловской области стать еще более стабильной, развитой и конкурентоспособной.

Научный руководитель: Л.Г. Протасова

Моделирование бизнес-процессов транспортно-экспедиционных услуг

Аннотация. Рассматриваются понятие транспортно-экспедиционных услуг, моделирование бизнес-процессов организации, а также этапы моделирования. Обсуждается применение принципов и подходов менеджмента качества в области этих услуг. Построена модель бизнес-процессов транспортных услуг.

Ключевые слова: процессный подход; транспортно-экспедиционные услуги; моделирование бизнес-процессов; управление качеством.

Транспортно-экспедиционные услуги – это комплекс услуг организационного характера с целью осуществления перевозки, обеспечения отправки, выдачи груза. Транспортно-экспедиционные услуги состоят из нескольких этапов: консультация клиентов, проверка сопроводительных документов, создание экспедиторской расписки, принятие груза на склад и погрузка в машину, непосредственно перевозка, прохождение таможенных процедур на границе (если международная перевозка), выгрузка и выдача товара грузополучателю.

Менеджмент качества – это выстраивание плана, установка цели, обеспечение, мониторинг, совершенствование качества продукции и услуг определенного предприятия. Сейчас сформирована модель менеджмента качества, описанная подробно в международных стандартах ISO 9000:2015.

Бизнес-процессы при производстве продукции или оказании услуг имеют 4 этапа: моделирование, исполнение, контроль и улучшение. Предприятие устанавливает модель работы, запускает ее функционирование, анализирует итоги и вносит изменения, чтобы оптимизировать эффективность¹.

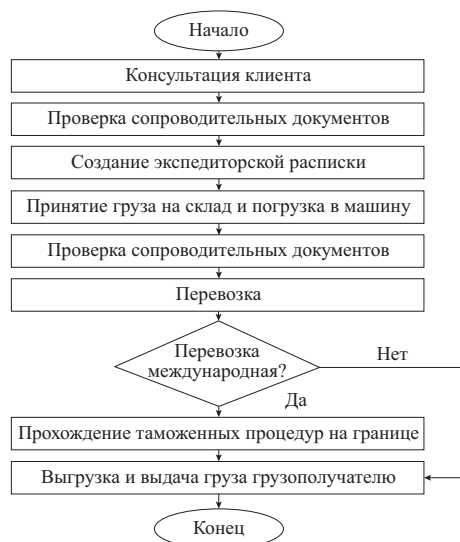
Моделирование бизнес-процессов – это метод оптимизации функционирования предприятия. Основан на процессном подходе. Описание данных пунктов приводит к обширному пониманию бизнес-процессов, к возможности улучшения.

Существует несколько этапов моделирования бизнес-процессов организации: создание модели «как есть»; анализ данных; построение модели «как должно быть»; тестирование построенной модели и улучшение новой модели.

¹ *Шарафутдинова Е.Н., Плиска О.В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

В стандарте ИСО 9000:2015 имеется фраза, «последовательные и прогнозируемые результаты достигаются более эффективно и результативно, когда деятельность осознается и управляется как взаимосвязанные процессы, которые функционируют как согласованная система»¹. Все виды действий организации необходимо рассматривать как логически упорядоченные последовательности этапов, преобразующих входы в выходы (процессы).

Изображается системное моделирование бизнес-процессов с помощью таких методов моделирования, как блок-схема, диаграмма, таблица. На рисунке изображена модель бизнес-процессов транспортных услуг.



Модель бизнес-процессов транспортных услуг

При моделировании важно воспринимать компанию как совокупность взаимодействующих процессов. Главная цель – правильно построить схему, подготовив фундамент для дальнейшего анализа и улучшения.

Моделирование и анализ бизнес-процессов – важный инструмент для совершенствования всех показателей функционирования компании. Однако для положительного результата необходимо грамотно и последовательно использовать данный инструмент.

Научный руководитель: *Е.Н. Шарафутдинова*

¹ ГОСТ Р ИСО 9000–2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

Управление качеством и конкурентоспособность организаций высшего образования: тренды, проблемы и пути их решения

Аннотация. Рассмотрены направления совершенствования управления качеством и конкурентоспособностью организаций высшего образования в России. Проанализирована проблематика современного развития организаций высшего образования. Определены новейшие тенденции трансформации деятельности образовательных учреждений, повышающих качество услуг и конкурентоспособность организаций высшего образования.

Ключевые слова: управление качеством; конкурентоспособность; высшее образование; образовательная организация.

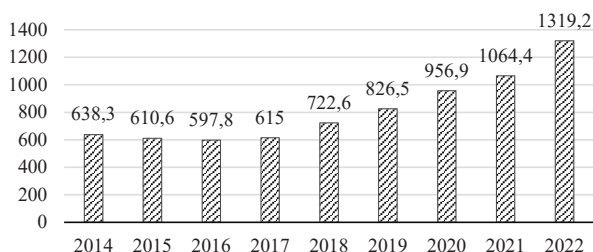
Важную роль в социально-экономическом развитии России занимает сфера высшего образования. Профессионально обученные специалисты способны решать комплексные задачи, проявлять креативность в решениях, разрабатывать инновации и новые технологии. Данные аспекты имеют достаточно сильное влияние на развитие предпринимательства, науки, экономики и общественного сектора.

Однако, чтобы данная тенденция имела устойчивый характер, необходимо эффективное управление качеством и конкурентоспособностью образовательных организаций, барьерами которого выступают ряд актуальных проблем. Например, в современной практике существует сложность финансирования деятельности образовательных организаций, поскольку их обеспечение финансами максимально зависит от государственного бюджета. Согласно представленным данным на рисунке наблюдается рост бюджетных расходов Правительства РФ на финансовое обеспечение сферы образования. Так, в 2022 г. бюджетные расходы составили 1319,2 млрд р., что составило рекордные объемы, однако, в проекте федерального закона о федеральном бюджете на плановый период до 2025 г., говорится, что они снизятся до 1234,2 млрд р.

Необходимо отметить, что образовательная деятельность государственных вузов покрывается из федерального бюджета лишь на 75%, но при этом науку в высшей школе федеральный бюджет финансирует только на 7,7%, оставшаяся часть федеральных средств уходит на прочие расходы.

Если развернуто анализировать финансирование государственной системы высшего образования, то оно достигается за счет трех источников: федеральный бюджет, население и организации. В настоящее время

на федеральный бюджет приходится примерно 60% средств, поступающих в государственные вузы, на население – 27%, и на долю организаций – около 13%.



Динамика расходов бюджета России на образование, млрд р.¹

Также проблемами управления качеством высшего образования выступает низкая мотивированность педагогических работников, которая обусловлена такими причинами, как: неопределенные перспективы профессионального роста и развития; формальная система профессиональной подготовки; психологическая уязвимость педагогов не только от руководства, но и от обучающихся; балльно-рейтинговая система оплаты труда профессорско-преподавательского состава; неравномерные условия оплаты труда педагогических работников в отдаленных регионах России.

По нашему мнению, основным трендом развития высшего образования в России в 2023 г. является распространение цифровых систем и информационных технологий.

Цифровая трансформация системы высшего образования в России обусловлена меняющейся реальностью и распространением сферы высшего образования; возможностью получения «быстрых знаний» и тенденциями к самообучению; появлением комбинированных способов организации образовательного процесса.

Практическая важность развития цифровой модели профессионального обучения в вузах России обусловлена тем, что сейчас наблюдается проблема по снижению интереса молодежи к получению высшего образования. Решение этой ситуации возможно, как раз при помощи нивелирования технологического и информационного отставания учебной программы при сохранении основных принципов работы государственных вузов, что увеличивает конкурентоспособность образовательных организаций.

¹ Сост. по: *Краткая информация об исполнении федерального бюджета* // Минфин России. URL: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/> (дата обращения: 03.04.2023).

В заключении статьи, отметим, что современные аспекты управления качеством и конкурентоспособностью организаций в сфере высшего образования в российской практике должны включать в себя инструменты цифровизации и трансформации образовательного процесса.

Научный руководитель: *Л.А. Донскова*

Е.В. Миронова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление качеством и конкурентоспособность металлургического предприятия Уральского региона

Аннотация. Управление качеством продукции на предприятии металлургического комплекса Уральского региона как фактора способствующего конкурентоспособности предприятия является актуальной темой для исследования.

Ключевые слова: управление качеством; черная металлургия; конкурентоспособность; соединительные детали трубопроводов.

Одной из ведущих тенденций, которая характеризует развитие мировой металлургии, является стремительный рост объемов производства стали в мире, что свидетельствует о значимости черной металлургии и о ее устойчивом развитии [2].

По данным многочисленных современных исследований в отечественной экономике функционируют более 28 тыс. предприятий, предлагающих различные продукты и услуги в сфере металлургического производства. В общем виде указанную отрасль можно разделить на черную и цветную металлургию [1]. Черная металлургия – важнейшая отрасль народного хозяйства, чья продукция используется практически во всех видах экономической деятельности [4].

Внутри страны основными потребителями стальных труб и изделий из них выступают предприятия строительства, добычи нефти и природного газа, транспорта. Устойчивое развитие черной металлургии имеет важное значение для экономической и социальной сферы страны и отдельных ее территорий [4]. На территории Российской Федерации сложилось три региона производства черных металлов – на территории Европейской части страны, в Уральском и Сибирском федеральных округах. В каждом из регионов присутствуют сырьевые и производственные базы, разные по масштабу.

Одним из уральских металлургических предприятий является Первоуральский завод комплектации трубопроводов, который был основан

в 1998 г., и за сравнительно небольшой срок существования прошел путь становления от небольшого цеха до крупного промышленного предприятия по производству соединительных деталей трубопроводов (далее – СДТ)¹. К СДТ относятся: отводы, тройники, переходы (концентрические и эксцентрические), заглушки (днища) и фланцы, которые предназначены для изменения направления и разделения потока среды, соединения между собой труб различных диаметров, поворотов трубопроводов и ответвлений от них.

На сегодняшний день производственные мощности предприятия позволяют выпускать до пятнадцати тысяч тонн деталей в год. Важной составляющей успешного развития предприятия является сертифицированная система менеджмента качества. Безусловно, это является одним из конкурентных преимуществ предприятия, повышающим его деловую активность, которая характеризуется в том числе и качественными показателями, которые уже успели оценить не только российские компании, но и бизнесмены дальнего и ближнего зарубежья².

Первоуральский завод комплектации трубопроводов изготавливает стальные соединительные детали трубопроводов, основными потребителями которых выступают предприятия нефтегазовой добычи, транспортировки, нефтепереработки, предприятия энергетического комплекса и др.

Внедрение и поддержание в рабочем состоянии системы управления качеством является одним из важнейших факторов конкурентоспособности предприятия. Данная система качества ориентирована на постоянное совершенствование деятельности предприятия, направленное на производство высококачественной продукции, максимально удовлетворяющей запросы потребителя. Вся производимая предприятием продукция сертифицирована, что подтверждает ее высокое качество.

Предприятие сохраняет свою привлекательность и экономическую жизнеспособность благодаря оперативности перенастройки производства, качеству и разнообразию производимой продукции, наличию определенного потенциала к дополнительному повышению конкурентоспособности за счет сокращения производственных циклов и потребления энергоносителей, а также высокой степени использования оборудования и агрегатов [3].

Научный руководитель: *Л.Г. Протасова*

¹ Первоуральский завод комплектации трубопроводов. История завода. URL: <http://pzkt.com/about/history/> (дата обращения: 18.03.2023).

² Там же.

Библиографический список

1. *Бажанова М.И.* Управленческий учет затрат на предприятиях трубопроводной промышленности // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Экономика и менеджмент. 2017. Т. 11, № 1. С. 174–177.
2. *Колобова В.В.* Факторы, определяющие интеграционную стратегию металлургических компаний в условиях нестабильности внешней среды // Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Донецк, 5 апреля 2018 г.). Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2018. С. 121–127.
3. *Куберский С.В.* Актуальность создания микрозаводов в структуре металлургического комплекса народных республик Донбасса // Сборник научных трудов Донбасского государственного технического университета. 2019. № 17(60). С. 52–62.
4. *Лукин Е.В.* Черная металлургия Северо-Запада России: тенденции и проблемы развития // ЭКО. 2021. № 10(568). С. 110–132.

Е.В. Онохова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление качеством и конкурентоспособностью в образовательных организациях

Аннотация. Рассматриваются аспекты об образовательных организациях в столкновении с острой конкуренцией. Выявлен рост роли управления качеством в образовательных организациях. Анализируется конкурентоспособность и управление качеством образовательных организаций.

Ключевые слова: образовательные услуги; образовательный процесс; система менеджмента качества; конкурентоспособность; качество; развитие; управление; организация.

В условиях растущей конкуренции на рынке образовательных услуг обеспечение качества образовательного процесса становится одним из ключевых факторов, определяющих успех организации. Система менеджмента качества (СМК) позволяет обеспечить стабильность и надежность функционирования образовательной организации, повысить качество образовательных услуг и удовлетворенность людей, а также оптимизировать бизнес-процессы и управлять рисками [3].

СМК базируется на принципах непрерывного улучшения, оценки потребностей и ожиданий клиентов, управления процессами и ресурсами, а также научного подхода к решению проблем качества [1]. Внедрение СМК позволяет установить систему оценки качества образовательных программ, проводить анализ и улучшение бизнес-процессов,

повысить эффективность использования ресурсов, улучшить процессы управления персоналом и снизить риски для организации.

Система менеджмента качества в образовательных организациях является важным инструментом для обеспечения качества образовательных услуг, удовлетворения потребностей клиентов и обеспечения конкурентоспособности организации на рынке [2]. Она стимулирует профессиональный рост и развитие сотрудников, обеспечивает исполнение обязательств перед студентами и обществом в целом, а также повышает престиж и авторитет организации в профессиональном сообществе и на рынке образовательных услуг.

Для повышения конкурентоспособности образовательных организаций необходимо:

1. Обновлять дидактические материалы, учебники, методики обучения и воспитания, включая организацию положительного академического окружения и популяризацию изучения науки и технологий.

2. Развивать сотрудничество с работодателями, владельцами бизнеса и учебными заведениями для обмена лучшей практикой и знаниями в той или иной области.

3. Стимулировать учителей для самообучения, развития профессиональных навыков и повышения квалификации в соответствии с потребностями и требованиями образовательной среды.

4. Расширять доступность образования, создавая дополнительные возможности для карьерного развития и учебы.

5. Совершенствовать инфраструктуру, создавать комфортные условия для обучения и развития преподавателей и студентов.

6. Активно готовить специалистов в востребованных на рынке труда специальностях, в том числе уделять большее внимание развитию конкурентоспособности в науке и технологиях.

7. Формировать позитивный имидж учебного заведения с помощью эффективной рекламы и маркетинга.

Таким образом, одним из ключевых элементов управления качеством является постоянный мониторинг уровня качества образовательных услуг. Этот процесс позволяет организации оперативно реагировать на изменения в требованиях рынка и потребностях клиентов. Также конкурентоспособность образовательных организаций зависит от их способности адаптироваться к изменениям в образовательной среде, использовать передовые технологии и методики, создавать позитивный имидж и отвечать на потребности и ожидания своих потребителей. Кроме того, управление качеством должно быть организовано таким образом, чтобы образовательная организация отвечала всем необходимым

стандартам, как национальным, так и международным, для того чтобы было возможно получение сертификатов качества и повышения репутации заведения.

Научный руководитель: *Н.В. Лейберова*

Библиографический список

1. *Образование как фактор экономического развития: монография* / В.И. Якунин, С.С. Сулакшин, В.Э. Багдасарян, М.С. Нетесова. М.: Научный эксперт, 2008. 105 с.
2. *Севастьянова О.В., Левашова К.И.* Роль качества в повышении конкурентоспособности продукции // Молодой ученый. 2020. № 24(314). С. 223–226.
3. *Управление качеством в образовании: учеб.-метод. пособие* / сост. С.В. Королева. Екатеринбург: УрГПУ, 2018. 45 с.

О.Д. Полтавец

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление качеством и конкурентоспособностью (на примере производственной организации)

Аннотация. Конкуренция является важным инструментом повышения конкурентоспособности современных организаций. Именно поэтому ей обязательно нужно уметь управлять. Менеджмент должен разрабатывать определенную систему управления деловой репутацией организации и четко ей следовать. В статье рассмотрены вопросы конкурентоспособности, которая определяет постоянное состояние производственной организации.

Ключевые слова: производство; управление качеством; конкурентоспособность; производственная организация; современные технологии; конкуренция; асфальтовый завод; система менеджмента качества.

В современном мире конкуренция в производственной сфере достигает очень высоких уровней. Для повышения конкурентоспособности необходимо использовать современные технологии производства, улучшать качество и дизайн продукта, сокращать время производства, активно внедрять новые идеи и инновации в производственный процесс [2].

Также необходимо осуществлять контроль над производственными затратами и оптимизировать управленческий процесс. Это поможет улучшить финансовую стабильность производственного предприятия и повысить его конкурентоспособность на рынке.

В решении данной проблемы необходимо учитывать динамичность рынка и постоянное изменение потребностей покупателей. Создание

гибкой системы управления и тщательное изучение потребностей рынка помогут производственному предприятию сохранять свой потенциал и уверенно стоять на рынке.

Управление качеством на производственном предприятии – это процесс, направленный на обеспечение высокого уровня качества продукции или услуг, которые предприятие производит. Для этого необходимо осуществлять контроль всех этапов производства – от закупки сырья и материалов до сдачи готовой продукции.

Один из основных инструментов управления качеством на производственном предприятии – это система менеджмента качества. Эта система включает в себя определение целей и задач в области качества, разработку стандартов качества, контроль за выполнением норм и правил, анализ результатов работы предприятия [1]. Также система менеджмента качества предполагает постоянное совершенствование и улучшение производства – поиск новых технологий, разработку новых материалов, поиск и устранение неисправностей.

Другой важный инструмент управления качеством – это контроль качества на всех этапах производства. Для этого необходимо использование технологического оборудования, отслеживание качества сырья и материалов, проверка всех этапов производства, контроль за выполнением норм и правил, а также проверка готовой продукции перед отправкой на склад и перед отгрузкой заказчику.

Применение этих инструментов управления качеством позволяет предприятию гарантировать высокий уровень качества своей продукции или услуг, что, в свою очередь, позволяет повысить доверие со стороны потребителей и увеличить прибыль предприятия.

Например, асфальтовые заводы являются одной из основных базовых инфраструктур для производства дорожного покрытия. Как и любое другое предприятие, оно должно быть конкурентоспособным, чтобы выживать на рынке и развиваться.

Для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность на асфальтовом заводе, в первую очередь необходимо совершенствовать техническое оснащение и использовать новейшие технологии. Это поможет увеличить производительность, снизить затраты и повысить качество выпускаемой продукции¹.

Важным фактором для конкурентоспособности является состояние транспортной инфраструктуры, наличие удобных подъездных путей и железнодорожной ветки, что обеспечивает доставку материалов и готовой продукции вовремя.

¹ ГОСТ Р 56639–2015 Технологическое проектирование промышленных предприятий. Общие требования.

Кроме этого, необходимо следить за качеством сырья и материалов, которые используются в производстве. Стоит уделять большое внимание контролю качества получаемой продукции, чтобы она отвечала всем стандартам и требованиям.

Немаловажным фактором является возможность производства широкого ассортимента продукции, которую сможет охватить целевая аудитория. Важны и опытные кадры, которые смогут обеспечить эффективную работу предприятия.

Таким образом, для обеспечения конкурентоспособности необходимо выявление и удовлетворение потребностей клиентов, продумывание стратегии развития, совершенствование технологических и организационных процессов, подбор квалифицированных сотрудников и соблюдение всех стандартов и нормативов.

Научный руководитель: *Т. С. Худякова*

Библиографический список

1. *Дихунян В.Л., Никольская Т.Г.* Процессы и менеджмент качества в развитии экономических успехов предприятия. М.: НТК Трек, 2005. 143 с.
2. *Захаров А.Н., Зокин А.А.* Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. 2004. № 1-2. С. 1–5.

А.А. Халевина

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Управление качеством как фактор повышения конкурентоспособности предприятия

Аннотация. Статья посвящена такому фактору повышения конкурентоспособности, как управление качеством. Рассмотрены основные факторы повышения конкурентоспособности, а также влияние повышения качества продукции на конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: имидж организации; бренд; маркетинговая стратегия; конкурентоспособность; управление качеством.

В условиях современного рынка предприятия сталкиваются с проблемой обеспечения конкурентоспособности. Отечественный ученый-экономист Р.А. Фатхутдинов писал, что конкурентоспособность предприятия является его свойством, которое обладает величиной ре-

ального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с конкурентами, представленными на данном рынке [1]. Отсюда следует, что конкурентоспособность зависит от качества продукта и сравнения его с аналогами на рынке, поэтому необходимо повышать качество и удовлетворять потребности потенциальных клиентов, а также предлагать наиболее выгодные условия по сравнению с конкурентами, для сохранения своей конкурентоспособности. Также необходимость сохранения и увеличения конкурентоспособности производственных и коммерческих предприятий обусловлена постоянными изменениями внешней среды из-за экономических кризисов [3].

Существует несколько способов, которые могут привести к повышению конкурентоспособности продукции, одним из которых является инновационный метод. Его смысл заключается в том, что продукт может быть усовершенствован с целью улучшения его потребительских свойств и снижения производственных затрат. Для достижения этой цели могут быть использованы высокотехнологичное промышленное оборудование, инновационные технологии производства и т.д., которые напрямую способствуют сокращению расходов, улучшению качества продукции и оптимизации производственных процессов

Еще одним способом, обеспечивающий конкурентоспособность предприятия является развитие качества продукции. Термин «качество продукции» представляет собой совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением [2]. Данный термин надвигает на мысль, что продукция должна включать определенный набор свойств, которые делают ее подходящей для покупателей. Повышение качества может быть достигнуто через систему управления качеством, которая содержит в себе контроль качества, сертификацию, стандартизацию процессов, анализ результатов производства, а также постоянное улучшение и повышение качества. Данная система позволяет повысить качество продукции, снизить количество бракованной продукции и сократить затраты на производство, а также привлечь новых клиентов, так как качество продукции становится все более важным фактором для современного потребителя. В данной статье рассмотрим, как повышение качества продукции может помочь компании улучшить свою конкурентоспособность.

В первую очередь, улучшение качества продукции влечет за собой удовлетворенность клиентов. Потребители всегда будут оставаться лояльными к компании, которая предлагает продукцию наивысшего качества. Качество продукции также помогает сформировать положи-

тельную репутацию компании, что может привести к привлечению новых клиентов, увеличению продаж, а также доли рынка. Отличным примером, является компания «Жизньмарт», основанная в г. Екатеринбурге. Данная компания занимается продажей готовой еды, а также ее доставкой. Одним из основных принципов данной кампании является постоянное улучшение качества продукции, что позволяет привлечь новых клиентов, а также оставаться конкурентоспособной организацией в Екатеринбурге. Кроме того, данная компания имеет положительный рейтинг среди покупателей, благодаря качественным товарам.

Несомненно, повышение качества продукции помогает снизить издержки на производство. Качество продукции напрямую зависит от количества брака и отходов. Если качество высокое, то количество брака и вероятность возврата снижается. Это в значительной степени уменьшает затраты на отходы и переработку. Таким образом, издержки компании на производство уменьшаются, тем самым компания повышает свою прибыльность и укрепляет рыночную позицию на фоне конкурентов. Отличным примером может послужить компания Coca-Cola, которая активно использует технологию HFC (High Frequency Welding). Данная технология используется для изготовления бутылочек из полимерных материалов, что позволяет существенно сократить расходы на энергию по сравнению с традиционным методом производства бутылок.

Стоит также отметить, что повышение качества продукции может помочь компании оптимизировать свои производственные процессы и повысить эффективность производства. То есть, если продукция имеет высокое качество, то время, затрачиваемое на ее изготовление, снижается, а производительность, соответственно, повышается. Конкретным примером оптимизации производства может служить компания Toyota, которая использовала систему Kanban для оптимизации производства автомобилей. Данная система, является инструментом управления производством, который позволяет управлять потоком материалов и информации, а также сокращать промежутки между задачами и увеличивать производительность труда. Toyota применяет систему Kanban на своих производственных линиях для улучшения производительности, что позволяет компании контролировать инвентаризацию частей и материалов, управлять процессом производства и увеличивать скорость производства, тем самым это привело к повышению качества и снижению стоимости производства. Благодаря установленной системе Kanban, Toyota смогла ускорить производственный процесс, увеличить количество производимых автомобилей и улучшить качество выпускаемой продукции.

В заключение, повышение качества продукции является ключевым фактором в повышении конкурентоспособности предприятия. Высококачественная продукция может помочь компании удерживать клиентов, снижать издержки, увеличивать эффективность производства, увеличивать продажи и расширять свою долю на рынке. Поэтому всегда стоит работать над повышением качества своей продукции для достижения более высоких результатов в бизнесе.

Научный руководитель: *Т.Ж. Солосиченко*

Библиографический список

1. *Михайловская В.В.* Конкурентоспособность сельскохозяйственной организации // Студенческая наука – взгляд в будущее: материалы XVII Всерос. студ. науч. конф. (Красноярск, 16–18 марта 2022 г.). Красноярск: Красноярский ГАУ, 2022. Ч. 3. С. 54–57.

2. *Михеева М.М., Тимофеев Р.А.* К вопросу об управлении качеством продукции на предприятии // Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 16–17 июня 2022 г.). Пенза: Пензенский ГАУ, 2022. С. 315–317.

3. *Ярандайкин Н.С., Щеголева Э.Н.* Работа предприятия в условиях конкуренции // Вестник магистратуры. 2022. № 3-1 (126). С. 9–12.

Д.Р. Хаматнурова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Процессный подход – основа внедрения риск-менеджмента на предприятии

Аннотация. Рассматривается способ внедрения эффективной системы менеджмента рисков через применение процессного подхода. Основная цель: описать процесс построения системы управления рисками с точки зрения процессного подхода и цикла PDCA в теории и на примере конкретного предприятия.

Ключевые слова: риск-менеджмент; управление рисками; цикл PDCA; процессный подход; построение процесса менеджмента рисков.

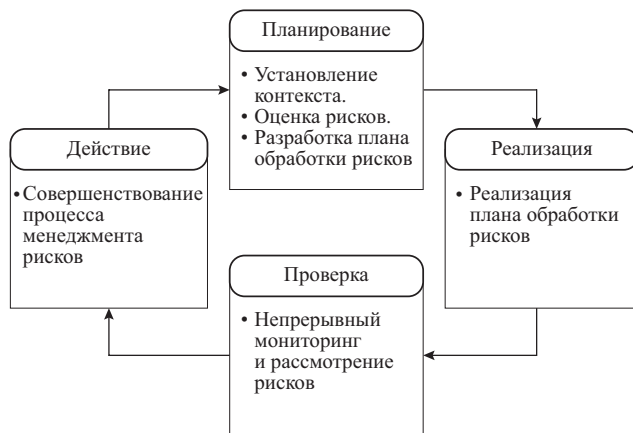
Невозможно представить себе организацию, деятельность которой не подвергается рискам. Согласно ГОСТ Р ИСО 31000-2019 «Менеджмент риска. Принципы и руководства», термин «риск» определяется следующим образом «следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей». Отсюда видно, что эффективное управление рисками является инструментом для достижения целей организации.

Риск менеджмент подразумевает под собой комплекс мероприятий, направленных на идентификацию и контроль рисков, оказывающих влияние на деятельность организации. Он позволяет минимизировать негативные факторы, а также получить максимальную выгоду от имеющихся возможностей.

С появлением нового стандарта ИСО 9001:2015 организации стали внедрять риск менеджмент, однако некоторые из них до сих имеют незрелые процессы управления рисками. Воздействие на риски носит ситуативный и хаотичный характер. Такой подход не оказывает должного эффекта.

Стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования» уделяет большое внимание процессному подходу: «Процессным подходом может считаться систематическая идентификация и менеджмент применяемых организацией процессов и прежде всего обеспечения их взаимодействия». Одной из основ данного подхода можно назвать цикл PDCA или более широкое название цикл Деминга.

Эффективно выстроенный риск-менеджмент представляет собой циклически повторяющийся процесс, схожий с PDCA (см. рисунок).



Процесс менеджмента рисков в рамках цикла PDCA¹

Такой подход к построению процессов позволяет достигать непрерывного улучшения, а также воздействовать на риски систематически и комплексно.

В качестве примера, будет рассмотрен кейс ООО «Уральский дизель-моторный завод» (далее ООО «УДМЗ»). ООО «УДМЗ» – ведущее

¹ Макеев А.С. Менеджмент рисков информационной безопасности как непрерывный процесс // Молодой ученый. 2016. № 10 (114). С. 62–66. URL: <https://moluch.ru/archive/114/29934/> (дата обращения: 12.01.2023).

российское машиностроительное предприятие по разработке, производству, обслуживанию, монтажным и пусконаладочным работам и сервисному обслуживанию высокооборотных дизельных двигателей и дизель-генераторов промышленного и специального назначения в соответствии с классами ЕК 001-2020: 2815, 6115.

В ООО «УДМЗ» производился переход с ГОСТ ISO 9001-2011 на ГОСТ Р ИСО 9001-2015. На предприятии была разработана инструкция по управлению рисками, которая описывала в сухом формате определения риск ориентированного мышления без применения методов оценки рисков. Меры по управлению рисками существовали в личных записях руководителей структурных подразделений и осуществлялись на интуитивном уровне. Таким образом, каждый руководитель в действительности не знал, что делать в рискованной ситуации.

В процессе внедрения эффективного управления рисками разработана процедура «Управление рисками», которая определяет основные этапы управления рисками, такие как:

- выявление и оценка рисков, влияющих на достижение стратегических и организационных целей ООО «УДМЗ»;
- планирование деятельности ООО «УДМЗ» с учетом рисков;
- предоставление информации о рисках при принятии стратегических и управленческих решений;
- разработать план мероприятий по устранению выявленных рисков;
- обеспечить принятие мер по минимизации возможности и негативного влияния рисков на деятельность ООО «УДМЗ»;
- отслеживать меры по контролю рисков;
- координация, предоставление и оценка эффективности своевременных мер реагирования на риски.

После разработки стандарта было проведено его внедрение и апробация. Также для определения путей улучшения процесса был проведен опрос сотрудников.

В ходе апробации и анализа полученной информации по управлению рисками были разработаны рекомендации улучшению процесса, которые состояли из следующих основных этапов:

1. Внести изменения в документированную процедуру «Управление рисками». Отрастить в ней необходимость предоставления Ежегодного отчета от подразделений, включающего в себя информацию о том, произошел риск или нет, были ли выявлены новые риски, проведенные мероприятия по нейтрализации рисков.

2. Организовать службу управления рисками, ввести должность риск менеджера с подчинением директору по качеству. Назначить данную службу ответственными за популяризацию риск ориентированного мышления внутри предприятия.

3. Провести обучение сотрудников. Ознакомить их с принятой процедурой «Управление рисками», обучить алгоритму идентификации и оценки рисков.

4. По окончании обучения провести проверку знаний сотрудников.

5. Начать работу с департаментом по экономике и финансам для проведения оценки стоимостного соответствия возможных потерь от рисков и затрат на реализацию мероприятий по их устранению.

В результате, благодаря внедрению процессного подхода и управлению рисками через цикл PDCA, полученная система менеджмента качества может стать основой для планирования и реализации эффективных управленческих решений, улучшения результативности процессов, достижения результатов и предотвращения негативных последствий.

Подводя итог, стоит еще раз отметить, что риск менеджмент должен плотно внедриться в схему всех процессов организации. Его процессы, так же, как и остальные процессы организации должны проходить полный цикл PDCA для того, чтобы стремиться к постоянному улучшению. Симбиоз процессного подхода и риск ориентированного мышления улучшает результативность организации, ее устойчивость и конкурентоспособность.

Научный руководитель: *С.В. Михеева*

П.Д. Якимова, Е.А. Тельминова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Конкурентоспособность предприятий общественного питания

Аннотация. Рассматриваются вопросы конкурентоспособности предприятий общественного питания. Анализируются факторы конкурентоспособности и показатели, выявляющие особенности деятельности предприятий индустрии питания.

Ключевые слова: пищевые системы; конкурентоспособность; качество обслуживания; предприятие питания.

В наши дни форматов организации общественного питания множество: это не только кафе и рестораны, но и кулинарные комбинаты, специализированные фабрики, догоготовочные предприятия и т. д. [2].

В условиях рыночной экономики, индустрия общественного питания является экономически значимой и социально необходимой. Постепенно появляется все больше ресторанов быстрого питания, сетевых магазинов, а также заведений не только продающих, но и доставляющих готовую продукцию. На наш взгляд, эта сфера растет в разы быстрее, чем какие-либо другие составляющие рынка услуг. За счет большого количества таких предприятий, среди них усиливается конкуренция, и есть возможность сравнить деятельность некоторых из них между собой. Речь идет о конкурентоспособности, которая во многом зависит от множества факторов и показателей.

Для того чтобы говорить о конкурентоспособности в области общественного питания, нужно определить, что же это такое.

Конкурентоспособность – свойство, основывающееся на безусловной рентабельности продукции, посредством чего определяется значимость предприятия, его уровень качества, обслуживания, а также определяется, на сколько, по сравнению с конкурентами, потребитель удовлетворен данным предприятием. Со стороны потребителя конкурентоспособность можно определить как более высокое по сравнению с аналогами-заменителями соотношение современных качественных характеристик услуг и затрат на приобретение и потребление при соответствии продукции требованиям определенного сегмента [1].

Явно сказать о каком-то доминирующем предприятии в данной сфере нельзя, потому что как только начинает выявляться лидер, на рынке возникают новые компании, которые привносят новшества в восприятие клиентами предоставляемых продуктов и услуг. То есть для того, чтобы бизнес в сфере общественного питания был действительно успешен и мог конкурировать с другими предприятиями этого сегмента, стратегия его развития и реализации продукции должна базироваться на следующих основных факторах конкурентоспособности: насыщенность рынка, доступность источников финансирования, качество произведенных товаров (технологии производства и виды фабрикатов, которые используют в процессе изготовления), ценовая политика, наличие доставки.

Для более подробного анализа вопроса о факторах конкурентоспособности нами были проведены маркетинговые исследования, которые показали, что определяющими и важными факторами для потребителей являются: качество продукции и наличие доставки. Мы выделили именно эти показатели, поскольку: качество продукции в целом определяющий параметр для привлечения покупателя, а доставка – основной аспект выбора потребителя с ограниченным количеством времени, которого в наши дни зачастую не хватает практически любому человеку.

Первостепенной характеристикой продукции выступает именно ее качество, которое объединяет в себе параметры вкуса, внешнего вида и гастрономического свойства. Определяющее условие для такого вида продукции – соответствие стандартам. Именно качество продукта, которое обуславливается конкретными потребностями покупателя, вызывает у него наибольший интерес.

Нами выявлено 4 показателя качества товаров: физические – размер, форма; эстетические – стиль, красота; символические – статус, престиж; дополнительные – сервировка и т.д. Количественная функция одного или нескольких из показателей качества товаров, и определяется, как основной показатель гарантии высококачественности продукции предприятия общественного питания.

Во-вторых, наличие доставки. В период пандемии предприятия, осуществляющие доставку стали очень распространены и популярны, а так как привычки у людей имеют свойство приживаться, то многие так и пристрастились к доставке. Более того, получить продукт, не выходя из дома, тоже перспектива довольно заманчивая, на что и делается упор. Сейчас подавляющее большинство компаний предлагают бесплатную, а также круглосуточную доставку. То есть для самого предприятия это в первую очередь дополнительная прибыль, потому как без доставки круг покупателей, которые порой испытывают нежелание выходить из дома, уменьшился бы в разы, что было бы не выгодно.

Мы выявили, что в индустрии питания качество товара и его доставка в современных реалиях – основные показатели конкурентоспособности, которые во многом влияют на оборот предприятия, на его востребованность и узнаваемость среди потребителей.

Научный руководитель: *Т.Ж. Солосиченко*

Библиографический список

1. *Дудов А.С.* Конкурентоспособность предприятий сферы услуг // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2013. № 12(60). С. 9.
2. *Сологубова Г.С.* Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб. для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2023. 396 с.

Направление 2.

Экономико-правовые основы развития конкуренции и повышения конкурентоспособности организаций

А.И. Мотина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Налоговая конкуренция как вектор движения к миру с низкими налогами

Аннотация. Статья посвящена налоговой конкуренции как одному из принципов политики государства в контексте налогового администрирования. Рассмотрено взаимодействие между «институциональной конкуренцией» и «государственной конкуренцией» с позиции формирования более эффективной налоговой политики.

Ключевые слова: стимулы; принципы; налоги; конкуренция; налогообложение.

Один из важнейших экономических принципов заключается в том, что *стимулы имеют значение*. На первый взгляд это незаметный принцип, но его правильное понимание является немаловажным обстоятельством. Задача состоит в том, чтобы найти структуру, систему, в которой люди будут заинтересованы поступать «правильно». В контексте данной статьи это означает нахождение структуры, в которой политики будут заинтересованы в снижении налогов, даже если они не обязательно хотят этого с идеологической точки зрения. По сути, речь идет о налоговом администрировании [1, с. 24].

По мнению автора, определенное значение здесь может сыграть конкуренция. Для сторонников рынка конкуренция всегда имела огромное значение. Так, Фридрих Хайек определял конкуренцию как «процедуру открытия, не только предоставляющей любому, у кого есть возможность использовать особые обстоятельства, возможность сделать это с выгодой, но и дающей другим сторонам информацию о том, что такая возможность существует» [2].

При этом часто пренебрегают так называемой «институциональной конкуренцией» или «государственной конкуренцией», которая представляет собой конкуренцию между государствами и правительствен-

ными учреждениями. Идея ясна: в мире с более чем одним государством, отдельные страны почти неизбежно будут конкурировать друг с другом в той или иной сфере. Так, если в стране А установлена 60% фиксированная налоговая ставка, а в стране Б – только 30%, то миграционные потоки будут – *при прочих равных* условиях – направлены из страны А в страну Б. Поскольку все больше частных лиц и компаний перемещаются из А в Б, то страна А постепенно утрачивает свою налоговую базу и, следовательно, свои доходы, для поддержания которых ей придется следовать налоговой политике страны Б и также снижать налоги [2].

В итоге все остаются с более низкими налогами. В конце концов, такая «гонка на понижение» в налоговой политике приведет к снижению налогов и, как следствие, к тому, что частным лицам и компаниям будет позволено оставлять большую часть своего заработка и прибыли в собственном кармане.

Налоговая конкуренция сегодня является «глобальным бизнесом» [2]. С растущим разделением труда и глобальными торговыми каналами это действительно стало глобальной экономикой, где все страны конкурируют друг с другом [2]. Если кому-то нужно окончательное доказательство эффективности налоговой конкуренции, его можно найти по ставкам корпоративного налога во всем мире и их изменению за последние десятилетия.

Убедить государство в том, что низкое налогообложение для него выгодно, – сложная, но похвальная задача. Поиск структур, в которых правительства будут заинтересованы в достижении этих целей, независимо от их политических взглядов, может быть наиболее практичным из доступных вариантов.

Научный руководитель: *А.Л. Анисимов*

Библиографический список

1. *Анисимов А.Л.* Эффективность налогового администрирования в налоговой системе Российской Федерации // Известия Уральского государственного экономического университета. 2015. № 1 (57). С. 24–30.

2. *Weiss K.* Tax Competition: A Practical Way to a Low-Tax World // Austrian Economics Center. 2018. 20 Nov. URL: <https://austriancenter.com/tax-competition>.

Economic and social problems. Inflation in Russia and the Sverdlovsk region

Summary. The article examines inflation in Russia and in the Sverdlovsk region, analyzes the definition of inflation. The author draws the conclusion on inflation in Russia and in the region.

Keywords: inflation; Russia; Sverdlovsk region; prices; Bank of Russia.

Inflation is a permanent increase in the general price level of goods and services in the economy. When we talk about inflation, we usually refer to the consumer price index (CPI), which measures changes over time in the prices of a basket of goods and services consumed by a typical household (i.e. the prices of a “consumption basket”).

Prices can rise faster or slower. The former means an increase in inflation, the latter a decrease. Inflation can change for different reasons. Take price increases as an example. If the demand for goods and services exceeds the level of supply, this is the effect of a demand factor [1].

High inflation means a decrease in the purchasing power of incomes of all economic subjects, which negatively affects demand, economic growth, living standards and sentiment in society.

Impairment of income reduces people’s opportunities in the marketplace. It prevents the formation of a financial basis. Together with high inflation comes uncertainty, which also prevents citizens from making decisions. Altogether, this has a negative impact on consumption, production, and in general on the conditions for sustainable economic development¹.

In December 2022, annual inflation in Sverdlovsk Region rose to 11.83% from 11.59% in November, still lower than in the country as a whole (11.94%) but higher than in the Ural Federal District (9.94%). The acceleration of inflation in the region is due to the postponement of the indexation of housing and utility tariffs from July 2023 to December 2022, as well as the increase in the costs of some other types of services².

The annual growth rate of food prices in December in the Sverdlovsk region was 9.98% after 10.50% in November. Thanks to a large grain harvest in Russia, its value in the market continued to decrease, which led to lower

¹ *What is inflation* // Bank of Russia. URL: https://cbr.ru/dkp/about_inflation/ (In Russ.)

² *Information and analytical commentary on inflation in the Sverdlovsk region in December 2022* // Bank of Russia. January 23, 2023. URL: <https://cbr.ru/press/reginfl/?id=26976> (In Russ.)

costs. Then the annual rise in prices for flour, bread, bakery and pasta products slowed down in the region¹.

Lower cereal prices are beneficial for the livestock sector as they reduce the increase in feed costs. This has reduced the pressure on livestock costs for farming organisations and, together with the increase in domestic milk production, reduces the increase in prices for milk and dairy products, including cottage cheese, cream, cheese and butter².

Non-food price growth continued to slow in December, with a rate of 12.85% after 13.66% in November. The restrained consumer activity was the main factor that determined the dynamics of non-food prices in December. Thus, against the background of restrained demand, the annual growth of prices for new cars continued to slow down.

Under the conditions of limited export supplies of petroleum products, the supply of motor fuel in the domestic market remained elevated compared to the demand for it, which led to a slowdown in the growth of gasoline prices in the region.

Annual inflation in the Urals Federal District rose from 9.70% in November to 9.94% in December. The main reason for the acceleration of inflation in the region is the postponement of indexation of utility and electricity tariffs from July 2023 to December 2022. Increases in mobile phone tariffs in some districts to compensate for the rising costs of maintenance and upgrading of telecom operators' networks also contributed to the acceleration in price inflation³.

Annual inflation in Russia has slowed to 11.94%. According to the forecast of the Bank of Russia, annual inflation will continue to decline and may briefly fall below 4% in the spring of 2023 due to the base effect. Given the ongoing monetary policy, annual inflation will be 5.0–7.0% in 2023 and return to 4% in 2024.

It is in the government's interest to keep inflation moderate – rising prices affect public sentiment. In addition, high inflation creates a situation of increased uncertainty that affects decision-making, which can ultimately hit a variety of economic indicators. To influence inflation, the world's central banks set the main rate – in Russia it is called the key rate. The goal is to regulate the level of demand for money in the economy [2].

Scientific adviser: *E.A. Salimgareeva*

¹ *Information and analytical commentary on inflation in the Sverdlovsk region in December 2022* // Bank of Russia. January 23, 2023. URL: <https://cbr.ru/press/reginfl/?id=26976> (In Russ.)

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

References

1. *Andrianov V.D.* Inflation: causes and methods of regulation: monograph. Moscow: Ekonomika, 2010. 181 p. (In Russ.)
2. *Menshikov S.M.* Inflation and crisis of economic regulation. 2nd ed. Moscow: URSS; LENAND, 2022. 366 p. (In Russ.)

Д.А. Обоскалов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Исследование географических границ рынка сбыта продукции ПАО «КБ „Уральский банк реконструкции и развития“»

Аннотация. Определены географические границы рынка сбыта продукции ПАО «КБ „УБРиР“». С помощью метода парных сравнений Саати выявлены ключевые субъекты РФ, в которых кредитная организация осуществляет деятельность.

Ключевые слова: географические границы рынка; метод Саати; УБРиР; рынок денежного посредничества; Свердловская область.

ПАО «КБ „Уральский банк реконструкции и развития“» (далее – Банк, УБРиР) – один из 30 крупнейших коммерческих банков России¹. В настоящее время он включен в реестр из 22 кредитных организаций, признанных Банком России значимыми на рынке платежных услуг². Также УБРиР занимает 18-ю позицию в рейтинге банков по объему вкладов физических лиц, составленном авторитетным порталом «Банки.ру»³.

Банк осуществляет деятельность на основании выданной ЦБ РФ генеральной лицензии № 429 во всех федеральных округах РФ, у него нет филиалов за рубежом. Основной вид деятельности организации по ОКВЭД: 64.19 – денежное посредничество прочее.

Обслуживание клиентов УБРиР осуществляется как в территориальных подразделениях, так и дистанционно посредством: интернет-банка, мобильного банка, официального сайта Банка в сети Интернет, круглосуточной горячей линии Банка, сети собственных банкоматов – что позволяет Банку реализовывать продукты и услуги даже в регионах отсутствия банковских точек продаж.

¹ *Информация о банке* // Сайт Уральского банка реконструкции и развития. URL: <https://www.ubr.ru/o-banke>.

² *Реестр кредитных организаций, признанных Банком России значимыми на рынке платежных услуг* // Сайт Банка России URL: <https://cbr.ru/registries/nps/reestr>.

³ *Рейтинги банков* // Банки.ру. URL: <https://www.banki.ru/banks/ratings>.

Основная деятельность Банка сосредоточена в Уральском, Приволжском, Центральном и Сибирском федеральных округах. В настоящее время на них приходится порядка 89% всех подразделений, 96% всех банкоматов УБРиР и 86% всех городов, в которые Банк осуществляет доставку своих продуктов (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Данные об УБРиР в разрезе федеральных округов РФ

Федеральный округ	Подразделения		Банкоматы		Города доставки	
	Кол-во	Уд. вес, %	Кол-во	Уд. вес, %	Кол-во	Уд. вес, %
Уральский	90	47,1	639	66,4	51	36,4
Приволжский	42	22,0	238	24,7	25	17,9
Центральный	25	13,1	25	2,6	37	26,4
Сибирский	13	6,8	26	2,7	8	5,7
Южный	9	4,7	17	1,8	8	5,7
Северо-Западный	8	4,2	16	1,7	6	4,3
Северо-Кавказский	3	1,6	0	0,0	2	1,4
Дальневосточный	1	0,5	1	0,1	3	2,1
Всего	191	100,0	962	100,0	140	100,0

Источник: Офисы и банкоматы // Сайт Уральского банка реконструкции и развития. URL: <https://www.ubrr.ru/ofisy-i-bankomaty>.

В общей сложности в 45 субъектах РФ функционирует 191 территориальное подразделение Банка, большинство из них сосредоточено в Свердловской области (31,4%), Челябинской области (11%), г. Москве (6,3%).

Общее количество собственных банкоматов УБРиР достигает 962, они расположены в 36 субъектах РФ. Большинство банкоматов находится в Свердловской области (53,7%), Челябинской области (10,7%), а также Республике Башкортостан (4,7%).

На текущий момент в 51 субъекте РФ осуществляется доставка банковских продуктов УБРиР: кредитов, кредитных карт и дебетовых карт. Основная доля всех городов доставки приходится на Свердловскую область (21,4%), также лидерами являются Московская область (16,4%) и Челябинская область (10%). Общее количество городов доставки составляет 140.

Для оценки относительной значимости отдельных субъектов РФ в деятельности организации использовались показатели плотности рас-

пределения подразделений, банкоматов и городов доставки на 1 млн чел. численности населения субъекта. С помощью метода парных сравнений Саати были выделены 10 ключевых для УБРИР субъектов РФ (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

10 наиболее значимых для деятельности УБРИР регионов

№ п/п	Субъект	Федеральный округ	Относительная значимость, %
1	Свердловская область	Уральский	12,8
2	Челябинская область	Уральский	5,0
3	Кировская область	Приволжский	3,5
4	Пермский край	Приволжский	3,2
5	Удмуртская Республика	Приволжский	2,6
6	Курганская область	Уральский	2,3
7	Оренбургская область	Приволжский	2,1
8	Республика Башкортостан	Приволжский	2,1
9	Саратовская область	Приволжский	2,1
10	Ямало-Ненецкий автономный округ	Уральский	2,0

Таким образом, ПАО КБ «УБРИР» широко представлен на рынке денежного посредничества России, а масштаб его деятельности не ограничивается границами Уральского региона (см. рисунок).



Географические границы рынка сбыта продукции УБРИР

Ключевые позиции Банк занимает в Свердловской области, а также в ближайших к ней субъектах.

Научный руководитель: Л.Ф. Шайбакова

Роль интернет-маркетинга как фактора повышения конкурентоспособности организации

Аннотация. В условиях развития технологий в современном мире, любая организация стремится к получению преимущества над конкурентами. В статье рассматривается один из наиболее эффективных факторов повышения конкурентоспособности организации – интернет-маркетинг, а также его роль и значимость.

Ключевые слова: информационные технологии; интернет-маркетинг; конкурентоспособность.

Развитие интернет-технологий напрямую влияет на процесс продвижения продукции компании. Появляется необходимость применения новых методов и способов ведения бизнеса. В качестве одного из инструментов ведения являются информационные технологии, которые позволяют взаимодействовать между субъектами рынка. В области информационных технологий ключевое место занимает глобальная сеть Интернет, которая содержит в себе несколько уникальных преимуществ. В качестве преимуществ можно выделить большой охват аудитории, а также высокую эффективность предоставления информации позиционирования продукции предприятия¹.

Актуальность интернет-маркетинга заключается в том, что с каждым годом количество интернет-пользователей стремительно растет, реклама в интернете набирает все большую популярность. С помощью интернет-маркетинга у организаций появляется возможность продвижения своей продукции в интернете, сэкономив при этом на персонале, который занимался распространением рекламы, поэтому актуальность этого направления очень высокая².

В нынешних экономических условиях, конкурентоспособность на рынке IT-технологий становится все более актуальной. В качестве примера, рассмотрим компанию ООО «Маркетинг и онлайн продажи», основными видами деятельности которой являются:

1) разработка IT-решений для B2B-сектора и создание систем для автоматизации бизнес-процессов организации;

¹ Кензина Ц.З., Манджиев Б.А. Интернет-маркетинг как инструмент развития предприятия // Молодой ученый. 2016. № 27.2 (131.2). С. 17–18. URL: <https://moluch.ru/archive/131/36447/> (дата обращения: 02.04.2023).

² Интернет маркетинг – что это и как это работает? // Pro Promotion Creative Web Studio. URL: <https://pro-promotion.ru/articles/marketing/internet-marketing-chto-eto-i-kak-eto-rabotaet>.

2) создание, поддержка и продвижение интернет-проектов, сайтов, стартапов, продвижение в социальных сетях;

3) проведение рекламных кампаний в интернете, таргетированная, медийная и контекстная реклама, а также их сопровождение;

4) брендинг, разработка веб-дизайна.

Ключевая цель организации – поддержка развития бизнеса за счет использования инструментов интернет-маркетинга, веб-разработки, а также предложением наиболее эффективных IT-решений. Специфика такого бизнеса – разработка программного обеспечения в условиях отсутствия офиса или постоянного пребывания на определенной территории.

В рамках повышения конкурентоспособности организации можно предложить проведение активных рекламных компаний, а также продвижение web-сайта. Непрерывный анализ рыночной конъюнктуры, а также проведение данных мероприятий позволяют организации повысить ее конкурентоспособность, выявить, оценить и нейтрализовать угрозы.

Таким образом, интернет-маркетинг выступает в виде одного из ключевых факторов на пути обретения компанией статуса лидера. Грамотная маркетинговая политика повышает конкурентоспособность организации и продукции.

Научный руководитель: *Л.Ф. Шайбакова*

А.В. Петрова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экономические основы развития конкуренции и повышения конкурентоспособности в сфере здравоохранения

Аннотация. Рассматриваются вопросы повышения конкурентоспособности в сфере здравоохранения, современные подходы к конкурентоспособности медицинской организации. Сделан вывод, что одним из направлений конкурентоспособности является создание ценности медицинского учреждения для пациента – индивидуальный подход, реализация более комфортных условий и увеличение степени удовлетворенности оказанными услугами, повышение доступности и качества медицинских услуг, введение цифровых медицинских технологий.

Ключевые слова: конкурентоспособность; качество; медицинские услуги; стратегия; пациентоориентированность.

Увеличение продолжительности жизни, снижение смертности трудоспособного населения, повышение доли населения, удовлетворенного качеством медицинской помощи, являются приоритетными для

учреждений здравоохранения в рамках реализации Национального проекта «Здравоохранение», государственной программы «Развитие здравоохранения» и задач, озвученных Президентом Российской Федерации В.В. Путиным в Послании Федеральному собранию.

Пандемия, участвовавшие случаи вспышек вирусных инфекций, старение населения, нестабильность внешней среды обуславливают значительные изменения в сфере здравоохранения создают дополнительную нагрузку на ресурсы здравоохранения, диктуют необходимость трансформации модели здравоохранения, привлечения современных инновационных стратегий для процветания и выживания.

Для любой организации, осуществляющей деятельность в системе здравоохранения Российской Федерации, повышение конкурентоспособности является основным приоритетом направления. Конкуренция способна увеличить удовлетворенность пациентов качеством медицинских услуг, уменьшить затраты на медицинское обслуживание, сгладить неэффективность всей системы здравоохранения и ее участников.

Повышение конкурентоспособности медицинских учреждений и улучшение качества медицинских услуг, которые они предоставляют, является главной задачей частной системы здравоохранения.

По данным Росстата общий объем предоставленных медицинских услуг, не входящих в систему обязательного медицинского страхования, вырос на 8%, с 1,1 трлн р. в 2021 г. до 1,2 трлн р. в 2022 г. Основной скачок рынка платной медицины случился в 2021 г. – сразу на 26%. Всего за два года прирост составил 36%. Динамика объема платных медицинских услуг населению России в 2019–2022 гг. представлена в таблице.

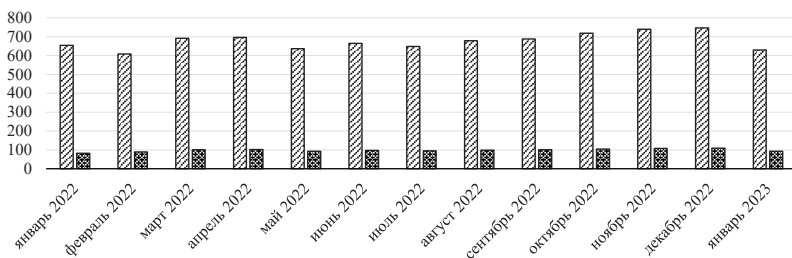
**Динамика объема платных медицинских услуг населению России
в 2019–2022 гг.**

Объем платных услуг	2019	2020	2021	2022
Объем платных медицинских услуг на душу населения, р.	6 196	5 917	7 486	8 077
Объем платных услуг всего, млрд р.	909	867	1 092	1 177

Относительная стабильность сохраняется у рынка Добровольного медицинского страхования – 15% рынка платных медицинских услуг.

Рост платных медицинских услуг возрастает за счет расширения диагностических возможностей частной медицины, внедрения современных и инновационных технологий диагностики и лечения, высокого уровня профессионализма и квалификации врачебного персонала, что способствует увеличению количества пациентов.

Доля частной медицины в общем объеме платных услуг, оказываемых в России, увеличилась с 9,3% в 2021 г. до 9,6% – в 2022 г. Максимальные расходы населения в категории медицинских услуг зафиксированы в декабре 2022 г. – на платную медицину россияне потратили около 109 млрд р. Минимальные показатели наблюдаются в январе – 82 млрд р. В январе 2023 г. было затрачено 92 млрд р. (см. рисунок).



▨ Объем платных медицинских услуг на душу населения, руб. ■ Объем платных услуг всего, млрд руб.

Динамика объема платных медицинских услуг населению России в 2022 г. – январе 2023 г.

Сектор коммерческой медицины развивается благодаря расширению уже существующих клиник и открытия новых медицинских центров. Рост инвестиций обусловлен перспективой включения ряда услуг в систему обязательного медицинского страхования при поддержке государства, в том числе со стороны крупных сетей, объясняется перспективами в дальнейшем окупить их за счет расширения присутствия в системе ОМС, в случае если государство пойдет навстречу частным клиникам в разделе увеличения квот и тарифов.

Увеличение частных медицинских организаций, которые стремятся принять участие в государственной программе Обязательного медицинского страхования, вызывает со стороны потребителей более высокие требования к сервису, доступности и качеству медицинских услуг, и порождает конкуренцию в сфере здравоохранения.

Основная деятельность медицинской организации планируется с учетом трех основных направлений: диагностика, лечение, профилактика и наблюдение.

Свидетельством конкурентоспособности в этой деятельности будет или снижение цен и формирование минимальной цены, или организация более эффективного менеджмента организации, ресурсосберегающий подход, стратегическое лидерство, командная работа и открытый обмен информацией, профессиональный рост и повышение квалификации ме-

дицинских работников, постоянное и системное обучение, личностный рост и психологическая помощь. Одним из направлений конкурентоспособности является создание ценности медицинского учреждения для пациента – индивидуальный подход, реализация более комфортных условий и увеличение степени удовлетворенности оказанными услугами, повышение доступности и качества медицинских услуг, введение цифровых медицинских технологий. Наиболее важным направлением является профилактика заболевания, как элемент нового ценностно-ориентированного подхода, способного сделать системы здравоохранения более устойчивыми¹.

Выводы и результаты. Современные тенденции в формировании конкурентоспособности основываются на привлекательности медицинской организации для пациента, с учетом ценностей как для пациента, так и для сотрудника. На конкурентоспособность на рынке платных медицинских услуг будет влиять и укрепление конкурентных преимуществ частных организаций, основанное на индивидуальном подходе к пациенту, в соответствии с потребностями пациента, ясность и прозрачность, усиление сервисной составляющей (комфортные условия приемов для пациентов, работа в праздники и выходные дни, удобные телемедицинские технологии, дистанционные сервисы обслуживания, например, онлайн-запись, мобильное приложение и личный кабинет), своевременное и стопроцентное оказание услуги «точно в срок». В основе повышения степени конкурентоспособности конкретного лечебно-профилактического учреждения (врачебной практики), заложена высокая степень формализации, расширение направлений медицинских услуг и развитие узкоспециализированных направлений, высокий уровень профессионализма и квалификации врачебного персонала, безопасность организации труда, рациональное и равномерное распределение функциональных обязанностей, снижение временных и трудовых затрат (исключение дублирования работ), мотивация и стимулирование медицинских работников, признание компетенций, достижений и успехов.

Научный руководитель: Э.Р. Закирова

¹ Галимова А.Ш., Марушко К.С. К вопросу о конкурентоспособности бюджетных организаций в сфере здравоохранения // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2023. № 2. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2023/02/24260> (дата обращения: 10.04.2023).

Анализ уровня конкурентоспособности акционерного общества «Производственная фирма „СКБ Контур“»

Аннотация. На примере АО «ПФ „СКБ Контур“» описываются основные критерии, необходимые компаниям для поддержания конкурентоспособности. Рассматриваются два метода расчета положения организаций в сфере их деятельности: коэффициент концентрации и Индекс рыночной концентрации Герфиндала – Гиршмана. Проводится оценка конкуренции внутри российского IT-рынка на основе данных доклада Аналитического центра при Правительстве РФ «Оценка состояния конкурентной среды в России».

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкуренция; концентрация; рентабельность.

Конкуренция является неотъемлемой частью рыночной экономики, составляющей механизма, который способствует установлению равновесного состояния. Закон гласит: «В конкурентной борьбе выигрывает сильнейший». Так, соперничество позволяет ликвидировать неконкурентоспособные организации, принуждает владельцев разрабатывать и внедрять новые методы ведения предпринимательской деятельности, а также стимулирует повышать качество товар, работ и услуг.

Для лидирующего положения в выбранной сфере деятельности, компаниям необходимо фокусироваться на развитии и совершенствовании следующих показателей: сильных и слабых сторонах, имидже компании и ее репутации, воздействии на рыночные позиции. На примере компании АО «ПФ „СКБ Контур“» проанализируем каждый из выделенных критериев. Имидж компании в настоящее время тесно связан с выбранной маркетинговой стратегией. «СКБ Контур» создали собственный сайт в сети Интернет с узнаваемым, оригинальным интерфейсом, активно ведут социальные сети и разработали бесплатные информационные курсы, которые высоко ценятся пользователями¹.

По данным сайтов раскрытия информации, к сильным сторонам компании при анализе уровня конкурентоспособности также можно отнести:

- размер уставного капитала;
- наличие лицензий и патентов у организации;
- участие организации в госзакупках.

¹ Организационно-правовая характеристика АО «ПФ „СКБ Контур“» // Чекко – проверка контрагентов. URL: <https://checko.ru/company/pf-skb-kontur-1026605606620> (дата обращения: 28.03.2023).

Компания «СКБ Контур» отвечает заявленным критериям: уставный капитал большой и составляет 25,6 млн р., оформлены 7 лицензий и 48 товарных знаков. Также «СКБ Контур» участвует в госзакупках, сумма их проведения составила более 937,9 млн р.

Кроме того, оценку конкурентоспособности компании можно проанализировать, опираясь на четыре основных показателя финансовой отчетности: выручку, себестоимость, валовую и чистую прибыль.

Наиболее обобщенный показатель уровня конкурентоспособности компании позволяет увидеть рентабельность продаж. Она помогает оценивать работу бизнеса, а именно, насколько эффективно он продает свой товар или услугу. Прежде всего, по значению рентабельности можно судить о том, насколько рационально распределяются активы, анализ помогает увидеть, в каком направлении развиваются рыночные отношения, какова структура продаж¹.

Степень конкурентоспособности компании также определяется местом организации на соответствующем рынке. Положение в отрасли можно оценить, используя два метода:

- 1) коэффициент концентрации CR-n;
- 2) Индекс рыночной концентрации Герфиндаля – Гиршмана – ННН.

Расчет доли выручки определенного предприятия относительно суммарной выручки всех компаний в сфере их деятельности, позволяет сделать вывод, лидирует ли выбранная организация в сравнении с конкурентами или же, наоборот, находится в числе аутсайдеров.

Анализ концентрации по двум методам показал один и тот же результат – компания «СКБ Контур» занимает доминирующую позицию национального IT-рынка среди компаний, выручка которых превышает 2 000 тысяч р. Доля «СКБ Контур» очень значительна и составляет 84%. Таким образом, рынок, анализируемый по двум показателям, является высококонцентрированным и олигополизированным.

На вопрос, как свои силы оценивает сама компания в условиях конкуренции, поможет ответить доклад «Оценка состояния конкурентной среды в России», разработанный Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации². Например, в сфере IT-технологий, к которой себя относит компания «СКБ Контур», большая часть опрошенных, всего 35% и 26%, считает, что конкуренция очень высокая и просто высокая³.

¹ Общие сведения АО «ПФ „СКБ Контур“» // List-Org – проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/company/6813> (дата обращения: 30.03.2023).

² Оценка состояния конкурентной среды в России: доклад (2020) / Аналитический центр при Правительстве РФ. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/Konkurenciya_doklad_2020.pdf (дата обращения: 29.03.2023).

³ Там же.

Компании находятся в условиях высокой конкуренции, потому что рынок олигополизирован, то есть на нем представлено несколько крупных игроков, которые обладают значительным количеством ресурсов и активно борются за главенствующее положение. Таким образом, для сохранения лидирующих позиций компаниям необходимо непрерывно анализировать совокупность финансовых результатов своей предпринимательской деятельности, отслеживать инновационные разработки конкурентов, создавать собственный узнаваемый бренд, совершенствовать свои продукты и чутко реагировать на спрос в занимаемой ими сфере. Научный руководитель:

Научный руководитель *Л.Ф. Шайбакова*

Направление 3. Экономическая безопасность

П.С. Боковикова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экономическая безопасность предприятий сервиса

Аннотация. Рассматривается понятие «экономическая безопасность предприятия», ее влияние на экономическую безопасность страны, внутренние и внешние угрозы экономической безопасности предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность; экономическая безопасность предприятия; угрозы экономической безопасности.

В современных условиях нестабильной экономики одной из важнейших задач государства и компаний является разработка и обеспечение функционирования системы экономической безопасности предприятия. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности» дает понятию «экономическая безопасность» следующее определение: это защита жизненно важных интересов всех жителей страны, российского общества в целом и государства в экономической сфере от внутренних и внешних угроз. Современная кризисная ситуация и нестабильная экономическая ситуация в стране показывают, как важна эффективная система обеспечения экономической безопасности, одним из важнейших элементов которой является экономическая безопасность отдельных предприятий. Доля сферы услуг в России превышает 50% от всей экономики страны, что говорит о том, что обеспечение экономической безопасности предприятий сервиса является первостепенной задачей государства и этих предприятий, так как оказывает большее влияние на экономическую безопасность страны, чем любая другая отрасль¹.

Экономическая безопасность предприятия – это устойчивое и стабильное состояние его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается стабильная реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности [2]. Сфера сервиса включает в себя множество видов деятельности: гостиничный бизнес, туристический бизнес, здравоохранение, бытовые услуги, ивент-индустрия и так да-

¹ Доля сферы услуг – Классация стран // The Global Economy URL: https://ru.theglobaleconomy.com/rankings/share_of_services/ (дата обращения: 10.02.2023).

лее. Разнообразие составляющих сферы сервиса не позволяет создать единый механизм борьбы с внешними и внутренними угрозами для обеспечения экономической безопасности, так как на деятельность каждого предприятия влияют разные факторы. К основным внешним угрозам экономической безопасности предприятия можно отнести: политическую и экономическую нестабильность страны, темпы научно-технического прогресса, изменение потребительского спроса, изменения в законодательстве, изменение структуры рынка услуг, нехватка ресурсов, изменение курса валют, недобросовестная деятельность конкурентов и иных лиц, природные катастрофы и стихийные бедствия, обострение глобальных экономических проблем и многое другое [1]. Предприятие никак не может контролировать эти угрозы и как-либо влиять на них, но может прогнозировать некоторые из них и адаптировать под них свою деятельность. К внутренним угрозам экономической безопасности предприятия можно отнести: увеличение себестоимости продукции, отсутствие гибкости в процессе адаптации предприятия к внешним изменениям, неэффективное финансовое планирование, недобросовестные действия персонала, разглашение конфиденциальной информации, убыточная ценовая политика, отказ от новых технологий и многое другое [1]. В отличие от внешних факторов, предприятие может влиять на внутренние и управлять ими. Также внутренние факторы могут как усиливать влияние внешних, так и ослаблять.

В наше время владельцы компаний не могут в полной мере оценить значимость экономической безопасности своего предприятия и считают, что данная область относится к сфере компетенции государства и специальных органов. В условиях рыночной экономики руководителям компаний следует не только заниматься разработкой и внедрением рыночной стратегии, но и позаботиться о стратегии безопасности, включающей программы по защите экономической безопасности и интеллектуальной собственности. Этому может поспособствовать создание специального подразделения, ответственного за это и осуществляющего контроль за безопасностью деятельности других подразделений. Ослабление любого подразделения предприятия сильно отражается на его безопасности, что показывает, как процесс управления предприятием тесно связан с обеспечением его экономической безопасности.

Научный руководитель: *Ю.Н. Огурцова*

Библиографический список

1. Касперович С.А., Дербинская Е.А. Экономическая безопасность предприятия: сущность, цели и направления обеспечения // Труды БГТУ. 2016. № 7 (189). С. 278–282.

2. Муратова Н.К. Экономическая безопасность предприятия как успешная составляющая современного бизнеса // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 32. С. 9.

К.М. Гусейнли

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современные тенденции и цифровая защищенность вузов при обеспечении экономической безопасности

Аннотация. Рассматривается влияние факторов на процесс цифровой трансформации освоения программ высшего образования и их воздействие на экономическую безопасность вузов. Возникновение данных факторов обуславливается двумя основными явлениями, послужившими драйвером перехода к цифровым стандартам: возникновение пандемии коронавируса и наложенные западом санкции. Проведен анализ государственных мер поддержки образовательной сферы на пути цифровой трансформации и показателей, отображающих ее динамику.

Ключевые слова: экономическая безопасность; цифровизация; образование; организация высшего образования; санкции.

Вузы, как субъекты системы экономической безопасности, имеют тенденцию трансформации методов, принципов и инструментов освоения неполного и полного высшего образования. Данные тенденции формируют тренд последних лет, который влечет за собой неоднозначный эффект от воздействия факторов. Данные факторы обуславливаются переходом от традиционных методов и инструментов к креативным с использованием цифровых технологий получения, обработки и усвоения информации [2].

Экономическая безопасность вуза является состоянием защищенности совокупности элементов, среди которых выделяется цифровая безопасность, включающая цифровую инфраструктуру из материально-технической базы инструментов, цифровых разработок и платформ. Пандемия COVID-19 привнесла ряд факторов, которые послужили драйвером перехода к цифровым стандартам обучения. Воздействие на экономическую защищенность организаций высшего образования

оказала ограниченность в пространственном перемещении и переход на дистанционный формат, которые способствовали модернизации условий освоения профессиональных дисциплин постшкольными обучающимися в высших учебных заведениях. Изменение принципов и подходов предоставления образовательных программ за счет внедрения дистанционных технологий в образовательный процесс предполагает системную интеграцию для субъектов и объектов данного процесса цифровых платформ, технических инструментов, программного обеспечения и ряд других необходимых мер [1].

До определенного периода времени глобальная цифровизация и цифровая интеграция различных сфер жизнедеятельности населения и бизнеса различных стран позволяла использовать в целях организации процесса освоения образовательных программ в отечественных вузах импортные технические устройства и программное обеспечение. К примеру, платформой для проведения онлайн семинарских и лекционных занятий в организациях высшего образования России широко использовались коммуникационные технологии компаний Zoom и Microsoft Teams, а большинство устройств иностранного производства, в связи с чем, процесс цифровизации образования сталкивается с трудностями под текущим санкционным давлением, несущие риски экономической безопасности вузов. В целом, исходя из статистических данных, мы можем наблюдать динамику, при которой произошел тектонический сдвиг в сторону проведения теоретических и семинарских занятий с помощью применения дистанционных технологий. Доля студентов, обучающихся с применением дистанционных технологий освоения образовательных программ в 2019 г. – 12%; в 2020 г. – 53,2%; в 2021 г. – 54,5%; в 2022 г. – 52,7% [3]. С данными показателями коррелирует и статистика по оснащению вузов высокоскоростным интернетом (50 мб/сек и выше), который обеспечивает потребности дистанционных инструментов взаимодействия, в 2019 г. – 42,8%; в 2020 г. – 68,4%; в 2021 г. – 72,5%; в 2022 г. – 76,1% [3].

В современных условиях минимизировать негативное воздействие факторов на экономическую безопасность вузов способна синергия бизнеса, а именно отечественных ИТ-организаций, специалистов и разработчиков, и государства. За несколько лет до принятия западными странами текущих санкционных пакетов президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам утвержден национальный проект «Образование», в котором предполагался переход российских образовательных учреждений на

отечественное программное обеспечение к началу 2022 г.¹ Переход на российскую информационно-коммуникационную платформу «Сферум» затянулся в связи с возникшими затруднениями у пользователей платформы, но, как можно предположить, введенные санкции сделают процесс более авральным.

Сфера деятельности организаций высшего образования в контексте цифровой экономики необходимо рассматривать как отрасль экономики, в которой должны быть доступны преимущества цифровизации. Таким образом, постпандемические реалии и наложенные санкции становятся драйверами продвижения методов, принципов и традиционных основ освоения программ высшего образования к цифровой трансформации и модернизации современных тенденций. Цифровая защищенность в системе экономической безопасности вузов возможна при должном уровне подготовленности к воздействию актуальных негативных факторов. Государство оказывает поддержку и принимает необходимые меры, способствующие планомерному, и в то же время, прогрессивному развитию отечественной сферы высшего образования, уделяя внимание цифровым тенденциям. К более устойчивому воздействию внешних факторов и принятию цифровых тенденций в образовании поспособствовала реализуемый с 2016 г. приоритетный проект «Современная цифровая образовательная среда» в рамках Государственной программы «Развитие образования». Совокупность данных явлений и мер поддержки создает условия скорейшего обеспечения цифровой инфраструктуры.

Библиографический список

1. Гусейнли К.М. Консервативные и креативные факторы эффективности деятельности вуза в системе экономической безопасности в период пандемии // Конкурентоспособность территорий: материалы XXIV Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–30 апреля 2021 г.): в 4 ч. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. Ч. 4. С. 108–110.

2. Дворядкина Е.Б., Гусейнли К.М. Экономическая безопасность вуза в постпандемических реалиях: какие факторы эффективности влияют? // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 марта 2021 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. С. 25–29.

3. Образование в цифрах: 2022: кр. стат. сб. / Л.М. Гохберг, Л.Б. Кузьмичева, О.К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. 132 с.

¹ Паспорт национального проекта «Образование» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24 декабря 2018 г. № 16).

Необходимость оценки уровня экономической безопасности предприятий

Аннотация. Обоснована необходимость оценки уровня экономической безопасности предприятий. Выявлены методы оценки уровня экономической безопасности, а также рассмотрены факторы, которые необходимо учитывать при оценке экономической безопасности.

Ключевые слова: оценка; экономическая безопасность; финансовый анализ.

Оценка уровня экономической безопасности предприятий является важным элементом успеха и эффективности бизнеса. Однако традиционные методы, такие как финансовый анализ, полезны для понимания перспектив и обеспечения прибыльности в будущем, но, к сожалению, не дают представления о долгосрочной и устойчивой эффективности предприятия. Влияние внешних и внутренних факторов ежедневно создает предприятиям новые риски функционирования, которые вследствие реализации определенных обстоятельств, имеют вероятность перерасти в угрозу. Оценка должна учитывать не только финансовые показатели, но и экологические факторы, соблюдение законодательства и прочие риски. Более того, именно благодаря процессу оценивания есть возможность своевременного выявления, нейтрализации или минимизации влияния дестабилизирующих факторов [3].

Финансовый анализ, несомненно, является одним из наиболее важных инструментов оценки уровня экономической безопасности хозяйствующих субъектов. Этот метод предназначен для выявления потенциальных зон риска путем анализа различных финансовых показателей, включая параметры денежных потоков, коэффициент долговой нагрузки, коэффициент ликвидности, рентабельность собственного капитала, коэффициенты рентабельности (например, маржа валовой прибыли), коэффициенты структуры капитала (например, отношение долга к собственному капиталу), оборачиваемость оборотного капитала и т.д. Опытный специалист может оценить эти показатели, чтобы определить, обладает ли компания достаточными ресурсами для поддержания текущей деятельности и сохранения стабильных корпоративных показателей в будущем [1].

В дополнение к методам финансового анализа можно также провести оценку внешнего окружения, чтобы определить устойчивость организации к внешним событиям. К таким факторам можно отнести

трудовое законодательство, которое может повлиять на стоимость рабочей силы, или ограничительные торговые соглашения, которые могут препятствовать экспорту или импорту продукции. Методы управления рисками также могут играть важную роль; компании должны проводить регулярные обзоры своих механизмов внутреннего контроля и политики в отношении методов управления рисками, таких как страхование и проверка соответствия стандартам аудита.

Соблюдение правовых норм – еще один фактор, который необходимо принимать во внимание при оценке уровня экономической безопасности; понимание законов, связанных с налоговыми положениями, предписанными правительствами, или отраслевых кодексов, применимых в определенном секторе, может быть полезным для предприятий, работающих на разных уровнях в разных странах и регионах по всему миру.

И наконец, что, возможно, наиболее важно, ситуация на макроуровне – демографическая, политическая, географическая, технологическая – не должна игнорироваться при оценке экономической безопасности. Например, могут произойти изменения в предпочтениях потребителей, вызванные изменениями в технологии. Или изменения в численности населения, влияющие на предложение рабочей силы в различных регионах. Или даже изменения, происходящие на правительственном уровне и влияющие на налогообложение продукции, экспортируемой из определенных стран [2].

Таким образом, оценка уровня экономической безопасности предполагает проведение глубокого анализа, включающего множество элементов, как внутренних, так и внешних, что требует опыта тех, кто разбирается как в финансах или экономике, так и в технических аспектах, связанных с законодательством и правилами, регулирующими бизнес на международном уровне, а также принимает во внимание другие возникающие риски, связанные с тенденциями на рынках и предпочтениями клиентов. На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что предприятия, стремящиеся к долгосрочным перспективам роста, должны постоянно оценивать свое окружение, используя все три вышеупомянутых элемента: финансовый анализ; оценка внешней среды; соблюдение законодательства.

Научный руководитель: *Е.Б. Дворядкина*

Библиографический список

1. Булатенко М.А., Горонок Д.Л. Ключевые проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия в современных условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 2-1. С. 71–75.
2. Дворякина Е.Б., Силин Я.П., Новикова Н.В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.
3. Копытко М.И. Методология оценки уровня экономической безопасности промышленных предприятий // Современные технологии управления. 2014. № 7(43). Номер статьи: 4305. URL: <https://sovman.ru/article/4305/>

Н.В. Елфимов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экономическая безопасность цифрового рубля: сущность, риски, угрозы, проблемы и пути их минимизации

Аннотация. Отмечается сущность цифрового рубля, акцентируется внимание на рисках и угрозах его экономической безопасности, предлагаются пути их минимизации.

Ключевые слова: экономическая безопасность; цифровой рубль; валюта; безналичный рубль.

Цифровой рубль¹ – это цифровая форма (в виде кода) российской национальной валюты, планируемая Банком России к эмиссии как дополнительная форма денег [1]. Н.Ф. Кузовлева и А.Е. Волобуева полагают, что цифровой рубль сделает финансовую систему быстрее, безопаснее, конкурентнее и устойчивей [2].

Цифровой рубль имеет большой потенциал для совершенствования экономической системы и повышения эффективности расчетов в России при условии обеспечения его экономической безопасности, под которой автор понимает его стабильность и защиту от угроз, таких как кибератаки, мошенничество и отмывание денег. Для обеспечения этой безопасности должны применяться технические и организационные меры, такие как шифрование данных, многофакторная аутентификация и мониторинг транзакций. Кроме того, экономическая безопасность цифрового рубля требует соблюдения нормативных требований и принципов

¹ Цифровой рубль: что это такое и когда на эту валюту перейдут россияне // Banki.ru. 2023. 1 апр. URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10966781> (дата обращения: 18.04.2023).

финансовой отчетности, чтобы обеспечить прозрачность и надежность операций с цифровой валютой.

Основной трудностью при введении цифрового рубля, по мнению И.Р. Оганесян, станет именно обеспечение его экономической безопасности. Имеющиеся риски можно разделить на внутренние и внешние. К внутренним рискам относятся: отсутствие самостоятельной трактовки цифрового рубля в правовых документах, негативное влияние на уровень дохода населения за счет удара по теневой экономике, опасность кибермошенничества. Внешними рисками стоит считать пока неопределенные способы взаимодействия цифрового рубля с другими валютами внутри и за пределами страны [3].

Рассмотрим некоторые риски и угрозы, связанные с экономической безопасностью цифрового рубля и пути их преодоления (см. таблицу).

Риски и угрозы экономической безопасности цифрового рубля

Риски и угрозы	Пути минимизации
Цифровой рубль может стать целью кибератак и взломов, что может привести к утечке конфиденциальной информации и потере денежных средств	Необходимо обеспечить высокую степень защиты системы цифрового рубля от кибератак и взломов путем использования надежной криптографии и защитных механизмов, создания эффективной системы мониторинга и обнаружения аномальных операций
Цифровой рубль может быть использован для совершения мошеннических действий, таких как фальсификация транзакций или создание фиктивных счетов	Необходимо разработать систему контроля за операциями и механизмы аутентификации пользователей, а также проводить мониторинг и анализ транзакций для выявления аномалий; установить жесткие правила и механизмы санкций для пресечения мошенничества и финансовых преступлений
Цифровой рубль может стать инструментом для отмывания денег, так как он позволяет совершать анонимные транзакции. Недостаточная прозрачность системы	Необходимо установить правила и механизмы мониторинга операций, а также сотрудничать с регуляторными органами, обеспечить доступность информации о транзакциях и операциях в системе цифрового рубля для регуляторных органов и пользователей. Например, можно создать реестр лиц, занимающихся сомнительными операциями, и блокировать доступ к системе цифрового рубля для этих лиц. Необходимо установить механизмы контроля за расходованием средств, а также проводить регулярный аудит системы

Риски и угрозы	Пути минимизации
Цифровой рубль может быть более подвержен колебаниям курса, чем традиционные валюты, что может привести к риску инфляции или дефляции	Для уменьшения рисков нужно разработать механизмы стабилизации курса и установить механизмы контроля за денежной массой. Например, можно использовать механизмы регулирования денежной массы, а также создать резервный фонд для стабилизации курса
Цифровой рубль может столкнуться с низкой популярностью использования, что может привести к недостаточной ликвидности	Необходимо проводить информационную работу с населением, а также создавать механизмы для использования цифрового рубля в различных сферах жизни. Например, можно установить механизмы оплаты налогов и коммунальных услуг с использованием цифрового рубля, а также проводить обучающие мероприятия для населения и предпринимателей

Решение изложенных проблем требует совместных усилий государства, бизнеса и общественности. Необходимо создать эффективную систему управления за экономической безопасностью цифрового рубля, проводить регулярный мониторинг с целью выявления возможных рисков и угроз.

Научный руководитель: *И.И. Рахмеева*

Библиографический список

1. Волобуева А.Е., Кузовлева Н.Ф. Цифровой рубль как инструмент повышения экономической безопасности в финансовой сфере // Хроники цифровых трансформаций: сб. науч. тез. и ст. по материалам межкафедр. круглых столов (Москва, 3–29 марта 2022 г.). Волгоград: Изд. дом «Сириус», 2022. Вып. 2. С. 17–20.
2. Оганесян И.Р. Экономическая безопасность цифрового рубля // Валютное регулирование. Валютный контроль. 2022. №11. С. 38–47.
3. Ордынская М.Е., Силина Т.А., Тхаркахова И.Г. Цифровой рубль как новая форма денег // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2022. № 4 (62). С. 93–98.

Угрозы экономической безопасности государства и меры по их минимизации

Аннотация. Рассматриваются экономические, финансовые, технологические и политические угрозы национальной безопасности государства. Предлагаются меры по их минимизации: создание благоприятных инвестиционных условий, развитие внутреннего рынка, защита национальной валюты, борьба с коррупцией и незаконной экономической деятельностью, а также развитие научно-технического потенциала.

Ключевые слова: валюта; государство; санкции; финансы; экономическая безопасность.

Экономическая безопасность государства определяется как состояние, в котором экономика страны защищена от рисков и угроз, которые могут препятствовать ее стабильности, развитию и процветанию. В свою очередь, ослабление экономической безопасности может привести к экономическому кризису, падению уровня жизни граждан, ухудшению социальной сферы и угрозе национальной безопасности. В связи с этим своевременное выявление и минимизация угроз национальной безопасности приобретают особую актуальность. В рамках настоящей статьи остановимся на экономических, финансовых, технологических и политических угрозах.

Экономические угрозы проявляются в недостаточной эффективности функционирования экономики, неравномерном распределении доходов, нестабильности рынков и проблемах внешнеэкономической деятельности, связанных с изменением внешних рыночных условий.

Финансовые угрозы представляют собой нарушения в финансовой сфере, способные нанести значительный ущерб экономике государства. Эти угрозы могут проявляться в виде финансовых мошеннических схем, недостоверной отчетности, финансовых пирамид и др. Одной из особо опасных финансовых угроз являются банковские кризисы. Такие кризисы возникают, когда банки не могут выполнить свои обязательства перед вкладчиками и другими кредиторами, что может вызвать панику на финансовых рынках и спровоцировать каскадное банкротство других финансовых учреждений.

Альтернативными формами финансовых угроз является дефективное поведение финансовых институтов, включая умышленное сокрытие финансовых данных и использование незаконных схем для получения прибыли, что ведет к значительным потерям для инвесто-

ров и клиентов этих компаний. Кроме того, в мировой экономике существуют финансовые риски, связанные с валютными колебаниями, изменением процентных ставок и другими экономическими факторами, которые могут негативно сказаться на экономической стабильности государства.

Технологические угрозы проявляются в виде потерь конкурентоспособности из-за устаревания технологий, кибератак, краж интеллектуальной собственности и рисков экологических катастроф, связанных с несоблюдением технологических норм.

Политические угрозы могут проявляться в виде нарушения правил международной торговли, санкций и эмбарго, а также рисков, связанных с изменением политической ситуации в стране или на международной арене.

Для минимизации всех этих угроз экономической безопасности государство должно использовать комплекс защитных мер.

Во-первых, необходимо создать благоприятный инвестиционный климат. Это может включать в себя снижение налоговых ставок, улучшение инфраструктуры, упрощение процедур регистрации и оформления бизнеса.

Во-вторых, следует развивать внутренний рынок, что будет способствовать снижению зависимости от импорта и укреплению экономики страны. Этого можно достичь путем поддержки малого и среднего бизнеса, особенно в промышленном секторе экономики [2, с. 100], стимулирования потребления отечественной продукции, содействия развитию производственной базы.

В-третьих, необходимо защищать национальную валюту путем развития финансовых инструментов, обеспечения устойчивости банковской системы и контроля за движением капитала.

В-четвертых, коррупция и незаконная экономическая деятельность могут серьезно угрожать экономической безопасности государства. Для борьбы с этими явлениями может использоваться законодательная база, системы контроля и надзора, информационные технологии, а также ресурсы системы образования, направленные на повышение финансовой и правовой грамотности населения [1, с. 23].

В-пятых, развитие научно-технического потенциала может способствовать повышению уровня инновационности и конкурентоспособности экономики. Для этого необходимо поддерживать научные исследования и инновации, содействовать развитию высокотехнологичных производств и научно-технических кластеров.

Таким образом, только комплексный подход к минимизации угроз национальной безопасности государства может повысить стабильность и надежность экономической системы. Реализация вышеперечисленных предложений будет способствовать росту экономики, увеличению инвестиций и обеспечению благополучия граждан.

Научный руководитель: *М.А. Задорина*

Библиографический список

1. *Задорина М.А.* Финансово-правовая грамотность населения как средство обеспечения личной экономической безопасности // Вопросы российской юстиции. 2022. № 20. С. 19–24.
2. *Савоськин А.В., Курдюмов А.В., Мещерягина В.А., Задорина М.А.* Формирование принципов устойчивого развития для становления отрасли малого предпринимательства в промышленном секторе экономики // Кузнечно-штамповочное производство. Обработка материалов давлением. 2022. № 12. С. 100–106.

Я.А. Иванова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экономическая безопасность: ее сущность и обеспечение

Аннотация. Статья посвящена сущности экономической безопасности и ее обеспечению. Рассмотрены основа безопасности и различные ее составляющие: внутренние и внешние угрозы, механизм, субъекты и объекты, а также система обеспечения экономической безопасности, а именно ее механизм, подсистемы и средства.

Ключевые слова: экономическая безопасность; угрозы; обеспечение экономической безопасности.

Экономическая безопасность изучает состояние экономики, обеспечивающее устойчивый рост социально-экономических показателей; защиту экономических интересов государства и его контроль за использованием национальных ресурсов. Она включает различные аспекты (политические, экономические, военные, социальные, технологичные) и факторы, влияющие на состояние защищаемого объекта [2, с. 25].

Основа экономической безопасности реализована в системе критериев и показателей. Критерий – оценка состояния экономики. Показателями являются: уровень инфляции; качество жизни; уровень безработицы; бюджет; экология.

Механизм экономической безопасности состоит из некоторых элементов [1]. В качестве субъектов выступают: индивиды, государство, разного рода организации, общество в целом.

Объектами их связи в рамках безопасности являются следующие сферы жизни: экономическая деятельность; социально-общественная сфера; физическое существование; окружающая среда.

Сущность экономической безопасности заключается также в угрозах, способных разрушить или нанести ущерб. Предотвращение и устранение этих угроз – основная задача экономической безопасности. Различают внутренние и внешние угрозы. К внешним относятся внешнеэкономические (вытеснение с рынка, снижение курса валюты, уход с внешних рынков и т.д.) и внешнеполитические (территориальные отделения и конфликт с центром). К внутренним угрозам относятся рост инфляции, рост безработицы, спад производства и т.д. По временному показателю угрозы делятся на кратко-, средне- и долгосрочные.

Обеспечение экономической безопасности – гарантия стабильности, независимости и достижения прогресса и развития. Обеспечение определяется следующими показателями: политическая стабильность, нормативно-правовая система, экономическое развитие, деловые отношения. Определяющей является степень значимости этих показателей. Таким образом, снижение уровня инфляции не ведет к росту уровня безработицы.

Цель системы обеспечения – вовремя найти и устранить внутренние и внешние угрозы. Она создается и действует на основании действующих законодательных актов и с учетом современных средств защиты, уровня подготовки и т.д. Строится система на основе следующих принципов: плановость, упорядоченность, законность, надежность, экономичность, конфиденциальность, компетентность.

Механизм обеспечения экономической безопасности состоит из правовых и организационно-экономических мер влияния на то, чтобы, собственно, предотвратить внешние и внутренние угрозы.

Единая система обеспечения содержит следующие подсистемы:

- подсистема защиты информации;
- подсистема обеспечения безопасности использования интеллектуальных и трудовых ресурсов;
- подсистема обеспечения защиты финансовых ресурсов.

Средства обеспечения системы безопасности:

- правовые (законы и подзаконные акты, собственные правовые акты по части экономической безопасности);
- технические (охрана, бронезилеты, ограждения и т.д.);
- информационные (информационная безопасность, информационные технологии);

- финансовые (необходимый объем финансов);
- кадровые (специалисты по финансовой безопасности).

Следовательно, гарантия экономической безопасности связана с непрерывным развитием экономики и зависит от применяемых методов, воздействующих на возникающие неблагоприятные социально-экономические тенденции, направленные на их ликвидацию и предотвращение, а также наблюдение и прогнозирование результатов работы всей системы ведения экономической безопасности.

Научный руководитель: *Т.Ж. Солосиченко*

Библиографический список

1. *Санинский Р.А.* Содержание экономической безопасности в контексте стратегий национальной и экономической безопасности: компаративистское исследование // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. 2017. № 1(21). С. 314–317.

2. *Экономическая безопасность России: общий курс: учебник / В.К. Сенчагов и др.; под ред. В.К. Сенчагова.* 2-е изд. М.: Дело; Акад. народ. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2005. 895 с.

Е.Е. Каслищева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Эффективность системы управления рисками предприятия по производству строительных материалов

Аннотация. Рассмотрена система управления рисками предприятия по производству строительных материалов. Произведена оценка эффективности данной системы.

Ключевые слова: предприятие строительных материалов; система управления рисками.

Любое предприятие, функционирующее в той или иной отрасли, сталкивается с различными видами рисков¹. С одной стороны, риск позволяет предприятию раскрыть свой потенциал и развить новые направления деятельности. С другой – может являться причиной утраты своих позиций и потери денежных средств. Поэтому, в условиях высокой вероятности реализации риска, для принятия верного управленческого

¹ *Каслищева Е.Е.* Риски деятельности организации по разработке компьютерного программного обеспечения: юридическая составляющая (на примере АО «ПФ „СКБ Контур“») // Конкурентоспособность территорий: материалы XXIV Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–30 апреля 2021 г.): в 4 ч. Екатеринбург, 2021. Ч. 4. С. 116–118.

решения необходима эффективная система управления рисками, разработанная с учетом особенностей и возможностей предприятия.

Система управления рисками – совокупность правил, документов и направлений по идентификации, оценке рисков, реагированию на риски, а также их мониторингу и контролю¹.

Предприятие ООО «АККЕРМАН цемент» имеет свою систему управления рисками. Документ был введен в 2019 г. под названием «Управление рисками и возможностями». Документ имеет стандартную структуру (см. рисунок).



Система управления рисками предприятия ООО «АККЕРМАН цемент»²

Для того, чтобы оценить, насколько существующая система управления рисками эффективна, нами были произведены расчеты различных показателей на основе информации о деятельности предприятия ООО «АККЕРМАН цемент». По результатам анализа показателей были выделены следующие потенциальные риски:

- возникновение аварий и технологических сбоев;
- выпуск продукции несоответствующего качества;
- утрата платежеспособности;
- несчастные случаи;
- потеря конкурентных преимуществ;
- экологический риск;
- юридический риск;
- социальная напряженность.

Рассмотрим, какие риски на предприятии были близки к реализации или были реализованы:

1) утрата платежеспособности – поскольку с 2006–2010 гг. предприятие начало строительство нового цементного завода, это привело к значительным денежным вложениям, и впоследствии возник риск неплатежеспособности, что также доказывается показателями финансо-

¹ Официальный сайт «Национальный расчетный депозитарий». URL: <https://www.nsd.ru>.

² СТП СМК 6.1-001-2019 Система управления рисками ООО «АККЕРМАН цемент».

вой автономии и общей ликвидности. Кроме того, в 2022 г. предприятие вложило 25 млрд р. на восстановление Калужского цементного завода;

2) потеря конкурентных преимуществ – в 2021 г. предприятие поднимало цены на свою продукцию 4 раза, что может стать поводом для сокращения его клиентской базы;

3) возникновение аварий и технологических сбоев – предприятие работает на иностранном оборудовании. Соответственно, поскольку страна находится под санкциями, у предприятия могут возникнуть сложности с доставкой необходимого оборудования и деталей, необходимых для своевременной замены.

Таким образом, можно сказать, что система управления рисками предприятия ООО «АККЕРМАН цемент» эффективна, поскольку из восьми потенциальных рисков было реализовано только три, что в процентном соотношении равно 37,5%.

Научный руководитель: *А.Н. Пестряков*

А.З. Махмутова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка существующих рисков и угроз экономической и информационной безопасности на рынке E-commerce

Аннотация. Проведен анализ оценки существующих рисков экономической и информационной безопасности в электронной коммерции. Выделены некоторые виды угроз E-commerce, а также предложены меры, способствующие сокращению масштабов их распространения.

Ключевые слова: экономическая безопасность; электронная коммерция; цифровая экономика; интернет-банкинг; риск; угроза.

Внедрение во все сферы общественной жизни информационных технологий, пандемия COVID-19, цифровая экономика стали буквально катализаторами для развития рынка электронной коммерции. Однако E-commerce создает определенные риски для экономической и информационной безопасности предприятий, потребителей и стран. В связи с этим, необходимо найти области возникновения таких «опасностей» и, как следствие, пути их нивелирования.

E-commerce, также известная как электронная коммерция или электронная торговля, позволяет как юридическим, так и физическим лицам публиковать, рекламировать, продвигать и продавать какие-либо услу-

ги или различные товары через Интернет. Примерами успешной электронной коммерции являются, например, банковские услуги, включая удаленное управление счетами (интернет-банкинг), взаимные расчеты.

В настоящее время правовое регулирование электронной коммерции находится на стадии модельных норм¹, при этом отдельные аспекты управления связанных с ней отношений регламентируются положениями права, применяемого к «обычной» коммерческой деятельности. По нашему мнению, электронная коммерция является не просто торгово-закупочной деятельностью, осуществляемой посредством сети Интернет, но и неотъемлемой частью макроэкономики, поэтому данный факт ставит перед государством задачу введения эффективного законодательства в этой области.

И в судебной практике появляются дела, связанные с E-commerce, а именно о договорах, заключаемых сторонами в данной сфере. Так, подпись, состоящая из цифр и букв в sms, является эквивалентом собственноручной подписи должника, что означает законное подписание договора и, как следствие, факт его заключения². Договоры, заключенные через социальные сети также обладают юридической силой³. Данные судебные дела подтверждает необходимость разработки законодательных актов в данной сфере.

Огромные возможности, предоставляемые электронной коммерцией, не устранили проблему безопасности, которая является одной из ее основных.

Так, по мнению кандидата экономических наук Д.В. Валько, под экономической безопасностью электронной коммерции следует понимать такое состояние компонентов системы E-commerce, которое обеспечивает минимизацию как текущих, так и будущих потенциальных угроз⁴.

Каждый из таких негативных факторов E-commerce входит в ту или иную систему угрозы ее безопасности: информационно-технологическую или финансово-экономическую.

Если это информационно-технологический уровень, то самым бытовым примером такой системной угрозы является несанкционирован-

¹ Проект Федерального закона № 11081-3-ФЗ «Об электронной торговле» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 3 октября 2000 г.).

² Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 30 октября 2020 г. № 88-22889/2020, 2-1314/2019.

³ Апелляционное определение Свердловского областного суда от 30 апреля 2019 г. по делу № 33-6947/2019.

⁴ Валько Д.В. Экономическая безопасность: учеб. пособие для вузов. М.: Юрайт, 2023. 150 с. С. 98.

ный доступ мошенника к онлайн-счетам клиентов банка и распоряжение их средствами, на которые первый не имеет никакого права.

С финансово-экономической точки зрения источником риска в электронной коммерции будет являться финансовое мошенничество, например, кража товарных знаков: преступники ищут поставщиков на маркетплейсах, находят незарегистрированные товарные знаки, сами их регистрируют и шантажируют продавцов.

В связи с этим следует использовать несколько уровней защиты – многоуровневую систему аутентификации. Например, в интернет-банкинге основными способами повышения безопасности различные методы шифрования данных, такие как использование протокола SSL для защиты передаваемой информации, а также методы аутентификации держателей карт, такие как CVV2/CVK2, пароли для однократного применения. Необходимо также улучшить работу органов государственного управления, в частности, правоохранительных органов, отвечающих за обеспечение национальной информационной безопасности и занимающиеся предупреждением преступлений в сфере высоких технологий.

Таким образом, субъекты электронной коммерции должны разработать систему безопасности, основанную на взаимосвязи экономической и информационной составляющих с учетом всех технических и человеческих угроз для дальнейшего активного развития электронной торговли как новой формы экономической деятельности.

Научный руководитель: *Н.Л. Бороненкова*

П.А. Пысова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование системы управления рисками деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда

Аннотация. Рассмотрена система управления рисками деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда. Даны рекомендации по совершенствованию данной системы.

Ключевые слова: риски; система управления рисками; организация по управлению эксплуатацией жилого фонда.

Под рисками деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда автор понимает возможность наступления нежелательного, неблагоприятного результата, приводящего к различным

потерям для компании и конечных потребителей. Важность системы управления рисками обусловлена тем, что она позволяет снизить вероятность возникновения риска за счет анализа и диагностики, а также разработки мер по их контролю, минимизации или ликвидации [1].

Рассмотрев деятельность управляющей организации ООО «Сервисная компания „АТЛАС“» (далее ООО «СК „АТЛАС“»), г. Екатеринбург, было выявлено несколько рисков, которые могут оказывать влияние на экономические результаты компании. К таким рискам относятся [2; 3]:

- риск нарушения контрагентами и клиентами условий договора;
- риск снижения доходов, вызванный низкими сборами платежей за оказание жилищно-коммунальных услуг вследствие негативного отношения населения к сфере ЖКХ;
- риск повышения дебиторской задолженности из-за неоплаты жильцами коммунальных услуг;
- риск наличия большой конкуренции;
- риск порчи имущества, вызванный менталитетом собственников жилья;
- ухудшение деловой репутации в глазах потребителей вследствие некорректных расчетов за услуги.

На текущий момент в организации отсутствует система управления рисками. Но мы не можем однозначно утверждать, что сам процесс управления рисками в ООО «СК „АТЛАС“» не осуществляется. Отметим, что определенные функции сотрудников разных отделов могут частично или полностью оказывать воздействие на вероятность возникновения рисков.

На основе вышеизложенного предлагаем рекомендации по совершенствованию системы управления рисками деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда (см. таблицу).

Для совершенствования системы управления рисками ООО «СК „АТЛАС“» необходимы следующие мероприятия:

- 1) расширение функционала сотрудников;
- 2) заключение договора со службой экономической безопасности (поддержка от девелопера);
- 3) разработка мероприятий по борьбе с дебиторской задолженностью.

Отметим, что деятельность сотрудников СК «АТЛАС» отвечает современным требованиям, однако возникновения ряда рисков говорит о частичной несогласованности во взаимодействии различных отделов.

Научный руководитель: *А.Н. Пестряков*

Рекомендации по совершенствованию системы управления рисками на примере ООО «СК „АТЛАС“»

Риск	Рекомендация	Краткое описание	Затраты компании
Ухудшение деловой репутации в глазах потребителей вследствие низкого уровня обслуживания	Расширение функционала сотрудников	Отдел клиентского сервиса – администраторы могут совершать утренние обходы, фиксируя нарушения (используя чек-листы)	Увеличение ФОТ на 100 тыс. р.
		Техническая служба – предотвращение нарушений (по полученному чек-листу от отдела клиентского сервиса)	
		Юридический отдел – анализ выявление будущих рисков	
Риск нарушения контрагентами и клиентами условий договора	Заключение договора со службой экономической безопасности (поддержка от деверлопера)	Заключение открытого договора по заявкам, в рамках которого СЭБ будет проверять контрагентов, что поможет юридическому отделу СК минимизировать риски при заключении договора	Фиксированная стоимость заявки – 24 тыс. р.
Финансовые риски	Разработка мероприятий по борьбе с дебиторской задолженностью	Отдел клиентского сервиса – прозрачность начислений: отображение на официальном сайте принятые тарифные ставки, протоколы собраний (и информация о должнике поступает от финансового отдела) Финансовая служба – создание правил взыскания задолженностей и оптимальных инструментов оплаты: онлайн-платежи	0 р. (при условии, что у работника займет время – 1 ч, 10 мин)
			0 р. (при условии, что специалисту необходимо контролировать оплату счетов и перенаправлять часть РСО и на разработку правил/регламента займет время – 7 дней)
		Юридический отдел – своевременно принимать меры в отношении задолжников (долги от 1 года и более). Контроль оставить на директоре СК	Входит в обязанности юридического отдела

Библиографический список

1. *Дорожкина Т.В., Крутиков В.К., Алексеева Е.В.* Управление рисками: учеб.-метод. пособие. Калуга: Ваш Дом, 2014. 233 с.
2. *Пестряков А.Н., Пысова П.А.* Риски деятельности компании сферы управления жилой недвижимостью // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17 марта 2022 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. С. 69–73.
3. *Пысова П.А., Сбродова Н.В.* Оценка рисков деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 12. С. 490–494.

Е.В. Русецкий, М.Ю. Адуев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка экономической безопасности и конкурентоспособности региона на примере Новосибирской области

Аннотация. Рассмотрено современное состояние Новосибирской области, оценены индикаторы экономической безопасности региона, применена методика оценки с помощью интегрального показателя, а также представлены факторы, влияющие на экономическую безопасность Новосибирской области.

Ключевые слова: экономическая безопасность; экономическая безопасность региона; конкурентоспособность.

Национальная экономика конкурентоспособна, когда динамично развиваются и ее регионы. Для обеспечения устойчивого развития региона необходим мониторинг уровня экономической безопасности [3], на основе которого можно сформировать информационную базу о рисках и своевременно принять решения об их нейтрализации.

Далее рассчитаны показатели экономической безопасности Новосибирской области [1] (см. таблицу).

Можно сделать вывод, что ВРП отстает от среднероссийского уровня; данный разрыв увеличивается на протяжении всего анализируемого периода.

Как следует из таблицы, основные фонды изношены незначительно, но отмечается износ в таких сферах, как добыча ископаемых и водоснабжение.

Новосибирская область обладает инвестиционным потенциалом, но доля инвестиций в ВРП крайне мала. Расходы на НИОКР в регионе также небольшие.

Уровень ЭБ Новосибирской области по различным сферам в период 2017–2021 гг.

Показатель	Пороговое значение	2017	2018	2019	2020	2021
ВРП на душу населения от российского	Не менее 100%	78,01	75,91	78,01	75,87	69,94
Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств	Не менее 70%	78,25	75,87	76,2	80,28	76,4
Степень износа основных фондов	Не более 60%	49,7	49,5	50,8	51,9	51,7
Доля инвестиций в ВРП	Не менее 25%	14,89	15,14	17,56	18,73	18,42
Доля расходов на НИОКР в ВРП	Не менее 2%	1,93	1,89	1,88	2,03	1,92
Доля в импорте продуктов питания	Не более 30%	7,87	6,64	5	5,75	5,49
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума	Не более 7%	15,1	14,1	13,9	13,8	12,9
Уровень безработицы	Не более 8%	5,95	6,71	6,08	6,66	6,1
Условный коэффициент депопуляции	Не более 1	1,04	1,11	1,19	1,49	1,67
Уровень преступности (количество преступлений на 100 тыс. населения)	Не более 5000	1596	1711	1801	1938	1667
Интегральный показатель экономической безопасности	Не менее 1	1,44	1,46	1,61	1,50	1,56

Сост. по: *Регионы России. Социально-экономические показатели. 2023*. URL: <https://gks.ru> (дата обращения: 03.04.2023).

Отмечается, что в поставки в регион импортных продуктов почти отсутствуют. Это исключает влияние санкций на регион.

Количество граждан, имеющих доходы ниже прожиточного минимума весьма значительно, но имеется отчетливая тенденция снижения, что следует характеризовать положительно. В регионе отсутствует проблема, связанная с безработицей, но показатель имеет неопределенный тренд. Также в регионе наблюдается значительная убыль населения. Уровень преступности за весь период находится ниже порогового значения.

Интегральный показатель за весь анализируемый период значительно выше порогового. Рост показателя в 2021 г. говорит об увеличении уровня экономической безопасности, следовательно, и об повышении конкурентоспособности региона [2].

Резюмируя вышеизложенное, Новосибирская область относится к регионам, которые обладают высоким уровнем экономической безопасности, а также регион способен занимать лидирующие позиции в рамках СФО при реализации имеющегося потенциала. Устойчивому развитию региона препятствует недостаточная экономическая и инвестиционная активность, незначительные расходы на НИОКР в ВРП, низкие заработные платы и бедность населения, а также превышение смертности над рождаемостью. Таким образом, для повышения конкурентоспособности региона необходимо привлекать инвесторов в регион, а также повышать уровень и качество жизни населения.

Научный руководитель: *Д.М. Простова*

Библиографический список

1. *Дворядкина Е.Б., Силин Я.П., Новикова Н.В.* Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.
2. *Людвиг Л.П., Самарин П.Н.* Состояние и тенденции развития экономической безопасности Сахалинской области // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 74. С. 108–112.
3. *Dvoryadkina E., Prostova D., Eliseeva A.* Services of non-profit organisations in sustainable development and economic security of rural areas // International Scientific and Practical Conference “Fundamental and Applied Research in Biology and Agriculture: Current Issues, Achievements and Innovations” (FARBA 2021). E3S Web Conf. Vol. 254, 2021. P. 1–7.

Экономическая безопасность организации сферы оказания медицинских услуг

Аннотация. Для обеспечения экономической безопасности медицинской организации необходимо учитывать особенности ее деятельности, такие как эффективная система ценообразования, привлечение новых пациентов и удержание старых, контроль расходов и качества медицинских услуг, а также четкий план действий в случае финансовых проблем или кризисных ситуаций. Эти меры помогут обеспечить стабильный доход и конкурентоспособность организации.

Ключевые слова: экономическая безопасность, медицинская организация, конкурентоспособность.

Экономическая безопасность медицинской организации является важным аспектом ее устойчивого функционирования. Основными факторами, влияющими на экономическую безопасность медицинской организации, являются эффективное использование ресурсов, оптимизация затрат и управление финансовыми рисками [3].

Для обеспечения экономической безопасности медицинской организации необходимо разработать стратегию управления финансами и инвестициями, а также проводить регулярный мониторинг финансовых показателей.

Важным аспектом экономической безопасности медицинской организации является обеспечение стабильности доходов и управление расходами, в том числе за счет повышения эффективности работы персонала и оптимизации процессов [3].

Особое внимание необходимо уделять управлению финансовыми рисками, таким как кредитный, валютный и процентный риск, а также риск неплатежей со стороны пациентов и страховых компаний.

Для обеспечения экономической безопасности медицинской организации также необходимо учитывать факторы внешней среды, такие как изменения законодательства и конкурентная среда [2].

Важным элементом обеспечения экономической безопасности медицинской организации является управление запасами и закупками, что позволяет снизить затраты на материалы и оборудование.

Одним из способов повышения экономической безопасности медицинской организации является развитие дополнительных источников доходов, например, через оказание платных услуг или участие в государственных программах.

Важно также осуществлять контроль за финансовыми операциями медицинской организации, в том числе за расходами и доходами, чтобы предотвратить возможные финансовые махинации.

Накопление резервов и создание финансовых резервов также являются важными элементами обеспечения экономической безопасности медицинской организации, что позволяет ей справиться с возможными непредвиденными расходами и кризисными ситуациями.

Важно также устанавливать эффективную систему учета и анализа финансовой деятельности медицинской организации, чтобы иметь возможность принимать правильные решения в области финансового управления.

Обучение персонала медицинской организации основам финансового управления и экономической безопасности также является важным элементом, который позволяет повысить эффективность финансовой деятельности и снизить риски возникновения финансовых проблем [1].

Важно также учитывать изменения в законодательстве и экономической ситуации в стране и мире, чтобы принимать своевременные меры по обеспечению экономической безопасности медицинской организации [2].

Развитие партнерских отношений с другими медицинскими организациями и поставщиками материалов и оборудования также является важным элементом обеспечения экономической безопасности, что позволяет получать более выгодные условия закупок и снижать затраты.

Наконец, важно иметь четкий план действий в случае возникновения финансовых проблем или кризисных ситуаций, чтобы быстро и эффективно реагировать на них и минимизировать возможные негативные последствия для медицинской организации.

Важно разрабатывать эффективную систему ценообразования, учитывая конкурентную среду и спрос на медицинские услуги, чтобы обеспечить стабильный доход и конкурентоспособность.

Организация должна также вести активную работу по привлечению новых пациентов и удержанию старых, используя различные маркетинговые и рекламные инструменты. Организация должна также следить за качеством медицинских услуг и уровнем удовлетворенности пациентов, чтобы обеспечить повторные посещения и рекомендации.

Важно также иметь четкий план действий в случае возникновения финансовых проблем или кризисных ситуаций, чтобы быстро и эффективно реагировать на них и минимизировать возможные негативные последствия для медицинской организации.

Научный руководитель: *Н.В. Новикова*

Библиографический список

1. *Васильев В.П.* О материально-финансовом обеспечении здравоохранения // Социологические исследования. 2017. № 3. С. 150–154.
2. *Сатигура Е.В.* Система здравоохранения в РФ и перспективы ее реформирования // Университетская клиника. 2021. № 4 (36). С. 115–116.
3. *Швец Ю.Ю.* Обеспечение экономической безопасности через совершенствование системы управления качеством в сфере здравоохранения // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 2, № 10. С. 131–140.

Е.А. Шевченко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации

Аннотация. Экономическая безопасность – важная часть функционирования государства и общества, а Федеральная таможенная служба разрабатывает и реализует меры по минимизации рисков возникающих угроз. Вследствие этого, в статье нами были рассмотрены функции Федеральной таможенной службы, по обеспечению экономической безопасности нашей страны, в современных экономических условиях.

Ключевые слова: таможенные органы; таможенный контроль; таможенное дело; экономика; экономическая безопасность; государство.

Экономическая безопасность занимает центральное место в национальной безопасности любого государства. Она является основой для других видов безопасности (общественной, информационной, экономической и др.), обеспечивает целостность государства и высокий уровень жизни населения. К числу этих условий относится необходимость получения требуемых для национальной безопасности экономических преимуществ, в случае изменения внешнеполитической ситуации.

Экономическая безопасность гарантируется органами государственной власти страны. Федеральная таможенная служба занимает ведущую роль в системе органов государственной власти, при которой возрастает ее же значение в формировании доходов федерального бюджета страны, обеспечивая, тем самым, устойчивый уровень экономической безопасности Российской Федерации.

Исходя из этого, усиление правоприменительной деятельности таможенных органов, борьба с теневой экономикой, развитие институтов таможенных органов и борьба с коррупцией – направлены на обеспе-

чение экономической безопасности страны. Таможня наделена полномочиями доводить до конца процесс таможенного контроля в случае обнаружения преступлений, представляющих угрозу экономической безопасности нашей страны [3].

Правоохранительная деятельность Федеральной таможенной службы представляет собой ежедневную работу по выявлению, предотвращению угроз экономической безопасности, осуществление которой возложено на особые подразделения таможенных органов. Их основные задачи: выявление, предупреждение и пресечение противоправных действий участниками внешнеэкономических отношений.

Таможенные органы сотрудничают с другими органами в сфере борьбы с правонарушениями внешнеэкономической деятельности, противодействия незаконному ввозу и вывозу на территорию нашей страны оружия, наркотиков, валюты или разного рода ценностей [1].

При проведении правоохранительных мероприятий таможенные органы осуществляют оперативно-розыскные мероприятия по делам, отнесенным к их компетенции и Уголовному кодексу РФ [2, с. 243].

Далее, мы предлагаем рассмотреть итоги правоохранительной деятельности таможенных органов в 2018–2022 гг. (см. таблицу).

Правоохранительная деятельность таможенных органов в 2018–2022 гг.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Количество уголовных дел	505	543	420	564	362
Количество административных дел	41 562	48 246	27 081	42 415	6 486

Сост. по: *Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации»* (за 2018–2022 гг.). URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 15.04.2023).

Как видно из таблицы, наблюдается положительная динамика работы таможенных органов в части возбуждения дел по административным правонарушениям. С 2018–2019 гг. прослеживается тенденция роста количества дел по административным правонарушениям, однако, в 2020 г. произошло резкое падение показателя из-за пандемии.

В основном, таможенные органы возбуждают дела об административных правонарушениях, связанные с неправильным или недостоверным декларированием товаров и несоблюдением запретов и ограничений на ввоз.

По результатам проведения контроля таможенной стоимости товаров, ввезенных на таможенную территорию ЕАЭС, дополнительно взыскано в федеральный бюджет в 2022 г. 18,5 млрд р., более 40,09 млрд р.

в 2021 г., что на 75% больше суммы дополнительно взысканных платежей в 2020 г. – 22,92 млрд р.¹

К сожалению, хотя количество раскрываемых таможенными органами уголовных преступлений с каждым годом значительно сокращается, говорить о снижении преступной деятельности во всей сфере внешнеэкономической деятельности пока рано.

Поддержание экономической безопасности – чрезвычайно важная задача таможенных органов, так как товарооборот нашей страны увеличивается, а значит, усложняются внешнеэкономические связи. Если своевременно не реагировать на изменения в мире, не принимать мер по защите национальной безопасности государства, то следствием будет череда проблем: поток контрафактной продукции, слабо развитый отечественный рынок, и в результате большее количество преступлений.

Научный руководитель: *Е.Б. Дворядкина*

Библиографический список

1. *Лантев Р.А., Рогов Р.А.* Исследование роли таможенных органов в обеспечении экономической безопасности России в условиях глобализации // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 1-1. С. 77–85.

2. *Хайруллина Р.Г., Шакирова И.А.* Деятельность таможенных органов по обеспечению экономической безопасности России // Инновационное развитие науки: фундаментальные и прикладные проблемы. Петрозаводск: Междунар. центр науч. партнерства «Новая Наука», 2023. С. 238–248.

3. *Шохин С.О.* Взаимодействие таможенных и правоохранительных органов при расследовании и раскрытии налоговых преступлений // Налоги. 2018. № 4. С. 24–27.

С.В. Шурманова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление рисками организации розничной торговли

Аннотация. Приводятся понятия риск, риск в сфере розничной торговли. Рассматриваются уровни управления рисками, которые предложено разделить на три уровня.

Ключевые слова. розничная торговля; риск; уровни управления рисками.

Розничная торговля удовлетворяет различные повседневные потребности общества. Поэтому деятельность организации розничной торговли тесно связана с уровнем и качеством жизни населения. В свя-

¹ *Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации»* (за 2018–2022 гг.). URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 15.04.2023).

зи с напряженной экономической и политической ситуацией в стране и мире, появляются новые риски и угрозы, которые могут значительно повлиять на деятельности организации и на уровень ее экономической безопасности, что может привести к изменениям качества жизни граждан. Поэтому организация должна контролировать и оценивать все присущие ее деятельности риски, наращивать конкурентные преимущества, чтобы уверенно закрепиться на рынке.

На сегодняшний день понятие «риск» имеет множество определений. Так, например, в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2023 г. дано следующее определение термина риск: «Возможность нанесения ущерба национальным интересам Российской Федерации в экономической сфере в связи с реализацией угрозы экономической безопасности»¹. Для определения термина «риск» в сфере розничной торговли, автором предложено следующее понятие: «вероятное событие или явление в торговой сфере, которое наступает в неопределенный момент деятельности организации и которое ведет к потерям (ущербу)».

Для того, чтобы организация могла поддерживать стабильное и устойчивое развитие, необходимо учитывать риски на всех уровнях управления. В научной литературе различают от трех и больше уровней.

Автором предложено рассмотреть три основных уровня управления рисками: низший, средний, высший.

На низшем уровне решения в области управления рисками принимаются руководителями линейных подразделений или отделов. В области розничной торговли это руководители отдела продаж, маркетинга, кадров и др. Работники в пределах деятельности своего отдела выявляют проблемы и все возможные риски оперативно, так как непосредственно связаны с процессом. На данном уровне работники обладают меньшими возможностями в принятии каких-либо значимых решений, поэтому в их компетенцию входит управление более мелкими рисками. Поэтому, если риски представляют уже более серьезную угрозу и для их управления требуется более весомые рычаги управления, то информация передается на следующий уровень управления – средний.

На среднем уровне управления риски рассматриваются уже более обобщенно. В области розничной торговли это руководители федеральных филиалов, финансовый отдел и др. Информация, полученная от низшего уровня, аккумулируется и фильтруется. На данном уровне управления уже имеется значительно больше ресурсов инструментов для управления рисками, а также работники данного уровня облада-

¹ Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

ют большей компетенций в области управления рисками. Однако, если возникает угроза глобального риска, который отразиться уже на всей деятельности организации, а не на деятельности отдельного отдела или филиала, то информация передается на высший уровень управления.

Руководитель высшего уровня имеет возможность контролировать все решения, принимаемые руководителями низшего и среднего звена, и в случае необходимости вносить корректировки. Стоит отметить, что руководители высшего уровня обладают полной информацией о функционировании своей организации. В области розничной торговли это генеральный директор. Поэтому руководитель высшего звена является тем, кто координирует все действия, принимаемые в организации, что предполагает успешное функционирование всей компании в целом. Руководители данного звена должны иметь высокую квалификацию в области управления рисками.

При анализе рисков на всех уровнях разрабатываются решения по их управлению. В процессе анализа выявляются различные факторы, при условии которых наступает тот или иной риск.

Научный руководитель: *Н.В. Новикова*

Н.В. Юников

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Риски деятельности компании в сфере оказания транспортных услуг

Аннотация. Выявлены риски, присущие компании, функционирующей в сфере оказания транспортных услуг, а также составлена карта рисков такой компании, расположенной в городе Екатеринбурге.

Ключевые слова: компания; риск; транспортные услуги; карта рисков.

В настоящее время во всем мире существует потребность в транспортных услугах, потому что зачастую необходимые товары производятся вдали от места их реализации. В таком случае необходимо прибегать к услугам компаний, ведущих деятельность в сфере оказания транспортных услуг.

Согласно Большой энциклопедии нефти и газа, транспортное предприятие – юридическое лицо, осуществляющее профессиональную деятельность перевозчика грузов по автомобильным дорогам и имеющее лицензию для выполнения транспортных операций, выданную компетентными органами в стране регистрации¹.

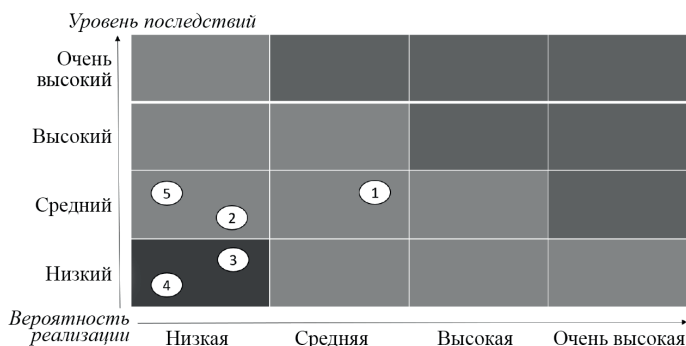
¹ *Большой экономический словарь.* URL: <https://search.rsl.ru>.

Автором было проведено исследование рисков компании, функционирующей в сфере оказания транспортных услуг на примере ООО «Футура Транспортные Решения», расположенной в г. Екатеринбурге. По результатам анализа, который был основан на расчете коэффициентов ликвидности баланса, кадровых показателях и оценке состояния технических средств компании, был составлен перечень рисков (см. таблицу)¹.

Риски компании ООО «ФТР»

№	Риски
1	Сбой во времени доставки груза
2	Снижение платежеспособности
3	Политическая ситуация
4	Потеря конкурентных преимуществ
5	Юридический риск

На карте рисков данные риски были отображены следующим образом (см. рисунок).



Карта рисков для компании ООО «ФТР»²

Исходя из представленных в матрице данных, можно сказать, что у компании максимальным уровнем риска является средний, что обусловлено тем, что рассматриваемое предприятие относится к малому бизнесу.

¹ Юнчиков Н.В. Экономическая безопасность транспортной компании // Конкурентоспособность территорий: Материалы XXV Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 27–30 апреля 2022 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. Ч. 3. С. 29–30.

² Центр раскрытия корпоративной информации. URL: <https://e-disclosure.ru>.

Самым крупным риском является снижение платежеспособности, так как для подобных предприятий платежеспособность за счет собственных средств является очень важным показателем, а анализ выявил снижение данного показателя в течение исследуемого периода. Самым низким риском для компании является потеря конкурентных преимуществ, так как данный риск может быть нивелирован в короткие сроки и не окажет сильного влияния на предприятие.

Научный руководитель: *А.Н. Пестряков*

Направление 4.

Социальное измерение конкурентоспособности

А.Я. Бабаев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социальное измерение конкурентоспособности ОАО «РЖД»

Аннотация. Рассматриваются особенности социальной конкурентоспособности ОАО «РЖД», способы ее улучшения и связь с инновационным потенциалом компании.

Ключевые слова: социальная конкурентоспособность; инновации; РЖД.

Социальное измерение конкурентоспособности – это оценка качества и эффективности компании, основанная на социальном взаимодействии между сотрудниками, партнерами и обществом в целом. Она учитывает влияние социальных факторов на конкуренцию на рынке и на успех компании в долгосрочной перспективе. ОАО «РЖД» является одной из крупнейших компаний в России и имеет большое социальное влияние на общество. Для улучшения социального измерения конкурентоспособности ОАО «РЖД» можно использовать следующие способы:

1. Создание благоприятных условий труда для сотрудников, что позволит повысить их производительность и мотивацию.

а. Установление четких и понятных целей и задач – это поможет сотрудникам понимать, какие результаты от них ожидаются и каких достижений они должны добиваться.

б. Обеспечение комфортного и безопасного рабочего пространства – это также один из ключевых аспектов благоприятного условия труда. Для этого можно предоставить сотрудникам удобные рабочие места, где нет насыщенного шума, пыли, удобные столы и стулья, наличие светильников со светом натурального цвета.

в. Регулярное проведение персональной оценки работы сотрудников – это помогает им понимать, насколько они хорошо выполняют свою работу и в чем нужно улучшаться.

г. Мотивация и признание – это важные факторы, которые помогают улучшить производительность и поднять мотивацию сотрудников. Работодатель может предоставлять материальные и нематериальные сти-

мулы для лучших показателей производительности, а также выражать признание и уважение за успешную работу.

д. Повышение квалификации – это один из способов повышения производительности и мотивации сотрудников. Проведение курсов повышения квалификации, профессиональных тренингов и семинаров может помочь сотрудникам прокачать свои навыки и узнать о новых технологиях и методах работы.

е. Развитие корпоративных культурных ценностей – обеспечение благоприятной атмосферы в компании помогает укреплять связь между сотрудниками и повышать их производительность. Следует поощрять работы в команде, регулярные тренинги и общение для достижения общих целей.

2. Установление партнерских отношений с другими компаниями и организациями, которые помогут расширить деятельность и увеличить конкурентоспособность.

а. ОАО «РЖД» может заключать партнерские отношения с другими компаниями и организациями в следующих направлениях:

б. Сотрудничество с производителями товаров и услуг, которые требуют доставки по железной дороге. Например, с компаниями, производящими тяжелую технику, стальные продукты, нефтепродукты.

в. Сотрудничество с другими операторами транспортных услуг. Например, с авиакомпаниями, чтобы организовывать перевозку грузов по мультимодальной схеме.

г. Сотрудничество с организациями, занимающимися логистическими услугами. Например, с транспортными брокерами, которые помогают с организацией доставки грузов.

д. Сотрудничество с государственными органами, которые могут предоставлять финансовую и организационную поддержку. Например, с Министерством транспорта РФ, ВЭБ.РФ, Росимуществом.

е. Сотрудничество с университетами, научными институтами и стартапами в сфере транспорта и логистики. Например, с МФТИ, НИУ «Высшая школа экономики», РУДН.

3. Активное участие в социальных проектах и программ, направленных на улучшение жизни населения и решение социальных проблем.

Инновационный потенциал также может сильно влиять на социальное измерение конкурентоспособности. Компания может использовать инновационные технологии и подходы для улучшения работы, что позволит повысить качество, удобство и надежность услуг для клиентов, а также сократить издержки. Перспективы развития инновационного потенциала ОАО «РЖД» весьма высоки. Компания уже начала внедрять

инновации в различных областях деятельности, таких как использование цифровых технологий, автоматизация процессов, создание удобных платформ для пассажиров и грузовых перевозок и др. Однако для полного раскрытия потенциала необходимо продолжать вкладывать в разработку новых технологий, привлекать квалифицированных специалистов и усиливать партнерские отношения. Это позволит ОАО «РЖД» сохранить свою лидерскую позицию на рынке и повысить свою конкурентоспособность в будущем.

Научный руководитель: Г.П. Бутко

А.А. Бердышева, В.Б. Годяцкая, С.О. Кисловская

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Молодежные субкультуры как социальный феномен

Аннотация. Обозревается тема молодежных субкультур г. Екатеринбурга. Актуальность темы и причины ее возникновения, также статистические исследования на основе данных пилотажного опроса, проведенного авторами весной 2023 г. в г. Екатеринбурге среди студенческой молодежи посредством онлайн-опроса.

Ключевые слова: молодежь; субкультура; студенты.

Данная статья посвящена такому социальному явлению, как молодежные субкультуры. Мы определяем понятие «молодежные субкультуры» как некую систему смыслов, стилей жизни, средств выражения, которая помогает молодым людям адаптироваться ко взрослой жизни. Мы выбрали эту тему, поскольку мы задались вопросами о том, какие молодежные субкультуры распространены на сегодняшний день, почему они возникают и какое отношение у молодежи и более старшего поколения к молодежным субкультурам [2].

В связи с этим мы провели пилотажное социологическое исследование, в ходе которого было опрошено 48 чел. Мы предложили людям в возрасте от 16 лет ответить на 18 вопросов о молодежных субкультурах.

Большинство опрошенных данного пилотажного опроса (33 из 48 чел.) – девушки и женщины различных возрастов, в возрасте от 16 до 21 года (35 чел.), а также люди в возрасте от 22 до 28 лет (10 чел.). Большинство опрошенных получают высшее образование (25 чел.). Также следует отметить, что значительная часть опрошенных работает и обучается (10 чел.), и работает и не обучается (7 чел.). Практически все опрошенные – 47 чел. – проживают в городе, и лишь 1 опрошенный – в сельской местности.

Большинство опрошенных (36 чел.) уверены, что знают, что такое «молодежная субкультура». Следует также отметить, что только 3 чел. (6,3%) утверждают, что не знают, что такое «молодежная субкультура». Определяя понятие «молодежная субкультура», каждый из опрошенных дал свой вариант ответа. Однако большинство опрошенных считают, что молодежная субкультура – это неформальное объединение молодежи, имеющее характерные особенности и общие интересы.

Большинство опрошенных данного социологического исследования нейтрально относятся к молодежным субкультурам и неформальным объединениям (20 чел.). Также значительная часть опрошенных относится к молодежным субкультурам положительно или скорее положительно. При этом практически половина опрошенных (22 чел.) не относят себя к какой-либо молодежной субкультуре. Также следует отметить, что всего лишь 3 чел. точно относят себя к молодежным субкультурам.

Среди опрошенных наиболее известными субкультурами являются готы, эмо, панки и геймеры. Наименее известными молодежными субкультурами для опрошенных являются ролевики, фурри и рэйверы. Большинство опрошенных считают, что о принадлежности к той или иной субкультуре свидетельствуют манера поведения или общения, а также внешние атрибуты.

По мнению опрошенных, самой популярной субкультурой чреда молодежи являются анимешники (21 чел.). Анимешники – одна из самых зависимых от возраста субкультур [1]. Также опрошенные считают, что одна из самых популярных молодежных субкультур – геймеры (16).

Более половины опрошенных – 25 чел. – считают, что субкультуры несомненно влияют на развитие современной молодежи. Среди опрошенных также 2 чел. считают, что субкультуры скорее не влияют на развитие современной молодежи и только 4 чел. уверены, что субкультуры не оказывают никакого влияния. Почти половина (23 чел.) считают, что субкультуры оказывают скорее положительное влияние на молодежь. 3 чел., наоборот, считают, что субкультуры только отрицательно влияют на современных молодых людей. Но при этом, определенная часть опрошенных (17 чел.) считают, что субкультуры скорее не помогают молодежи проявить гражданскую позицию. Хотя ряд исследователей считает, что молодежные субкультуры показывают открытость молодых людей новым идеям, поиску неизведанного [3].

Для более подробного исследования повседневных практик в студенческих общежитиях необходимо доработать анкету и провести социологическое исследование полного цикла по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. Мизякина С.Н. Анимешники как Новейшая молодежная субкультура / С.Н. Мизякина, Е.О. Васильковская, В.И. Гинетова // Материалы докладов 51-й Междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов: сб. науч. материалов: в 2 т. (Витебск, 25 апреля 2018 г.). Витебск: ВГТУ, 2018. Т. 1. С. 30–32.

2. Россо Е.В. Ценностные ориентации молодежных субкультур в современной России в начале XXI века (на примере субкультуры хип-хопа и субкультуры граффити) // World Science: Problems and Innovations: сб. ст. XLIV Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 30 июня 2020 г.). Пенза: Наука и Просвещение, 2020. С. 325–328.

3. Юрьева М.В. Психологические характеристики личности как детерминанты выбора молодежной субкультуры хипстеров // Молодая наука: сб. науч. тр. науч.-практ. конф. для студентов и молодых ученых (Евпатория, 19–20 октября 2018 г.). Евпатория: Ариал, 2018. С. 426–427.

Е.Р. Бирюкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Использование интернета студентами

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного в ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» среди студентов 1–4 курсов, обучающихся по программам бакалавриата. Автор анализирует статистику использования интернета студентами.

Ключевые слова: студенты; интернет; цифровые платформы.

Использование интернета – неотъемлемая часть жизни современного студента. Эксперты выявили причины склонности молодежи к интернет-зависимости. Этому способствуют черты характера: обидчивость, тревожность, депрессии. Люди с компьютерной зависимостью с трудом вступают в коммуникацию с ровесниками, долго адаптируются к новой организации, поэтому пытаются уйти от проблем в виртуальную реальность компьютерных игр. Формирование зависимости коррелируется со спецификой семейных отношений: чрезмерная опека или повышенные требования затрудняют взаимопонимание родителей и детей [1].

В связи с актуальностью темы автор решила провести пилотажное исследование на тему: «Студенты и интернет» в феврале 2023 г. при помощи платформы для онлайн-опросов Google Forms. Была поставлена задача исследовать причины и последствия обращения студентов к интернету. Выборочная совокупность составила 16 чел. в возрасте 18–23 лет, среди которых 4 представителя мужского пола и 12 – женского пола.

Ответы на вопрос: «Сколько часов в день (в среднем) проводят студенты в интернете?» – показали, что большинство (60%) проводят от 4 до 6 ч в день в сети интернет. 37,5 % респондентов находятся в интернете более 6 ч. выяснилось, что у 9 опрошенных (50% всех опрошенных девушек и 75% молодых людей) случались ситуации, когда они не успевали выполнить учебные задания из-за длительного пребывания в сети.

Следующий вопрос касался причин использования интернета. Ответы распределились так: 16 респондентов при помощи всемирной паутины вступают в межличностную коммуникацию, 14 чел. используют интернет для обучения и досуга, лишь 10 чел. – для работы. Интернет необходим респондентами повсеместно: абсолютно все опрошенные выходят в сеть ежедневно из разных локаций.

Двое респондентов женского пола отметили, что пользуются интернетом даже на работе, в то время как опрошенные из числа лиц мужского пола используют сеть только в свободное от работы время.

Студентам был задан вопрос: «Способны ли они успешно учиться без помощи цифровых платформ?». Результаты оказались следующими: 8 человек из 16 ответили, что не способны, 5 чел. – не уверены, что смогли бы, лишь 3 чел. сказали, что могут преуспевать в учебе без интернета. В то же время 11 респондентов, то есть почти 75% от общего числа, используют более половины времени, проведенного онлайн, для учебы. Оставшееся время они тратят на удовлетворение своих интересов.

Несмотря на популярность интернета среди опрошенных, почти все респонденты ответили, что для них не имеет значение формат предоставляемой информации: они готовы применять бумажный или электронный варианты в равном соотношении.

Полученные результаты демонстрируют то, что жизнь современного студента практически невозможна без информационных технологий и цифровых платформ [3]. Всемирная сеть позволяет удовлетворять многие потребности: от получения информации до проведения досуга и общения [4].

Но следует принимать во внимание тот факт, что интернет, как и институт образования, выполняет латентную функцию сохранения и закрепления социального неравенства, предоставляя неравный доступ к цифровым платформам [2].

Научный руководитель: *Е.Г. Корнильцева*

Библиографический список

1. *Корнильцева Е.Г.* Компьютерная зависимость в молодежной среде и методы регулирования // Культурологические чтения – 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования: сб. материалов Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 10–14 марта 2020 г.). Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. С. 92–96.
2. *Лысенко В.В.* Подходы к изучению образования как системы // Материалы III Национальной научно-практической конференции «Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей» и Национальной научно-практической конференции «Наука и общество: актуальные проблемы и решения» (Керчь, октябрь 2021 г.). Керчь: КГМТУ, 2021. С. 729–733.
3. *Kiriakova N.I.* Digital Currencies of the Central Bank as a Means of Strengthening the Monetization of the Russian Economy // 2nd International Scientific and Practical Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020). Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 138. Atlantis Press, 2020. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125939708.pdf>.
4. *Kuznetsov A., Pyanykh E., Rodaykina M.* Digital Transformation in the Context of Improving the Quality of Lifelong Education // Vplyv Industry 4.0 na tvorbu pracovných miest 2020: Zborník vedeckých príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Trenčín, 12. novembra 2020). Trenčín: Publishing House Alexander Dubček University of Trenčín, 2021. P. 272–276.

П.Г. Дегтярева, В.О. Крет

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение молодежи к ранним бракам

Аннотация. Обозревается тема ранних браков и отношение к ним современной молодежи. Актуальность темы и причины ее возникновения, так же статистические исследования на основе данных пилотажного опроса, проведенного авторами весной 2023 г. в городе Екатеринбурге среди молодежи посредством онлайн-опроса.

Ключевые слова: брак; ранний брак; молодежь; студенты.

Данная статья посвящена отношению молодежи к ранним бракам. Мы определяем понятие брак как обязательство двух людей друг перед другом, конечная цель брака – это создание семьи. В последнее время социальная тема ранних браков получает определенное возрождение в отрасли социологии семьи [1; 2; 3].

Мы провели в формате онлайн пилотажный опрос, в ходе которого нам удалось опросить 94 чел. В нашем опросе мы предложили людям в возрасте с 16 до 34 лет ответить на одиннадцать вопросов. Ниже в табл. 1 представим вам несколько вопросов и в скобках обозначим количество людей, выбравших определенный вариант ответа.

Таблица 1

Результаты анкетирования

Критерий	Количество ответов	Критерий	Количество ответов
Пол		Планы респондента насчет брака в будущем	
Мужской	31	Собираюсь вступить	73
Женский	63	Не собираюсь вступать	21
Возраст респондентов		Отношение респондента к браку	
16–20 лет	73	За брак	84
21–25 лет	11	Против брака	10
26–34 года	10	Оптимальный возраст для вступления в брак	
Возраст для вступления в ранний брак		16–20 лет	6
16–18 лет	78	21–25 лет	53
19–23 года	11	26–34 года	31
24–28 лет	3	34–40 лет	4
Старше 29 лет	2	Обязателен ли брак для респондента	
Статус респондента		Да	22
В браке	10	Нет	72
Не в браке	84		

По результатам нашего опроса мы увидели, что большинство участников были женщины. Большая часть из наших респондентов была в возрасте от 16 до 20 лет. Ранним возрастом для заключения брака для большинства респондентов является промежуток с 16 до 18 лет. Почти все наши опрошенные на момент участия в социологическом опросе не состояли в браке. Многие из опрошенных ответили, что собираются вступить в брак и относятся к нему положительно. Оптимальный возраст при вступлении в брак для молодых людей промежуток с 21 до 25 лет. Но также большинство опрошенных (72 ответа) отметили, что для них брак не является обязательным мероприятием в жизни.

Также мы изучали мнение молодежи насчет разных высказываний о браке: действительно ли ранний брак лишает человека детства; повы-

шается ли возраст вступающих в брак или нет; увеличивается ли разница в среднем возрасте жениха и невесты при вступлении в первый союз. Мнения разделились практически в равных пропорциях. Данные представлены в табл. 2.

Таблица 2

Мнения респондентов о высказываниях на тему раннего брака

Ранний брак лишает человека детства	Повышается ли возраст вступающих в брак	Увеличивается ли разница в среднем в возрасте супругов
Да (12 ответов)	Да (52 ответа)	Да (45 ответов)
Скорее да (29 ответов)	Нет (42 ответа)	Нет (49 ответов)
Нет (30 ответов)		
Скорее нет (23 ответа)		

В ходе пилотажного социологического исследования мы выяснили, что молодежь относительно лояльно относится к ранним бракам. Для этой социальной группы важно узаконить свои отношения в будущем. Современная молодежь осознает значимость брака, но считает, что к нему надо подходить ответственно и осознанно, а это получится при достижении более зрелого возраста. Для получения репрезентативных данных нам необходимо доработать инструмент (анкету), и провести социологическое исследование полного цикла по строго выверенной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. *Кантеева К.Р., Чеджемов Г.А.* Ранние браки: проблемы нестабильности и разводы в современном обществе // Наука, образование и культура. 2017. № 6 (21). С. 97–99.
2. *Казеннова Я.В., Карандеева А.В.* Исследование отношения современной российской молодежи к ранним бракам // Социокультурные и психологические проблемы современной семьи: актуальные вопросы сопровождения и поддержки: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Тула, 21–22 ноября 2018 г.). Тула: Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, 2018. С. 17–18.
3. *Новикова К.В., Чуюко Э.Р., Волкова Т.В.* Исследование социального отношения молодежи к ранним бракам в России // Наука среди нас. 2018. № 6 (10). С. 43–48.

Проблемы в жизни современного студента

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного в УрГЭУ. Авторы анализируют проблему, с которой сталкиваются первокурсники, получающие высшее и среднее специальное образования. Авторы рассматривают причины возникновения стресса у студентов и методы его профилактики.

Ключевые слова: студент; стресс; успеваемость; первокурсники.

Каждый человек на протяжении жизни сталкивается с определенными проблемами. В частности, они появляются при включении в новую социальную группу студентов. Авторами статьи в марте 2023 г. проведено социологическое исследование (анкетный опрос, $n = 31$) на тему: «Проблемы, с которыми сталкиваются студенты». Было выяснено, что стресс занимает первое место среди проблем, с которыми сталкиваются первокурсники. Предположительно стресс появляется из-за того, что студенты попадают в новое учебное заведение, в котором всё значительно отличается от школы. Первокурсникам необходимо в короткий срок адаптироваться к новым условиям обучения и познакомиться с преподавателями и одногруппниками. Все это сказывается на эмоциональном состоянии студентов, вызывая стресс [2].

На сегодняшний день понятие «стресс» используется в разных областях знаний, таких как: психология, социология, медицина. Стресс – это то, что приводит к ухудшению здоровья (в психическом и физиологическом плане), из-за чего у человека происходят проблемы в учебе, на работе, в личной жизни. Данный термин касается ряда вопросов, связанных с зарождением конфликтов и опасных ситуаций. Впервые это понятие ввел Уолтер Кэннон в начале 30-х гг. XX в.

В социологическом опросе принимали участие первокурсники института экономики и финансов, а также колледжа. На вопрос: «В каких организациях вы испытываете стресс чаще всего?» 15 чел. указали учебные заведения, 6 чел. – общественные места, 6 чел. – работу. Таким образом, чаще всего стресс испытывают в учебных заведениях. Причины могут быть разные: выполнение сложного домашнего задания, недоброжелательность со стороны одногруппников, подготовка к экзаменам и пр.

На следующий вопрос: «Как часто вы испытываете стресс?» – 23 студента отметили, что испытывают его часто, 7 – редко и 1 – никогда. Основная часть респондентов часто подвергается стрессу, что свидетельствует о недостаточной стрессоустойчивости первокурсников.

В данной выборке 22 опрошенных знают, как бороться со стрессом, а вот 9 не знают, что необходимо предпринимать в стрессовых ситуациях. Данная статистика говорит о том, что большая часть респондентов сталкивалась со стрессом. Самые популярные способы борьбы со стрессом, которые отметили наши респонденты – это медитация, йога, дыхательная гимнастика, переключение своего внимания на другие занятия.

В последнем вопросе: «Как стресс влияет на успеваемость?» – 23 студента отметили, что стресс серьезно влияет на успеваемость, ухудшая ее, 3 респондента отметили, что стресс позволяет повысить успеваемость, 5 респондентов отметили, что стресс никак не влияет на их оценки. Можно сделать вывод: студенты, испытывающие стресс, не могут полноценно заниматься учебной деятельностью [1].

В заключение хотелось бы отметить, что стресс действительно является проблемой для современного студента, в особенности студента-первокурсника. Так же стресс негативно сказывается на успеваемости обучающегося. Для того чтобы уменьшить испытываемый студентами стресс, необходимо проводить внеурочные мероприятия, направленные на адаптацию обучающихся к студенческой жизни. Примером может послужить такое мероприятие, как «Неделя первокурсника», проходящая в Уральском государственном экономическом университете, благодаря которому у студентов появляется возможность познакомиться с инфраструктурой вуза, преподавателями и однокурсниками. Информация, полученная на неделе первокурсника, позволяет студенческой молодежи более комфортно себя чувствовать в начале учебного года и сократить последствия от стресса. Таким образом, в процессе обучения необходимо развивать у студентов формы уверенного поведения, что должно способствовать формированию социальной компетенции и удовлетворенности собой [3].

Научный руководитель: *Е.Г. Корнильцева*

Библиографический список

1. *Кириякова Н.И., Лаптева Е.А., Загребина Е.А.* Анализ рисков потребителей в условиях глобализации мировой экономики // Современные проблемы мировой экономики и международных отношений: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. (Караганда, 20 апреля 2022 г.). Караганда: Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 2022. С. 108–111.
2. *Кузнецов А.Ю., Небалужева А.И.* Специфика отношения к конфликтам студентов и преподавателей // Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы: материалы

всероссийского (с международным участием) научно-методического семинара, (Екатеринбург, 13–15 марта 2019 г.). Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2019. С. 120–127.

3. Кузьмина О.В., Корнильцева Е.Г. Развитие форм уверенного поведения у студентов вуза в курсе «Имиджелогия» // Интернет-журнал «Мир науки», 2018. №4. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/01PSMN418.pdf>.

Д.Г. Евсеева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Пользование интернет-магазинами: риски и мошенничество

Аннотация. Представлены итоги опроса, проведенного среди студентов Уральского государственного экономического университета (г. Екатеринбург). На основании результатов автор анализирует отношение студентов к использованию интернет-магазинов, рассматривая риски совершения покупок в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-магазин; студент; риск; мошенничество; маркетплейс.

Интернет-магазины вошли в жизнь современного человека. Возникли они по причине стремления людей освободить время для более важных дел. Однако, при онлайн-шоппинге человек может найти как преимущества, так и столкнуться с рядом проблем [1].

Автор в феврале–марте 2023 г. провела анкетирование, в котором приняли участие 21 студент мужского и женского пола. Выяснилось, что более 1/2 опрошенных совершают покупки в интернете не более 2 раз в месяц, 20% пользуются интернет-магазинами более 3 раз в месяц. Около 15% респондентов совершают покупки в сети Интернет редко, либо вовсе не совершают.

Не стоит забывать о рисках, с которыми можно столкнуться, совершая заказы в интернете:

- 1) потеря идентификационных данных;
- 2) поддельные интернет-сайты магазинов;
- 3) незашифрованные данные;
- 4) утечки данных;
- 5) поддельные отзывы;
- 6) поддельные приложения.

Однако, в настоящее время есть немало приемов, при помощи которых можно снизить возможность кражи денег или данных.

Также стоит затронуть тему мошенничества в сети Интернет. Своих жертв интернет-мошенники ищут обычно с помощью самых примитивных способов рекламы: это рассылка по электронной почте, рассылка в мессенджерах и в социальных сетях [4]. Анкетирование показало, что около 50% респондентов попадались на обман в интернет-магазинах. Респонденты столкнулись с такими видами мошенничествами как несоответствие товара предложенному образцу на сайте, непредоставление заказа, поддельный сайт магазина. Из данной информации следует, что мошенничество в интернете является острой проблемой, и многие покупатели время от времени сталкивались с данными преступлениями.

Можно сделать вывод: интернет-магазины значительно облегчили жизнь современных людей и онлайн-шопинг достаточно распространен среди молодежи. Однако, не стоит забывать о возможных рисках, и следует понимать, что не все товары можно приобрести онлайн-способом [2]. Но все-таки маркетплейсы имеют ряд преимуществ: у покупателей освобождается время, они имеют возможность приобрести товар, которого нет в их населенном пункте. Онлайн-магазины значительно расширяют выбор товара для потребителей. Но, несмотря на это, молодежь предпочитает посещать обычные магазины. По результатам разных опросов, интернет-магазины пока не могут составить конкуренцию традиционной торговле [3].

Научный руководитель: *Е.Г. Корнильцева*

Библиографический список

1. *Домащенко Д.В., Финогенова Ю.Ю.* Управление рисками в условиях финансовой нестабильности. М.: Магистр; ИНФРА-М, 2015. – 240 с.
2. *Кириякова Н.И.* Институциональные аспекты в развитии теории и методологии управления экономическими системами // Развитие экономических систем: теория, методология, практика. Пенза: Пензенский ГАУ, 2022. С. 140–154.
3. *Татаринов С.А.* Интернет-торговля как основа новой экономики // Культурологические чтения – 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования: сб. материалов Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 10–14 марта 2020 г.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. С. 332–336.
4. *Ermakov Yu., Kunshchikov S., Kuznetsov A.* Natural Algorithms of Corruption Behavior and Industry 4.0 Technologies // Vplyv Industry 4.0 na tvorbu pracovných miest 2020: Zborník vedeckých príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Trenčín, 12. novembra 2020). Trenčín: Publishing House Alexander Dubček University of Trenčín, 2021. P. 135–140.

Отношение молодежи к религии

Аннотация. Поднимается вопрос актуальности темы религии при развитии информационных технологий в современном мире для одной из наиболее уязвимых социальных групп – молодежи. На основе проведенного анализа данных, полученных вследствие проведенного пилотажного опроса среди студентов Уральского государственного экономического университета, сделаны выводы по затронутой теме.

Ключевые слова: религия; молодежь; общество.

Изучение религиозности, ее форм и феноменов остается неотъемлемым фактором развития общества на протяжении многих веков. Фактически не было ни одной культуры развитой без той или иной формы религии. Развитие и усложнение общества неизбежно связано с многообразием новых религиозных организаций.

Статья посвящена попыткам добиться ответа на вопрос: остается ли актуальна религия при развитии информационных технологий в современном мире для одной из наиболее уязвимых социальных групп – молодежи.

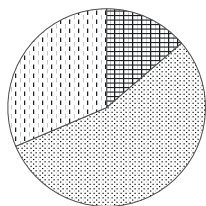
Для достижения поставленной цели была поставлена задача провести среди студентов Уральского государственного экономического университета анонимный онлайн-опрос, основным назначением которого было пилотажное исследование отношения молодежи к внедрению в базовое обучение основ религии для обеспечения расширения мировоззрения молодого поколения.

Массовой среди 50 опрошенных респондентов оказалась возрастная категория «18–20 лет», 72,5% всех опрошенных – женщины, 27,5% – мужчины.

Были поставлены как прямые вопросы, требующие краткого и ясного ответа, так и допускающие возможность индивидуального выражения определенных аспектов мировоззрения.

На этапе формирования ответа участники в основном придерживались базовых функций религии: мировоззренческая, компенсаторная и культурная. Так же проявляли интерес и активность в общих вопросах о взаимном существовании религии и социума.

Магистральный вопрос (соотношение выбранных ответов представлено на рисунке) был поставлен следующим образом: «Как вы относитесь к появлению в программе учебных заведений дисциплины „Основы религий“?».



- Положительно 13,7%
- ▨ Нейтрально 54,9%
- Негативно 31,4%

Распределение ответов на вопрос: «Как вы относитесь к появлению в программе учебных заведений дисциплины „Основы религий“?»

Немалое количество вопросов остались с ответом «Затрудняюсь ответить/Нейтрально», что не несет в себе негативный или положительный подтекст. Данный этап может лишь послужить дальнейшему развитию проблематики рассмотренной темы.

Проведенный опрос служит некой возможностью начать исследования, как выяснилось, актуальной по сей день темы, не оставляющей равнодушным молодое поколение. Для более подробного исследования нам необходимо доработать программу и анкету и провести новое социологическое исследование по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

А.В. Кагилева, Д.А. Гордеева, С.П. Воронина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние социальных сетей на повседневную жизнь уральцев

Аннотация. Обозревается тема социальных сетей и отношение к ним современных людей. Актуальность темы и причины ее возникновения, так же статистические исследования на основе данных пилотажного опроса, проведенный авторами весной 2023 г. в городе Екатеринбурге посредством онлайн-опроса.

Ключевые слова: социальные сети; повседневная жизнь; общение.

Статья посвящена отношению уральцев к социальным сетям. Мы определяем понятие социальной сети как глобальные (практические повсеместные) источники информации для современного человека [1].

Мы провели пилотажный онлайн-опрос, в ходе которого было опрошено 63 человека. В опросе мы предложили людям в возрасте от 16 до 36 лет ответить на ряд вопросов. Стоит отметить, что большая часть респондентов – женщины (74%). Также стоит сказать о том, что большин-

ство опрошенных (88%) – в возрасте от 16 до 21 года и находятся в процессе получения высшего образования. Говоря о месте проживания, 68% респондентов проживают в городе, 31% – в сельской местности.

Для 73% опрошенных «социальные сети» влияют на их жизнь. Действительно, в большинстве случаев человеческая рутина, взаимодействие с окружающими происходит через «социальные сети». Многие люди «погружаются» в коммуникационные ловушки социальных сетей [3].

Касаясь вопроса «Как вы считаете, имеют ли доступ к личной информации пользователя в „социальных сетях“ правоохранительные органы?», около 71,4% опрошенных сошлись во мнении, что действительно правоохранительные органы имеют доступ к личной информации пользователя. В данной ситуации, можно сказать о том, что времяпровождение в «социальных сетях» не гарантирует пользователям полной безопасности. Сбор данных не является правонарушением, поскольку пользовательские соглашения позволяют многим платформам агрегировать большие массивы персональных данных пользователей [2].

В рамках опроса мы также решили затронуть аспект зависимости и отказа от «социальных сетей». Результаты показали, что из всех опрошенных 49% считают себя зависимыми и больше половины (55,6%) не смогли бы отказаться от «социальных сетей». Данные показатели свидетельствуют о том, что «социальные сети» вызывают зависимость у большинства пользователей и для многих это неотъемлемая часть жизни. И это можно считать отрицательной динамикой, так как живое общение уступает виртуальному. Говоря также о количестве проведенного времени, 79% опрошенных проводят в «социальных сетях» больше трех часов ежедневно, что опять же подтверждает некую зависимость от провождения в сети Интернет и «бесконечного» виртуального общения.

Если затронуть тему того, смогут ли люди без причин удалить свои аккаунты 61% опрошенных не смогли бы этого сделать. Данные результаты опять же подтверждают значимость «социальных сетей», и то насколько люди адаптировались хранить большинство необходимой им информации непосредственно в виртуальных источниках.

Говоря о «социальных сетях», можно выделить большое количество их видов, но самыми популярными среди опрашиваемых оказались: социальные библиотеки (52,4%), социальные медиа-хранилища (57,1%) профессиональные социальные (47,6%) и корпоративные социальные сети. По результатам данного голосования можно сделать вывод о том, что «социальные сети» стали использоваться людьми не только в развлекательных целях, но и многие теперь ими пользуются для того, чтобы упростить рабочие процессы и сделать их более функциональными.

В заключение мы задали вопрос о том, что приобрели бы опрашиваемые, если бы лишились возможности пользоваться социальными сетями. У 63,5% опрошенных появилось бы больше свободного времени; 52,4% смогли бы больше общаться в живую и уделять времени именно общению с окружающими их людьми; 50,8% смогли бы найти для себя новые увлечения. Для более подробного исследования нам необходимо доработать программу и анкету и провести новое социологическое исследование по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. *Гусев М.М., Гусева А.Н., Кораблина Т.В.* Исследование зависимости социального типа пользователя социальной сети на его поведение в социальной сети // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. 2020. № 2 (32). С. 71–73.
2. *Панфилов Г.О.* Правовые аспекты использования данных из социальных сетей, собранных автоматизированным способом, на примере социальной сети «ВКонтакте» // Сборник трудов X Конгресса молодых ученых (Санкт-Петербург, 14–17 апреля 2021 г.). СПб.: НИУ ИТМО, 2021. Т. 3. С. 205–207.
3. *Tarmaeva V.I., Narchuk V.S.* Communication in Social Networks Through Formation of Tolerance // Вопросы прикладной лингвистики. 2021. №44. С. 29–53.

Ю.В. Калинина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Чтение литературы среди молодежи

Аннотация. Рассматривается читательская активность среди молодежи, анализируются результаты исследований, которые свидетельствуют о том, какой среди молодежи интерес к чтению книг. Обсуждаются актуальность данной темы и причины ее возникновения, на основе данных опроса, проведенного автором весной 2023 г. в городе Екатеринбурге среди молодежи посредством онлайн-опроса. Статья содержит полезную информацию для всех, кто заботится о развитии читательской культуры в современном мире.

Ключевые слова: книги; молодежь; чтение литературы.

Статья посвящена отношению современной молодежи к чтению литературы. Мы читаем для эстетического наслаждения, но не только. Книга является важнейшим средством образования и воспитания [3]. В современном цифровом обществе также важно патриотическое воспитание подрастающего поколения и молодежи в целом [1; 2].

Автором проведен опрос в формате онлайн, в ходе которого удалось опросить 53 человека. В опросе людям в возрасте от 15 до 25 лет было предложено ответить на 13 вопросов. Ниже представлены несколько ответов на вопросы и в скобках обозначено количество людей в процентах, выбравших определенный вариант ответа.

По результатам опроса я заметила, что большинство участников было женщин (53,5%). Большая часть из респондентов была в возрасте от 18 лет до 21 года. Проведенный автором опрос дал ответ на вопрос что же является причиной и почему люди читают книги 14% респондентов выбрали вариант ответа, где требует учебная программа, и большинство (76,6%) опрошенных читают, потому что им это нравится. Кроме того, 55,8% респондентов не читают из-за недостатка времени в связи с учебой или работой.

Большинство опрошенных людей предпочитают читать художественную литературу (55,8%), вторую позицию заняли романы (53,5%) и (34,9%) респондентов увлекаются психологией и фантастикой. Многие из опрошенных ответили, что читают раз в неделю и вместе с тем я изучила мнение молодежи, насчет того, что они больше предпочитают книги в печатном виде (74,4%) нежели в электронном. Также половина респондентов любит слушать аудио книги, ведь это можно совмещать с другими делами.

Кроме того мнения участников опроса разделились практически в равных пропорциях, они предпочитают читать как отечественную литературу, так и зарубежную, а наиболее важным при выборе книги для (86%) людей является именно заинтересованность.

Проведенный анализ данных опроса позволяет наметить некоторые тенденции в области отношения молодежи к чтению и книгам. Современная молодежь считает, что сегодня без книг невозможно обойтись и понимает ценность классической литературы. Опрошенные с ходу смогли назвать свое любимое произведение и книгу, доказывая, что утверждение, что современная молодежь не читает – это миф. Очень много респондентов уделяют время литературе и получают от этого настоящее наслаждение. Читать – значит развивать мышление и становится лучшей версией самого себя.

Для более подробного исследования нам необходимо доработать программу и анкету и провести новое социологическое исследование по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. Бердникова Т.В., Заикина В.С. Читающая молодежь в цифровом обществе // Литературная педагогика и ее роль в развитии эмоциональной грамотности: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 26–27 октября 2021 г.). Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2021. С. 13–15.
2. Залуцкая С.Ю. Патриотическое воспитание и проблема чтения в среде молодежи // Сборник трудов Якутской духовной семинарии. 2020. № 7. С. 17–22.
3. Калинина Н.В. Саморазвитие и самореализация как тенденции модного поведения молодежи // Страховские Чтения. 2020. № 28. С. 150–155.

М.С. Колотов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Конкурентоспособность системы здравоохранения Российской Федерации: государственные учреждения против частных

Аннотация. Рассмотрен тип конкурентоспособности и конкуренции в системе здравоохранения. Раскрыты факторы минимизации показателей конкуренции в структуре здравоохранения. Раскрыто общественное мнение по предоставляемым медицинским услугам.

Ключевые слова: конкурентоспособность системы здравоохранения; конкуренция; государственная медицина; частная медицина.

Конкуренция и конкурентоспособность сферы здравоохранения в РФ сведены к минимуму или вообще отсутствуют. Основные факторы, которые способствовали регрессу конкуренции бюджетного здравоохранения являются следующие:

- 1) трансформация от административно-плановой системы к явлениям структуре маркетинга в формировании рынка медицинских услуг;
- 2) форма собственности – государственная, следовательно, законы классической конкурентоспособности не применимы к равнозначным структурам больниц;
- 3) система здравоохранения РФ – определен перечень, виды и способ оплаты товаров и услуг за человеческие ресурсы и технологические исследования;
- 4) отсутствуют HR-менеджеры ЛПУ;
- 5) отсутствуют целевые курсы по «Управлению конкуренцией в здравоохранении»¹.

¹ Тогунов И.А. Реальна ли конкуренция в здравоохранении? // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2011. Вып. 5. С. 47–53.

Какую же конкуренцию между человеческими ресурсами можно определить в системе здравоохранения? Рейтинг докторов – является приоритетным показателем конкуренции человеческих ресурсов в государственной системе здравоохранения.

Противоположная сторона бюджетной сферы здравоохранения является частная медицина. В нынешнее время почти в каждом муниципальном образовании субъекта страны имеются частные медицинские центры. Современные реалии таковы, что, хотя бы 1 раз в год человек обращается за получением медицинской помощи в частные медицинские центры.

В 2022 г. Всероссийский центр исследования общественного мнения предоставил результаты исследования по теме отношения россиян к медицине в России. В исследовании приняли участие 1 600 человек старше 18 лет по всей стране. 59% опрошенных в течении последнего года обращались в государственные медицинские учреждения (на 6% меньше в сравнении с 2020 г.), в частные обращались 31% (на 5% меньше в сравнении с 2020 г.). Среди тех, кто обращался в государственные учреждения остались довольны в той или иной степени лишь 49%. Среди всех опрошенных, почти 40% респондентов ответили, что Российской здравоохранение не развивается, лишь 13% отмечает что наша медицина в каких-то областях обогнала мировую¹.

Исследования сервиса сквозной аналитики Calltouch опубликовало данные, преимущества обращения в частные клиники (данные собирались методом социологического опроса). Доступность и своевременность оказания помощи – 36,1%; вежливое обращение – 25,3%; электронная запись – 14,4%; редкие и узкие специальности – 11,3%².

Сферу здравоохранения по типу конкуренции можно отнести к олигополии. Весь перечень услуг имеет персонифицированный характер. Среди частных медицинских учреждений субъектов области наблюдается ценовой параллелизм, поэтому конкуренция между частными ЛПУ тоже минимизируется по ценовой политике. Единственной конкуренцией между частными объектами структуры здравоохранения можно отметить социальный рейтинг врача, который основывается на наличии не только опыта работы, категории, образовании, а в большей степени на отзывах пациентов по оказанию медицинской услуги.

¹ Аналитический обзор: Государственная медицина: в погоне за качеством // ВЦИОМ. 2022. 17 нояб. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gosudarstvennaja-medicina-v-pogone-za-kachestvom> (дата обращения 25.03.2023).

² Одинцов Е. Опрос: каждый четвертый россиянин стал реже обращаться к врачам, чем год назад // Газета.ру. 2023. 10 марта. URL: <https://m.gazeta.ru/amp/social/news/2023/03/10/19929157.shtml> (дата обращения 25.03.2023).

Поэтому прибыль частного медицинского центра будет зависеть от сотрудников, которые работают в нем. К государственным учреждениям это не применимо, так как в них осуществляется работа по территориальной программе оказания медицинской помощи.

Исходя из изложенного для поднятия конкурентоспособности можно предложить следующее:

- 1) увеличить перечень платных медицинских услуг в государственных ЛПУ с преимущественно низкими ценами, относительно частных;
- 2) оформление государственно-частное партнерство;
- 3) повышать социальный рейтинг врачей путем предоставления QR-кода в кабинете для пациентов, чтобы оставляли отзыв. Благодаря данной процедуре получится часть пациентов привлечь к визиту к данному врачу;
- 4) повышать уровень знаний работников путем НМО;
- 5) развивать в медицинских учреждениях конкуренцию среди специалистов, путем стимулирующих выплат за качественно оказанные услуги.

Научный руководитель: *Н.Н. Пасмурцева*

Е.С. Корнякова, Е.М. Чепкасова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Чтение литературы как вид досуга современной молодежи

Аннотация. Обозревается тема чтения книг и иной литературы среди молодежи г. Екатеринбурга. Актуальность темы и причины ее возникновения, так же статистические исследования на основе данных пилотажного опроса, проведенный авторами весной 2023 г. в г. Екатеринбурге и Свердловской области среди молодых людей посредством онлайн-опроса.

Ключевые слова: досуг; молодежь; чтение.

Весной 2023 г. нами было проведено пилотажное социологическое исследование на тему чтение книг и иной литературы среди молодежи г. Екатеринбурга и Свердловской области. Мы поставили цель изучить потребность в чтении среди уральской молодежи. В общественном мнении закрепился определенный стереотип о «нечитающей молодежи», возможно это и связано с цифровым обществом [1].

Всего было опрошено 50 чел. в возрасте от 14 до 35 лет. Для того чтобы понять зависит ли чтение книг от социального статуса, мы выде-

лили следующие группы людей: учащийся – 18%, студент – 44%, рабочий – 36%, военнослужащий – 2%.

Нас интересовал вопрос – предпочитают ли читать книги и иные виды литературы современные молодые люди? Для этого мы сначала проанализировали график современной молодежи и позволяет ли он иметь достаточное количество свободного времени для посещения различных культурных мероприятий и чтения книг. Анкета показала, что у 46% опрошенных больше 3 ч свободного времени, у 27% – меньше 3 ч, у 24% опрошенных в наличии менее 2 ч свободного времени, 6% сказали, что не имеют свободного времени. Можно понять, что род деятельности оказывает значительное влияние на наличие свободного времени и выбора своего досуга. Большинство опрошенных отметили, что при наличии свободного времени, они предпочитают проводить его в сети Интернет (27%), заниматься домашними делами (23%) и совершать прогулки по улице (22%). Чтением книг занимаются лишь 7 чел. из всех опрошенных, что является очень маленьким показателем. Большая часть опрошенных (52%) проводит в Интернете более 5 ч в день, менее 3 ч – 28%, менее 5 ч – 16%, остальные проводят в Интернете менее 1 ч в день (4%). Также опрос показал, что многим редко бывает нечем заняться (44%), и некоторым время от времени (38%). У 16% опрошенных всегда найдется дело, и лишь 2% не знают, как себя занять. Всего 30 чел. любят чтение, объясняя свой выбор необходимостью пополнения своего словарного запаса и интересом к самому процессу чтения. Остальные 20 чел. считают чтение скучным занятием и утверждают, что есть вещи намного интереснее данного занятия. Однако у 17 чел. не хватает времени на чтение книг. Большинство предпочитают чтение книг в печатном виде (58%). Доля опрошенных, считающих экранизацию книг лучше, примерно равна доле тех, кто думает, что ничего не сравнится с оригинальной книгой (44% и 56% соответственно). Последним нашим вопросом мы решили узнать мнение молодежи о том, что нужно делать, чтобы люди стали больше читать. Большинство считают, что любовь к книгам стоит прививать с самого детства. Также не малая часть думает, что данную проблему может решить снижение цен на литературу. Также по мнению опрошенных стоит уделять большее внимание чтению в школах, чтобы развивать в детях любовь к книгам. Чтение является мощным средством для саморазвития личности [3] и патриотического воспитания подрастающего поколения [2].

Какие выводы можно сделать по результатам социологического опроса?

1) у современной молодежи есть желание читать, однако мало у кого получается совмещать чтение со своим загруженным графиком;

2) роль Интернета в чтении и в жизни молодежи в целом только возрастает, большинство уделяют Интернету слишком много своего свободного времени;

3) молодежь понимает пользу чтения, и многие хотели бы больше времени уделять данному процессу.

Для более подробного исследования повседневных практик в студенческих общежитиях нам необходимо доработать анкету и провести социологическое исследование полного цикла по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. *Бердникова Т.В., Заикина В.С.* Читающая молодежь в цифровом обществе // Литературная педагогика и ее роль в развитии эмоциональной грамотности: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 26–27 октября 2021 г.). Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2021. С. 13–15.

2. *Залуцкая С.Ю.* Патриотическое воспитание и проблема чтения в среде молодежи // Сборник трудов Якутской духовной семинарии. 2020. № 7. С. 17–22.

3. *Калинина Н.В.* Саморазвитие и самореализация как тенденции модного поведения молодежи // Страховские Чтения. 2020. № 28. С. 150–155.

А.Д. Макарихин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение иногородних студентов к проживанию и быту в общежитии

Аннотация. Обозревается тема отношения иногородних студентов-первокурсников к новому городу, общежитию университета, условиям в нем. Статья позволит сделать вывод о том, насколько студенты удовлетворены проживанием на основе данных пилотажного опроса, проведенного студентом УрГЭУ весной 2023 г. в г. Екатеринбург с помощью онлайн-опроса.

Ключевые слова: общежитие; отношение; студенты; первокурсники; удовлетворенность.

Данная статья посвящена отношению студентов-первокурсников к проживанию и быту в общежитии. Каждый период жизни человека очень важен и студенчество не является исключением. Помимо адаптации к учебной и внеучебной деятельности студентам из сельской мест-

Т а б л и ц а 1 . Трудности переезда и адаптации к новому месту

Инициатива переезда	Родительская (0 ответов)		Общая (28 ответов)		Моя (24 ответа)
	Сложно (2)	Скорее сложно (8)	Скорее легко (20)		
Вопрос сложности переезда	Да (49)	Нет (3)			Легко (22)
Вопрос симпатии к городу	1 (4)	2 (6)	3 (24)	4 (14)	5 (4)
Цены на продукты	1 (1)	2 (6)	3 (7)	4 (14)	5 (24)
Распределение по комнатам	Да (34)	Скорее да (13)	Скорее нет (4)		Нет (1)
Налаживание контакта с соседями	Да (12)	Нет (40)			
Наличие конфликтов	Да (40)	Нет (12)			
Обстановка в общежитии для подготовки к занятиям	Соседи (20)	Громкая музыка (19)	Мало свободного времени (32)		Другое (7)
Отвлекающие факторы	1 (2)	2 (1)	3 (7)	4 (22)	5 (20)
Отношения с соседями					

Т а б л и ц а 2 . Организация условий в общежитии

Расположение места и вещей	1 (1)	2 (5)	3 (7)	4 (22)	5 (17)
Наличие холодильника	Да (45)	Нет (7)			
Наличие телевизора	Да (5)	Нет (47)			
Условия на кухне	1 (1)	2 (11)	3 (11)	4 (22)	5 (7)
Санитарное состояние туалета	1 (7)	2 (11)	3 (14)	4 (16)	5 (4)
Санитарное состояние этажа	1 (1)	2 (3)	3 (11)	4 (25)	5 (12)
Состояние душевой кабины	1 (6)	2 (5)	3 (15)	4 (21)	5 (5)
Чистоплотность соседей	Всегда прибирают за собой мусор (36)		Прибирают за собой только тогда, когда им скажешь (11)		Вообще не прибирают (5)
Проведение досуга	Готовилось к занятиям (36)	Отдыхано (44)	Досуг провожу вне общежития (22)	Занимаюсь на ПК (20)	Общаюсь с друзьями (35)
Организация досуга	1 (4)	2 (7)	3 (20)	4 (15)	5 (6)
Предложения по организации досуга	Поставить общий телевизор в холле (14)	Открыть свой буфет (9)	Организовать день приема гостей в общежитии (8)	Сделать общежитиунным интернет (43)	Другое (8)

ности или населенных пунктов других регионов необходимо адаптироваться к условиям проживания в общежитии. Есть те, кому это дается легко, а есть те – кому очень сложно привыкнуть к определенному режиму, не всегда хорошим условиям, требованиям и обязанностям.

Был проведен в онлайн-формате пилотажный опрос, в ходе которого удалось опросить 52 чел. из г. Екатеринбург. Респондентам было предложено ответить на 21 вопрос. В табл. 1 представлены несколько вопросов и варианты ответов (в скобках) с количеством ответивших.

По результатам опроса было выявлено, что большинство опрошенных в целом было удовлетворено новым городом, ценами в нем (на среднем уровне), взаимодействием с соседями. Самым частым ответом на вопрос «Удовлетворены ли вы распределением по комнатам?» была цифра «5», что означает высокий уровень удовлетворенности. Большинство наладило контакт с соседями. Почти все ответили, что обстановка в общежитии способствует нормальной подготовке к занятиям. Подавляющее большинство ответило, что им мешает ограниченное количество времени на подготовку к занятиям, но в варианте «Другое» несколько людей написало, что им ничего не мешает. 40 чел. ответили, что между ними и соседями не бывает конфликтов. В итоге, чаще всего отвечали, что их отношения с соседями сложились на уровне «4», что означает «хорошо».

Также было изучено мнение первокурсников насчет технической составляющей (телевизор, холодильник, интернет) общежития, санитарного состояния туалета, душевой кабины, этажей, кухни. Была затронута и тема досуга в общежитии. Посмотреть данные можно в табл. 2.

В ходе пилотажного исследования было выяснено, что первокурсники достаточно положительно относятся к проживанию в общежитии, их удовлетворяют условия кухни, санитарных узлов. Но большинству студентов не понравилось отсутствие телевизоров и общедоступного бесплатного интернета, что по моему мнению является реальной проблемой, но, к сожалению, не все проблемы возможно решить быстро и качественно.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Особенности экономического поведения студентов

Аннотация. Представлены результаты социологического исследования, связанного с выявлением особенностей экономического поведения студентов Уральского государственного экономического университета. Также делается вывод о их рациональном поведении, предпочтениях в затратах и вложениях.

Ключевые слова: студенты; затраты; средства; экономическое поведение.

В современном мире происходит множество изменений во всех сферах общественной жизни: меняются жизненные ценности, идеалы, принципы, модели поведения. Подобным образом происходят изменения и в экономике, заключающиеся в переходе от директивного стиля организации хозяйственно-экономической жизни к рыночному саморегулированию. В условиях усиливающейся конкуренции человек вынужден непрерывно перенастраивать систему своих умений и навыков, а также планировать свое поведение в ситуации стремительно сужающейся ресурсной базы [2]. Молодое поколение как самое гибкое заслуживает в этом контексте первоочередного внимания.

В экономической социологии изучение экономического поведения является важной темой. В связи с этим многие люди задумываются об основе этого понятия. Основоположителем поведенческого подхода в экономической социологии является М. Вебер, который рассматривал экономическое поведение как «априорно-типологический конструктор рационального выбора, репрезентативный всем моделям социальных действий, реализуемых в хозяйственной сфере» [1, с. 63–64].

Экономическая система – система социальных действий, связанных, во-первых, с использованием экономических ценностей (ресурсов), а во-вторых, направленных на получение дохода (льгот, выплат, подоходного налога).

Для проведения исследования по данной теме авторами выбран метод анкетного опроса. Объектом исследования выступили студенты 1-го курса Института экономики и финансов УрГЭУ. Предметом являлось экономическое поведение студенческой молодежи. Сформулирована следующая *гипотеза*: студентам присуще нерациональное экономическое поведение.

В проведенном опросе приняли участие 37 чел.

Результаты. На вопрос: «Каким способом вы предпочитаете расплачиваться за покупки в магазине», – большая часть респондентов – 83,3% ответили, что предпочитают расплачиваться за покупки бан-

ковской картой, а 16,7% расплачиваются и наличными средствами, и картой.

Также в настоящее время многие студенты (54,1%) очень часто пользуются услугами интернет-магазинов. В современном обществе люди, чтобы сэкономить время на походы в магазины, пользуются сервисом доставки.

На вопрос о том, хорошее ли сейчас время для того, чтобы делать вложения финансовых средств, большинство студентов (47,2%) затрудняются ответить, так как у них нет уверенности в завтрашнем дне.

Также мы выявили, что большая часть студентов знают, что такое нерациональное поведение и предлагают следующие варианты ответов: нерациональное поведение это: брать кредит, занимать деньги на покупку вещей, без которых можно обойтись; тратить сумму, на которую планируешь жить месяц за один раз; неразумная трата средств в связи с какими-либо ситуациями, которые оказывают влияние на выбор; неэффективная трата денежных средств и другие похожие варианты ответов.

На вопрос: «Какие способы вложения вы считаете самыми надежными в настоящее время», – половина респондентов (50%) считают самыми надежными способами вложения средств покупку акций, облигаций и иных ценных бумаг, остальные же выбирают открытие счета, вложение средств в бизнес и покупку недвижимости.

Из опроса также удалось выяснить что в первую очередь при покупке чего-либо студенты руководствуются следующими составляющими: необходимостью товара, его ценой и качеством, полезностью, выявлением того, нужен ли товар в данный момент.

Заключение. Если рассмотреть данный вопрос на основе возрастного среза между современным поколением и взрослым, то можно увидеть, что в обыденном сознании существуют негативные стереотипы относительно нерационального поведения молодежи, и авторы придерживались этого мнения при составлении гипотезы, но молодежь, как оказалось, подходит ответственно к данному вопросу и старается больше откладывать, нежели тратить.

Таким образом, гипотеза не подтверждается: в настоящее время для большинства студентов рациональное поведение является приоритетным.

Научный руководитель: *В.В. Лысенко*

Библиографический список

1. *Вебер М.* Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. Т. 1: Социология. М.: ВШЭ, 2016. 444 с.

2. Kuznetsov A., Ermakov Yu. Industry 4.0 and problems of labor migration // Proceedings of Scientific papers from the International Scientific conference the Impact of Industry 4.0 on Job Creation 2019 (Trenčianske Teplice (Slovak Republic), 21. novembra 2019). Trenčín: Publishing House Alexander Dubček University of Trenčín, 2020. P. 254–259.

В.В. Нохрин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Предпочтения потребителей на рынке сыров

Аннотация. Представлена тема отношения потребителей к определенным брендам сыров на рынке. Актуальность темы и причины ее возникновения на основе данных пилотажного опроса, проведенный авторами весной 2023 г. в городе Екатеринбурге посредством онлайн-опроса.

Ключевые слова: пищевые продукты; потребители; предпочтения.

В современной России наличие брендов пищевых продуктов не вызывает больше удивления, конкуренция между федеральными, региональными и местными брендами пищевых продуктов затрагивает всех контрагентов [1; 2; 3]. Торговые сети играют ведущую роль в жизни регионов, в особенности в больших городах, они инвестируют собственные ресурсы в территории. К тому же в нашей стране сложился рынок, где бренды пищевых продуктов вступают в реальные практики соперничества, что сказывается на качестве товаров и услуг.

В ходе пилотажного социологического исследования весной 2023 г. нами было опрошено 63 чел. в г. Екатеринбурге с целью выявления их личных предпочтений в выборе и покупке различных сортов сыра, а также производителя. Описывая респондентов скажем, что 63% покупателей – представительницы женского пола. 71% – в возрасте 18–30 лет. 49% покупателей при выборе сыра руководствуются соотношением цена/качество. 63% покупателей выбирают фасовку сыра 200–300 г. 52% предпочитают твердые сыры. 51% считают, что сыры низкой жирности – это вкусно и полезно. 60% респондентов считают, что сыр с низкой жирностью – диетический продукт. 58% не покупают дорогие элитные сыры. 41% покупателей предпочитают марку сыра «Савушкин продукт». 27% покупателей приобретают сыр как 2–3 раза в месяц, так и просто раз в месяц. 40% покупателей предпочитают стандартную традиционную упаковку для сыра из парафина или воска. 74% покупателей считают, что сыр – это неотъемлемая часть бутербродов, необходимый продукт для салатов, соусов и т.д.

По результатам пилотажного анкетного опроса можно сделать вывод, что каждый человек имеет свои вкусовые предпочтения. Но есть и преобладающие позиции. Покупатели хорошо относятся к марке сыра «Савушкин продукт», так как у нее довольно широкой ассортимент и доступные цены. Также мы можем видеть, что больше всего внимания выбору сыра уделяют женщины в возрастном интервале 18–30 лет.

Для более подробного исследования нам необходимо доработать программу и анкету и провести новое социологическое исследование по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. Булычева Е.Е., Ладогина А.Ю. Специфика развития бренда в отрасли плавленых сыров // Гуманитарные технологии и интеллектуальное лидерство: сб. тез. докл. междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 2 июня 2016 г.). М.: Favourites, 2017. С. 67–72.

2. Делова Л.А. Региональные бренды как фактор продовольственной безопасности // Новые концептуальные подходы к решению глобальной проблемы обеспечения продовольственной безопасности в современных условиях. Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции. Курск, 2020. С. 135–137.

3. Сурай Н.М., Стерликов Ф.Ф., Майоров А.А. Маркетинговый анализ регионального рынка сыра // Экономические науки. 2017. № 149. С. 64–69.

А.А. Подолинская, П.В. Метелев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы студентов Уральского государственного экономического университета

Аннотация. Представлены результаты опроса студентов первого курса Уральского государственного экономического университета, связанные с исследованием проблем, возникающих у поступивших в университет.

Ключевые слова: проблемы студентов; студенческая жизнь; образование.

Студенческие годы считаются одними из самых непредсказуемых и захватывающих в жизни. Будучи на перепутье, молодежь сталкивается с трудностями студенческой жизни: адаптацией, учебной, финансами [1]. Разрешению этих вопросов должен способствовать как сам студент, так и университет. Авторы в марте–апреле 2023 г. провели пилотажное

исследование на эту тему. Выборочная совокупность составила 45 респондентов, ими являлись студенты-первокурсники УрГЭУ. Использован метод анкетирования. Выделим наиболее часто встречающиеся мнения.

1. Проблема адаптации. Студенты очень непросто переживают первый год обучения. Новое место, новые люди, новые правила, новые стандарты – все это может быть очень сложным. Адаптация является основным фактором комфортной студенческой жизни. Из опроса следует, что 50% (22 чел.) опрошенных волновались перед первой встречей одногруппников, остальная же часть были спокойны и решительны. Поэтому, чтобы облегчить начало первого студенческого года, каждый студент должен заранее подготовиться к новой среде, общению с преподавателями и своими сверстниками. Университет, в свою очередь, может организовать тематические мероприятия для первокурсников, которые помогут адаптироваться каждому учащемуся.

2. Проблема планирования времени. Распределение времени на учебу и свободное время, а также умение ориентироваться в своих приоритетах – ключевые критерии успеха в университетской жизни. 64% (29 чел.) утверждают, что им не хватает времени на учебу и личные интересы, у них проявляются черты прокрастинации, и они не умеют правильно планировать время, и 36% (16 чел.) способны умело и грамотно распределить свои часы для работы и отдыха. Чтобы преодолеть эту проблему, студентам необходимо составить план работы на каждую неделю и следовать ему, чтобы не терять время впустую. Расписание, грамотно составленное сотрудниками университета, также поможет в решении этой проблемы.

3. Проблема учебной нагрузки. Не секрет, что в университете учебная нагрузка выше привычного школьного графика, и она уже не подойдет, чтобы справиться со всеми задачами. Почти 70% (31 чел.) первокурсников испытали трудности, усталость и стресс с самого начала учебного года в связи с увеличением объема заданий. Около 30% (14 чел.) утверждают, что вузовская учебная нагрузка, по сравнению со школьной, не изменилась. Для оптимизации рабочей нагрузки студентам необходимо выявить свои сильные и слабые стороны. В итоге, с одной стороны, у выпускников школ есть возможность обучения в вузе, а с другой, – невысокий уровень социального и культурного развития может стать для молодых людей серьезной преградой в дальнейшей карьере [2].

4. Финансовая проблема. Студенческая жизнь часто сопряжена с ограниченным бюджетом. Нерациональное использование денежных средств может привести к нехватке денег, которые так нужны на аренду

жилья, питание или учебные материалы. 60% (27 чел.) зачастую испытывают нехватку денежных средств, остальные же 40% (18 чел.) неплохо владеют финансовой грамотностью. Для решения этого вопроса необходимо вести контроль своего бюджета, быть внимательными к своей расточительности, возможно найти подработку. Университет может сконцентрироваться на поощрении студентов за их успеваемость, достижения, заслуги.

5. Проблема нарушения здоровья. Продолжительное время работы за компьютером, недостаток физической активности и стресс могут негативно повлиять на здоровье студентов. Около 12% (5 чел.) столкнулись с незначительными проблемами со здоровьем уже в первый год обучения, а 88% (40 чел.) чувствуют себя хорошо. Для сохранения здоровья молодым людям следует повысить уровень физической активности, правильно питаться, избегать стресса. Организация спортивных занятий со стороны вуза поможет решить эту проблему.

Таким образом, студенты сталкиваются со множеством препятствий, связанных с адаптацией, учебой, финансами, здоровьем. Преодолеть каждое не так уж и трудно, но главное – иметь желание. Студентам необходимо разрабатывать собственную стратегию преодоления барьеров [3]. Полученный опыт поможет в будущем и благоприятно отразится на личном и профессиональном росте.

Научный руководитель: *В.В. Лысенко*

Библиографический список

1. Кузнецов А.Ю., Небалуева А.И. Специфика отношения к конфликтам студентов и преподавателей // Совершенствование гуманитарных технологий в образовательном пространстве вуза: факторы, проблемы, перспективы: материалы всерос. (с междунар. участием) науч.-метод. семинара (Екатеринбург, 13–15 марта 2019 г.). Екатеринбург: УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2019. С. 120–127.

2. Лысенко В.В. Подходы к изучению образования как системы // Материалы III Национальной научно-практической конференции «Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей» и Национальной научно-практической конференции «Наука и общество: актуальные проблемы и решения» (Керчь, октябрь 2021 г.). Керчь: КГМТУ, 2021. С. 729–733.

3. *Проектирование* социальных изменений в городской среде: учеб. пособие / Г.Б. Кораблева, С.Е. Вершинин, Н.Л. Антонова и др.; под общ. ред. Г.Б. Кораблевой. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2016. 128 с.

Игровые предпочтения

Аннотация. Обозревается тема игр, количество времени на игры в нашей жизни, игровые предпочтения, выборы платформы для игр, количество материальных средств, которые мы тратим на игры.

Ключевые слова: игры; компьютерные игры.

Весной 2023 г. нами было проведено пилотажное социологическое исследование на тему предпочтения и компьютерных играх. Тема компьютерных игр до сих пор вызывает большие споры в интеллектуальной и научно среде, особенно насчет позитивного или негативного влияния [1; 2; 3].

Нами было опрошено 65 чел. Большинство респондентов (45 чел.) играют в игры к минимум раз в неделю, что свидетельствует о том, что игры в жизни людей занимают не последнее место и данная проблема остается актуальной и по сей день.

Большинство респондентов (38 чел.) играют в игры более 4 лет, что свидетельствует о том, что в основе своей люди играют много лет и эта деятельность, для большинства является обыденной как, например, катание на велосипеде.

Респонденты не покупают игры, а «пиратят» их, число таких людей составило половина, что может приводить к недополучению денег у игровых студий.

Большинство респондентов (54 чел.) тратят в год менее 2,5 тыс. р. – это может означать, что такие траты существенно не повлияют «карман» игрока.

Большинство опрошенных (44 чел.) поддерживает отечественного разработчика игр, что в свою очередь способствует благоприятному полю для творчества отечественных «гемделов».

В ходе нашего пилотажного социологического исследования мы выяснили, что наши опрошенные предпочитают больше отечественных производителей игр и крайне несущественно производят траты из бюджета на покупку игр, благодаря наличию «пиратского контента». Для более подробного исследования нам необходимо доработать программу и анкету и провести новое социологическое исследование по репрезентативной выборке.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*

Библиографический список

1. Бревнова Ю.А. Компьютерные игры в современной субкультуре детства (социокультурный аспект): автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2012. 29 с.
2. Гуц А.К., Вахний Т.В. Теория игр и защита компьютерных систем: учеб. пособие. Омск: ОмГУ, 2013. 160 с.
3. Смирнова Е.О., Рябкова И.А. Психология и педагогика игры: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. 223 с.

С.В. Якунин, Е.А. Черевач

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Доступность и качество образования в современном университете: мнение студентов

Аннотация. Представлен анализ результатов социологического исследования по вопросу доступности и качества предоставления образовательных услуг студентам УрГЭУ.

Ключевые слова: образование; студенты; университет; доступность образования.

Вопрос доступности и качества образования последние годы активно обсуждается не только среди ученых, но и студентов. «Большинство современных исследователей сходится в том, что традиционные функции института образования не адекватны новым потребностям общества. В частности, образование сегодня не может гарантировать вертикальную мобильность и оперативно реагировать на постоянно меняющиеся требования гибкой информационной экономики» [1; 5]. Более того, массовость высшего образования девальвирует ценность диплома выпускника [6]. Многие социологические исследования последних лет отмечают рост уровня образования среди безработной молодежи и трудности получения молодежью своего первого опыта трудоустройства и работы [2; 3].

Для исследования по данной теме автором был выбран метод анкетного опроса среди студентов УрГЭУ. Количество участников составило 33 чел., обучающихся на I–IV курсах очной формы по договору. Результаты опроса позволили узнать мнение студентов о качестве предоставляемых услуг.

Респонденты считают, что качество предоставляемых услуг зависит от рейтинга университета. 27 опрошенных ответили, что университет, входящий в топ 100 рейтингов вузов России, не может предоставлять некачественные услуги в сфере получения образования. Условия, в ко-

торых учатся студенты, и учебная программа удовлетворяют 22 чел. и не удовлетворяют 11, причем 7 респондентов считают, что расписание составлено некорректно и многим не удобно каждое занятие переходить из старого здания в новое и обратно. Еще 4 респондента не удовлетворены раздроблением предмета на двух преподавателей. Конкретно их не устраивает, что первый преподаватель предоставляет информацию на лекциях, которую считает нужной, преподаватель, ведущий семинары, требует совершенно иное.

Студенты отметили, что их полностью устраивает распорядок и правила, принятые в вузе (33 опрошенных). Также респонденты удовлетворены услугами, предоставляемыми библиотекой университета. Было отмечено, что библиотека играет важную роль в процессе написания статей и научных работ, одновременно являясь местом отдыха. 28 студентов пользуются услугами библиотеки, остальные не посещают ее, причиной чего названа практика предварительного заказа на необходимую литературу. Также большинство опрошенных пользуются книгами электронного формата, предоставляемых библиотекой, но студенты отмечают отсутствие литературы данного формата в открытом доступе.

Большинство респондентов считают, что университет может улучшить качество проведения досуга обучающихся. А именно, более 20 чел. высказали мнение относительно нехватки мест для отдыха в здании университета после занятий и во время перерыва. 7 респондентов посчитали, что очереди в гардеробах слишком большие: можно ожидать выдачи одежды после занятий от 10 до 30 мин.

Опрошенными была отмечена значимость дисциплины «физическая культура», поскольку полученные в ходе ее освоения знания помогают следить за своим здоровьем. Практически все студенты высказались положительно о работе спортивного комплекса, написав, что он предоставляет массу возможной для спортивных мероприятий.

Ряд вопросов касался формы проведения занятий. Все респонденты высказались за использование игровых методик с целью придания процессу обучения более увлекательного характера, поскольку это «может способствовать значительному повышению интереса к занятиям и пониманию запросов молодежной аудитории» [4]. Таким образом, проведенный опрос помог выяснить отношение обучающихся к имеющимся в УрГЭУ услугам. Почти все респонденты отметили комфортные условия, в которых проходит процесс обучения и активную внеучебную деятельность.

Научный руководитель: *Е.Г. Корнильцева*

Библиографический список

1. *Алдакимов А.Н.* Тенденции развития современной системы образования в России: историко-педагогический и социальный аспекты // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 57-3. С. 3–9.
2. *Бахтин Е.Л.* Значение высшего образования в прекаризации трудовой деятельности молодежи // Universe of university: сб. материалов Междунар. науч. интернет-конф. (Екатеринбург, 18 мая 2021 г.). Екатеринбург: Уральский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, 2021. С. 25–27.
3. *Бахтин Е.Л.* История развития трудовых отношений: социологический анализ // Russian Economic Bulletin. 2021. Т. 4, № 4. С. 23–27.
4. *Корнильцева Е.Г.* Игровые методики в онлайн-обучении // Образование и наука: современный вектор развития: материалы Национальной науч.-практ. конф. (Керчь, 21 июня 2021 г.). Керчь: КГМТУ, 2021. С. 130–134.
5. *Лысенко В.В.* Подходы к изучению образования как системы // Материалы III Национальной научно-практической конференции «Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей» и Национальной научно-практической конференции «Наука и общество: актуальные проблемы и решения» (Керчь, октябрь 2021 г.). Керчь: КГМТУ, 2021. С. 729–733.
6. *Kuznetsov A., Pyanykh E., Rodaykina M.* Digital Transformation in the Context of Improving the Quality of Lifelong Education // Vplyv Industry 4.0 na tvorbu pracovných miest 2020: Zborník vedeckých príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie (Trenčín, 12. novembra 2020). Trenčín: Publishing House Alexander Dubček University of Trenčín, 2021. P. 272–276.

Направление 5.

Актуальные проблемы экономической теории

О.И. Алетдинова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы формирования золотовалютных резервов страны в условиях мирового кризиса

Аннотация. Рассмотрен механизм формирования золотовалютных резервов государства и перспективы их накопления в условиях экономического кризиса. Также представлен анализ динамики международных резервов и доли национальной денежной единицы в валютных активах страны.

Ключевые слова: золотовалютные резервы; монетарное золото; валюта; корзина резервных валют.

В устоявшихся международных экономических отношениях основные валюты, имеющие статус резервных, – доллар США, евро, фунт стерлингов и японская иена. Зачастую к этому списку также относят китайский юань и швейцарский франк. Но центральные банки большинства стран предпочитают удерживать свои резервы именно в долларах.

В сложных современных условиях все большее значение приобретают высоколиквидные активы, какими являются золотовалютные резервы (далее ЗВР), имеющиеся также и в распоряжении Банка России и Правительства РФ¹.

Монетарное золото выступает в качестве инструмента для стабилизации и регулирования курса национальной валюты. В связи с этим наблюдается прямая зависимость между накапливаемым золотом и стабильностью национальной денежной единицы. В таблице представлен рейтинг стран по доле золота в общем объеме международных резервов.

Стоит обратить внимание на тенденцию снижения объема резервов отдельных стран. Касательно России, данный спад обусловлен тем, что в первом полугодии 2022 г. произошло «замораживание» части золотовалютных резервов России в США и странах Запада. Вследствие чего наблюдается уменьшение доли валюты и повышение доли золота.

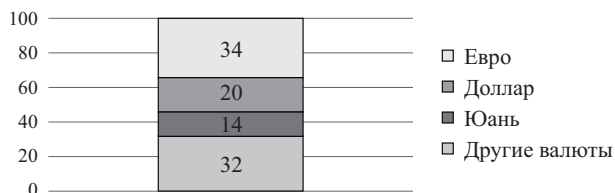
¹ *Методологический комментарий к статистике международных резервов Российской Федерации // Банк России. URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/i-res_com/ (дата обращения: 18.04.2023).*

Золото и его доля в общем объеме международных резервов

Страны	Международные резервы, млн долл. США		Измен.	Золото, т		Измен.	Доля золота в общем объеме международ- ных резервов, %		Измен.
	01.02. 2023	01.01. 2022		01.02. 2023	01.01. 2022		01.02. 2023	01.01. 2022	
США	241 870.94	251 568.25	-9 697.31	8 133.56	8 133.47	0.9	74.5	67.08	7.42
Германия	293 101.24	294 064.71	-963.47	3 354.82	3 359.09	-4.27	70.0	66.53	3.47
Италия	224 526.62	224 690.94	-164.32	2 451.89	2 451.84	0.05	65.4	63.63	1.77
Франция	216 983.51	242 525.30	-25 541.79	2 436.65	2 436.47	0.18	60.9	58.59	2.31
Россия	597 035.40	630 627.0	-33 591.6	2 329.65	2 301.65	28.0	24.8	23.6	1.2
Китай	3 315 912.0	3 306 030.8	9 881.2	2 050.34	2 010.51	39,83	2.5	3.55	-1.05

Составлено по: *Запасы золота по странам* // World Gold Council. URL: <https://www.gold.org/goldhub/data/gold-reserves-by-country>
(дата обращения: 13.04.2023); *Международные резервы Российской Федерации* // Банк России. URL: https://cbr.ru/hd_base/mrrf/ (дата обращения: 14.04.2023).

Если рассматривать корзину резервных валют России (см. рисунок), то лидирующую позицию занимает евро, так как во внешней торговле преобладают европейские партнеры. Положение доллара в валютных резервах опускается, поскольку правительство России снижает долю данной денежной единицы из-за опасений новых санкций со стороны США.



Структура резервных валют России, %¹

Но, несмотря на то что роль юаня и других валют в мире возрастает в условиях формирующейся многополярности, значительная доля расчетов продолжает осуществляться в долларах США, так как, именно в долларах, осуществляется основная доля расчетов за энергоносители и нефтепродукты, увеличение потребности в которых способствует росту спроса на денежную единицу США.

Подводя итог, отметим, что в формировании золотовалютных резервов страны значительную роль играет политика накопления высоколиквидных активов, ввиду того что эти действия позволяют смягчать последствия экономического кризиса.

Однако в условиях санкций, наложенных на Россию, диверсификация резервов должна снизить долларовую зависимость. Можно предположить, что Банк России в дальнейшем будет придерживаться тактики снижения доли валют недружественных стран, а также наращивания золота для поддержания финансовой стабильности.

Научный руководитель: *О.В. Комарова*

¹ Составлено по: *Статистика внешнего сектора* // Банк России. URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/ (дата обращения: 17.04.2023).

Проблемы реализации национальных проектов в российской экономике

Аннотация. Рассмотрены проблемы реализации национальных проектов в российской экономике. По итогам анализа выделены тенденции и проблемы осуществления национальных проектов в Российской Федерации.

Ключевые слова: национальный проект; реализация; развитие; проект; факторы.

Влияние государства в экономической сфере измеряется различными факторами, такими, как уровень социального напряжения, экономика, уровень развития науки и образования, степень удовлетворенности граждан достатком и социальной жизнью. Для урегулирования этих вопросов в 2018 г. был подписан указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». В соответствии с данным указом, в период 2019–2024 гг. будут реализованы государственные проекты по направлениям: «Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост» (см. рисунок)¹.

		Комфортная среда для жизни	Экономический рост	
Человеческий капитал	Здравоохранение	«Безопасные и качественные автомобильные дороги»	«Малое и среднее предпринимательство и поддержка ИП инициативы»	Комплексный план модернизации и расширения инфраструктуры
	Образование	«Жилье и городская среда»	«Производительность труда и поддержка занятости»	«Международная кооперация и экспорт»
	Демография	«Экология»	«Цифровая экономика»	—
	Культура	—	«Наука»	—

Матрица национальных проектов

¹ Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Основной целью формирования и реализации национальных проектов является обеспечение экономического роста страны. Каждый национальный проект имеет паспорт, конкретизирующий содержание и этапы реализации проекта и его исполнителей¹.

Анализ реализованных и планируемых национальных проектов выявил следующие проблемы.

Во-первых, при планировании национальных проектов устанавливаются показатели, которых в результате реализации проекта должна достичь экономика. Часто эти показатели изначально слишком высоки, в результате чего проект не достигает своей цели. Поэтому важно создать особый подход для всех проектов: проанализировать сферу, в которой будет осуществляться проект, установить реалистичные показатели успешности проекта и учесть важные вторичные факторы, например пандемии, специальные военные операции и разработать индивидуальный план для каждого проекта. Одной из смежных проблем является «недостаточная прозрачность отчетных данных о реализации национальных проектов» [1].

Во-вторых, на разных этапах подготовки и осуществления национального проекта могут появиться трудности в их реализации. Например, недостаточное исследование бюджета проекта и необходимость составления дополнительных смет, потеря времени из-за проведения тендеров и заключения контрактов и т.д. Совокупность вышеперечисленных факторов может привести к задержкам в реализации проекта или даже к полной отмене.

В-третьих, большое влияние на реализацию проекта оказывает «человеческий фактор» – восприятие целей и задач, ответственность, уровень квалификации и профессионализма в реализации поставленных задач. Одной из проблем является коррупция, которая, проявляясь со стороны национальных исполнителей проекта, может задержать или остановить процесс его реализации. Так, в ходе реализации национальных проектов правоохранительными органами было выявлено несколько нарушений [2].

Таким образом, национальные проекты – это очень важный государственный механизм обеспечения экономического роста с большим потенциалом для развития общественного сектора экономики и сильного независимого государства. Их реализация — сложный процесс, требующий повышенного внимания и изменения существующих процедур управления, коррекции в законодательстве.

¹ Паспорт национального проекта. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310151/06d24e5742ad69b0beba7f86d483beaa870d8943/ (дата обращения: 17.04.2023).

Также отметим, что требуется разработка экономических механизмов реализации национальных проектов в части формирования критериев и показателей их эффективности, систем управления и подготовки кадров. Только при устранении указанных проблем появится возможность рационально распределять бюджетные средства, эффективно развивать территорию, повышать качество и уровень жизни населения.

Научный руководитель: *О.В. Комарова*

Библиографический список

1. *Маликов М.И., Никольский М.С.* Национальные проекты как драйвер социально-экономического развития регионов России // Первый экономический журнал. 2023. № 2(332). С. 67–74.
2. *Мальцева А.К.* Проблемы при реализации национальных проектов в регионах Российской Федерации // Молодежь и наука: шаг к успеху: сб. науч. статей 6-й Всерос. науч. конф. перспективных разработок молодых ученых (Курск, 22–23 марта 2022 г.): в 3 т. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. Т. 1. С. 126–129.

Е.А. Балыбердина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние пандемии коронавируса на уровень безработицы

Аннотация. Внутренняя политика развивающихся стран в настоящее время тесно связана с решением социальных проблем, к которым относится и безработица. Современное общество представляет собой динамичную и постоянно развивающуюся систему, не подлежащую тотальному контролю. Это является причиной того, что часть проблем нельзя полностью искоренить, в том числе и безработицу. Однако государство использует все возможные методы борьбы с подобными проблемами, чтобы уменьшить их негативное влияние на развитие территорий страны и экономики в целом.

Ключевые слова: безработица; экономически активное население; занятые; безработные; УрФО; пандемия коронавируса.

Социальные проблемы в той или иной мере касаются каждого гражданина. Это обусловлено тем, что постоянное присутствие людей в обществе и их контакты с другими людьми косвенно влияют на развитие социума в целом. По данным ВЦИОМ, одной из важнейших проблем современности является безработица, затрагивающая как социальную, так и экономическую стороны жизни. Таким образом, высокий уровень безработицы негативно влияет и на развитие отдельно взятого региона,

и на процветание страны в целом. Рассмотрим динамику уровня безработицы в УрФО и выявим основные причины изменения показателей.

Понятие безработицы тесно связано с определениями рабочей силы, занятых и безработных. Экономически активным населением, или же рабочей силой, считается часть населения страны, обеспечивающая государству предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. В ее состав включаются занятые и безработные. Занятыми считаются граждане старше 16 лет и лица младше этого возраста, привлеченные к оплачиваемому труду, временно отсутствующие на месте работы по объективным причинам, задействованные в семейном бизнесе без сохранения заработной платы. Безработными принято считать людей старше 16 лет, способных и желающих выполнять определенные поручения, но не имеющих работы и дохода по независящим от них причинам [1].

Наличие безработных в стране является источником такого социально-экономического явления, как безработица. Международная организация труда определяет ее как потерю дохода из-за отсутствия возможности у людей, способных и готовых к труду, а также находящихся в активном поиске трудовой деятельности, найти желаемую работу.

Уровень безработицы имеет динамичный характер и изменяется в ответ на внешние факторы. В таблице показан уровень безработицы регионов, входящих в состав Уральского федерального округа, с целью формирования общего представления о динамике уровня безработицы за последние 6 лет.

Уровень безработицы трудоспособного населения по субъектам РФ

Регион	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<i>Уральский федеральный округ</i>	5,6	4,7	4,3	5,5	4,3	3,3
Курганская область	9,1	8,0	7,8	8,2	7,6	6,5
Свердловская область	5,5	4,8	4,2	5,8	4,1	3,5
Тюменская область	3,9	3,1	3,0	3,6	3,2	2,7
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	3,3	2,5	2,5	3,0	2,6	2,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	3,2	2,1	1,9	2,4	2,1	1,7
Тюменская область без авт. округов	5,0	4,5	4,1	4,8	4,4	3,9
Челябинская область	6,6	5,6	5,1	6,8	4,9	3,1

Составлено по: Федеральная служба государственной статистики. Численность безработных в возрасте 15 лет и старше и уровень безработицы. URL: <https://rosstat.gov.ru/>

Проанализировав таблицу, можно наблюдать волнообразные изменения уровня безработицы в УрФО. В целом стоит отметить, что уровень безработицы имел тенденцию к снижению вплоть до 2020 г., а затем вырос до 5,5% в среднем по региону. С этого момента и до сегодняшнего дня показатель снова имеет тенденцию к снижению. Причиной всплеска безработицы в 2020 г. стала пандемия коронавируса, которая затронула все сферы жизни общества, в том числе существенно повлияла на рынок труда. Кризис отразился на продолжительности рабочего времени – оно сократилось за счет уменьшения рабочего дня и административных отпусков, кроме того, изменились и основные формы занятости. Сильнее всего пострадали работники сферы услуг, ранее попадавшие под удар кризиса после промышленности и строительства. Большие опасения вызывает и занятость молодежи, у которой увеличивается риск безработицы и трудоустройства не по специальности. Сильно страдают трудовые мигранты и низкоквалифицированные работники. По данным МОТ, их потери занятости были в пять раз выше, чем у высококвалифицированных специалистов.

Для предотвращения высокой безработицы в стране государство разработало и внедрило ряд мер поддержки населения. Одна из них – программа сохранения рабочих мест, позволяющая работодателям предоставлять работникам оплачиваемый отпуск и получать при этом компенсацию от правительства. Другой формой помощи стала защита от безработицы: в дополнение к увеличению существующих, в стране были введены новые льготы, которые действовали до окончания кризиса.

Таким образом, нетрудно заметить, что пандемия коронавируса не прошла бесследно для экономики страны и Уральского региона. В Свердловской и Челябинской областях наблюдался самый быстрый рост уровня безработицы – 1,6 и 1,7% соответственно в период с 2019 по 2020 г. Однако в последние три года на рынке труда наблюдаются положительные тенденции, достигнутые благодаря грамотной политике государства [2]. Это проявляется, в том числе, в постепенном снижении уровня безработицы по всему Уральскому федеральному округу.

Научный руководитель: *Е.А. Корсакова*

Библиографический список

1. Горшенина Е.В. Занятость и безработица // Экономические исследования. 2017. №3. С. 5.
2. Корсакова Е.А. Сущность и показатели устойчивого экономического роста: региональный аспект // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 11-3. С. 458–463.

Поведенческая экономика: методология исследования

Аннотация. Данная статья представляет обзор основных принципов и методов поведенческой экономики – относительно нового раздела экономической науки, который ставит своей целью исследование поведения людей в экономических ситуациях. В статье рассматриваются основные отличия поведенческой экономики от классических экономических теорий, а также описывается методология исследования поведенческой экономики, включая использование экспериментов для изучения реакции людей на различные стимулы и выявления факторов, влияющих на принятие решений.

Ключевые слова: поведенческая экономика; поведенческие финансы; эвристика; фрейм; рыночная неэффективность.

Поведение человека в экономических ситуациях – это сложный процесс, долгое время изучаемый в рамках классической экономической теории, построенной на моделях рационального выбора. Однако, с развитием новых подходов в науке, таких как поведенческая экономика и поведенческие финансы, стало ясно, что традиционные экономические модели не всегда объясняют реальное поведение людей в экономических ситуациях. В отличие от классических экономических теорий, которые полагают, что люди принимают рациональные решения, поведенческая экономика считает, что люди могут действовать иррационально и не всегда могут предсказать результат своих действий. Исследования в этой области нацелены на психологические, социальные и эмоциональные факторы, которые могут влиять на экономическое поведение людей [4].

Существует несколько основополагающих направлений в поведенческой экономике, таких как эвристика, фрейм и рыночная неэффективность [2]. Направление эвристики изучает упрощенные способы принятия решений, которые могут приводить к ошибкам в оценке ситуации. Фрейм относится к влиянию представлений и суждений, которые могут исказить оценку выбора. Рыночная неэффективность связана с неполнотой информации и другими причинами, которые могут приводить к иррациональному поведению участников рынка.

Методология исследования поведенческой экономики включает в себя разнообразные методы и подходы, которые позволяют изучать поведение людей в экономических ситуациях, а также проверять различные гипотезы и теории, связанные с принятием решений и выбором [1]. Методический инструментарий поведенческой экономики зачастую заимствует подходы из психологии и социологии.

Одним из основных методов исследования поведенческой экономики является экспериментальный подход. В рамках эксперимента участники получают вознаграждение за участие и за выполнение определенных задач, при этом их поведение фиксируется и анализируется [1].

Кроме того, исследователи поведенческой экономики также используют другие методы, такие как опросы, наблюдения, анализ данных и моделирование. Например, при использовании опросов исследователи могут изучать, как люди оценивают свои возможности и принимают решения в различных экономических ситуациях.

Наблюдение позволяет исследователям изучать поведение людей в естественной среде, в то время как анализ данных может помочь выявить определенные закономерности в поведении людей в экономических ситуациях¹. Моделирование позволяет исследователям создавать модели, которые могут помочь объяснить поведение людей в различных ситуациях.

Таким образом, методология исследования поведенческой экономики является многообразной и использует различные методы и подходы для изучения поведения людей в экономических ситуациях. Это позволяет исследователям проверять различные гипотезы и теории, а также получать новые знания о том, как люди принимают решения и выбирают в экономической сфере. Такие знания являются ценными как на микроуровне для принятия решений фирмами, так и на макроуровне при формировании государственной политики.

Научный руководитель: *И.И. Рахмеева*

Библиографический список

1. *Белянин А.В.* Ричард Талер и поведенческая экономика: от лабораторных экспериментов к практике подталкивания (Нобелевская премия по экономике 2017 года) // Вопросы экономики. 2018. № 1. С. 5–25.

2. *Власов А.В., Гаилов Г.С.* Поведенческая экономика как новая область исследования в экономической науке // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2017. № 3(23). С. 31–40.

3. *Кирсанов И.А., Парфенова Л.Б.* Поведенческая экономическая теория и поведенческие финансы как необходимый этап развития модели экономического человека // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 9-1. С. 48–57.

4. *Макаров А.В.* Поведенческая экономика // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: <https://bigenc.ru/c/povedencheskaia-ekonomika-709773/?v=4496789>.

¹ *Поведенческая экономика: предсказуемая иррациональность* // Центр гуманитарных технологий. 2008. 21 июня. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2008/1749>.

Как повысить конкурентоспособность региона?

Аннотация. Рассмотрены актуальные подходы к проблеме конкурентоспособности. Представлены некоторые показатели, в наибольшей степени воздействующие на конкурентоспособность регионов России. Проиллюстрированы способы, с помощью которых можно повысить конкурентоспособность региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность; регион; конкуренция; способы повышения; конкурентные преимущества.

В современных условиях возрастает роль различных сторон конкурентоспособности регионов (например, экономических, экологических, социальных и др.). Конкурентоспособность становится важнейшим фактором последовательного развития экономики и одной из основных целей регионального развития [1].

По мнению американского экономиста М. Портера, повысить конкурентоспособность субъекта страны можно, используя несколько составляющих [3]:

1) факторы производства (например, природные ресурсы, подходящая обстановка для изготовления продуктов);

2) инвестиции (например, в образование, здравоохранение и другие сферы);

3) внедрение новшеств (создавая новые разновидности товаров, способы изготовления продукта, делая его уникальным, мы сможем очень хорошо поднять конкурентоспособность нашего региона);

4) сохранение прежнего уровня конкурентоспособности, учитывая факторы, которые вызывают медленное развитие. Но главное утверждение М. Портера заключается в том, что имеющие дальнейшее развитие конкурентные преимущества формируются не с внешней стороны, а на внутренних рынках.

И.А. Суханова предлагает несколько способов повышения конкурентоспособности [2], одним из которых является повышение качества жизни населения определенного региона. Действительно, качество благосостояния людей – важнейший фактор, определяющий возможность конкурировать с другими субъектами страны. Помимо этого, можно создать условия для преобразования качества социально-экономического развития, в основе которых лежат производственные традиции, природные ресурсы, создание условий для роста человеческого капитала.

Обеспечивая эти возможности, мы увеличиваем производительность труда работников, обеспечиваем рост прибыли, тем самым повы-

шаем уровень конкурентоспособности рынка, а, следовательно, и самого региона.

Ради достижения увеличения конкурентоспособности, как показывают исследования, необходимо решить несколько задач: *во-первых*, изменить структуру валового регионального продукта и увеличить часть реального сектора экономики; *во-вторых*, в полном объеме повысить эффективность работы; *в-третьих*, создать базу для воплощения инвестиционных проектов; *в-четвертых*, развить платформу поддержки малого и среднего предпринимательства.

Развивая экономику и улучшая качество жизни людей, можно повысить и конкурентоспособность субъекта нашей страны, все это определяет направления экономической политики государства как на общегосударственном, так и местном уровнях.

Научный руководитель: *Е.А. Корсакова*

Библиографический список

1. *Корсакова Е.А.* Сущность и показатели устойчивого экономического роста: региональный аспект // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. №11-3. С. 458–463.
2. *Суханова И.А.* Конкурентоспособность региона, основные пути повышения // Мировая наука. 2017. №5 (5). С. 42–51.
3. *Porter M., Kramer M.R.* Strategy and society // Harvard Business Review. 2006. № 84. Р. 78–92.

А.И. Ганиева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Искусственный интеллект в государственной политике России

Аннотация. Определение искусственного интеллекта и его значение для государственной политики. Искусственный интеллект в государственной политике России. Роль искусственного интеллекта в повышении эффективности системы управления государством и обществом, ускорение принятия решений и увеличение точности предсказаний.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ); разработки ИИ; государственная политика; технологии; стратегия и программа; цифровая экономика.

Искусственный интеллект (ИИ) – это область науки и технологии, которая развивается с целью создания компьютерных систем, способных выполнять задачи, которые выполнения интеллектуальных качеств

человека, например, обучения, рассуждений, анализа и решений. Применение новых цифровых технологий в органах государственной власти Российской Федерации с целью улучшения качества управления и обеспечения взаимодействия граждан и государства является одной из основных задач развития информационных и коммуникационных технологий в социальной сфере и системе государственного управления, что отражено в указе Президента и распоряжении Правительства Российской Федерации¹.

В 2019 г. президентом Российской Федерации был утвержден проект: «Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 года» (№ 490)², который направлен на развитие технологии искусственного интеллекта в стране. Технологии ИИ достигли достаточного состояния технологической готовности и реализуемости в сложных системах и готовы использоваться в повседневной практике жизни общества и государства. Основные задачи стратегии:

- повышение эффективности государственного управления, развитие экономики и социальной сферы;
- формирование цифровой экономики [3].

В России обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере является одной из национальных целей развития. Для этого определены следующие задачи:

- увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики за счет всех источников (по доле в валовом внутреннем продукте) не менее чем в 3 раза по сравнению с 2017 г.;
- создание устойчивой и безопасной информационно телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступной для всех организаций и домохозяйств;
- использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления [2].

Можно выделить этапы регулирования процессом развития искусственного интеллекта в РФ (см. таблицу).

¹ Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» и распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

² Указ Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» («Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»).

Этапы формирования цифровой экономики в РФ

2019	2020	2021	2022	2023
Минэкономразвития создает департамент искусственного интеллекта	Утверждается федеральный проект «Искусственный интеллект»	Минпромторг исследует процессоры, имитирующие работу мозга	Искусственный интеллект даст 1% к ВВП России к 2025 г.	Реализуется новая дорожная карта в сфере искусственного интеллекта
Российские ИИ-компании объединяются в альянс	Утверждается концепция регулирования искусственного интеллекта	Минцифры создает госоператора больших данных	Создается национальный центр развития искусственного интеллекта	
	Происходит стандартизация сферы искусственного интеллекта	Разрабатываются законы о применении искусственного интеллекта	Разрабатывается дорожная карта по развитию искусственного интеллекта в регионах России	

Сост. по: *Концепции* развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г., утв. распоряжением Правительства РФ от 19 августа 2020 г. № 2129-р.

Пока нельзя дать полную оценку эффективности использования ИИ в государственной политике России, так как процесс только начинается. Однако отметим, что ИИ может повысить эффективность системы управления государством и обществом, ускорить принятие решений и увеличить точность предсказаний. Примеры применения искусственного интеллекта уже есть: в частности, его используют для обработки данных и управления энергоэффективностью городов, разработки и принятии документов, обеспечения безопасности и т.д. Использование искусственного интеллекта в государственной политике России также может привести к сокращению затрат на бумажную документацию и увеличению прозрачности процессов принятия решений [1].

Внедрение ИИ в государственную политику в разных странах находится на разных стадиях развития, но в целом тренд – на увеличение использования ИИ для более эффективного решения государственных задач.

В настоящее время ИИ находится на передовой технологического развития, и его применение в государственной политике может при-

вести к ряду значительных изменений и улучшений. Область применения ИИ – развитие инновационных технологий и решений. Другая важная область применения ИИ в государственной политике – это автоматизация и оптимизация рабочих процессов. Применение ИИ в государственной политике имеет значительный потенциал для улучшения эффективности государственных сайтов. С развитием этой области и усовершенствованием систем следует ожидать, что использование ИИ в государственной политике будет продолжать увеличиваться.

Научный руководитель: *Н.И. Кирикова*

Библиографический список

1. *Васин С.Г.* Государственный интеллект в управлении государством // Государственное и муниципальное управление. 2017. № 3. С. 5–10.
2. *Сливицкий А.Б.* Вопросы формирования государственной политики в области искусственного интеллекта // Россия: тенденции и перспективы развития. 2021. № 16-2. С. 396–402.
3. *Kiriakova N.I.* Digital Currencies of the Central Bank as a Means of Strengthening the Monetization of the Russian Economy // 2nd International Scientific and Practical Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020). Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 138. Atlantis Press, 2020. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125939708.pdf>.

Е.А. Заика

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности формирования и распределения доходов населения Российской Федерации в условиях социально-ориентированной экономики

Аннотация. Рассмотрен механизм формирования и распределения доходов населения Российской Федерации. На основе статистического анализа выявлено текущее состояние проблемы дифференциации доходов населения.

Ключевые слова: факториальные доходы; социальные трансферты; неравенство в распределении доходов; дифференциация доходов населения; коэффициент Джини; социально-экономическая политика.

В современном мире доходы играют существенную роль в жизни каждого человека, так как служат источником удовлетворения его неограниченных потребностей. Рост доходов порождает рост спроса на продукцию и услуги различных отраслей экономики, стимулируя про-

изготовителей улучшать качество своей продукции и увеличивать эффективность и конкурентоспособность производства, что положительно влияет на развитие экономической ситуации в стране. В связи с этим, одним из направлений политики любого государства является регулирование доходов и заработной платы.

Доходы населения подразделяются на факториальные доходы и социальные трансферты. Так как люди от природы не равны по своим способностям, в связи с чем отличается их производительность, количество и качество труда, первичное распределение экономических ресурсов в обществе происходит неравномерно. Для того, чтобы сгладить данный недостаток рыночной системы, происходит перераспределение доходов, в результате чего образуются вторичные доходы – социальные трансферты [2] (рис. 1).

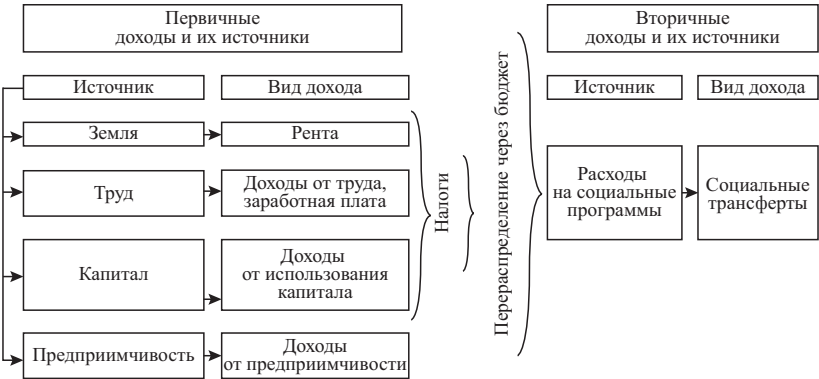


Рис. 1. Структура видов и источников доходов населения [1]

С 2020 г. российская экономика, вынужденная приспосабливаться к новым реалиям, претерпевает изменения. Причиной этому послужила пандемия COVID-19 и ее последствия, а также санкции, введенные против Российской Федерации европейскими государствами. Изменениям подверглась и структура денежных доходов населения. В итоге в экономике страны можно наблюдать несколько уникальных моментов: во-первых, исторически высокую долю социальных выплат и доходов от собственности среди остальных доходов населения (21,0 и 5,8% соответственно), во-вторых, – рекордно низкую долю доходов от предпринимательской и другой производственной деятельности (5,2%) в 2020 г.

В настоящее время в Российской Федерации проблема неравенства в распределении доходов заслуживает особого внимания. В стране происходит социальное расслоение, о чем свидетельствуют показатели, ис-

пользуемые для оценки дифференциации населения по доходам. Кривая Лоренца, представленная на рис. 2, иллюстрирует степень неравномерности распределения дохода. Из графика следует, что кривая Лоренца значительно отклоняется от линии абсолютного равенства ОЕ в сторону линии абсолютного неравенства OFE, а значит доходы между отдельными семьями распределяются неравномерно.

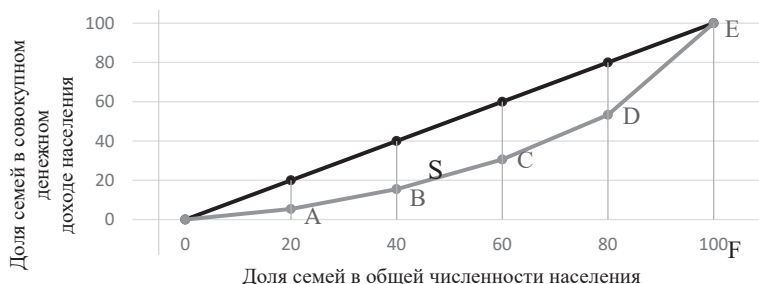


Рис. 2. Кривая Лоренца по населению России за 2021 г.

Степень дифференциации доходов населения позволяют измерить такие показатели, как коэффициент Джини и децильный коэффициент, значения которых в 2021 г. составили 0,408 и 15,1 раза соответственно¹. Это означает, что выигрыш от экономического роста получают далеко не все слои населения. Не каждый гражданин получает доход, который способен удовлетворить его минимальные потребности. Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности в 2021 г. составила 15,3 млн чел., или 10,5% от общей численности населения².

Сохранение низкого уровня жизни части населения препятствует экономическому развитию страны и создает угрозу ее социально-политической стабильности. В связи с этим важнейшее практическое и теоретическое значение приобретает разработка и реализация политики государства в области доходов. Только в результате активной и продуманной политики государства, целью которой является устойчивый рост доходов всех категорий населения, снижение инфляции, снижение уровня безработицы до ее естественного уровня и прогрессивное развитие экономики в целом, произойдет уменьшение социального и экономического неравенства.

Научный руководитель: *Е.Г. Стремоусова*

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

² Там же.

Библиографический список

1. *Батракова Л.Г.* Социально-экономическая статистика: учебник. М.: Логос, 2020. 480 с.
2. *Общая экономическая теория: учебник / под общ. ред. А.Ю. Воронина.* М.: ИНФРА-М, 2019. 518 с.

К.В. Зеленцов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Виртуальные предприятия: сущность, инфраструктура, проблемы развития

Аннотация. Рассматривается новый тип предприятий – виртуальные предприятия, которые функционируют в интернет-пространстве. В ней описываются преимущества виртуальных предприятий перед традиционными предприятиями. Также рассматриваются различные виды виртуальных предприятий и их инфраструктура, которая необходима для успешного функционирования. Обозначены проблемы развития таких предприятий.

Ключевые слова: виртуальные предприятия; интернет; онлайн-технологии.

Виртуальные предприятия (ВП) – это новый и инновационный тип компаний, функционирующих в интернет-пространстве и основанных на передовых информационных технологиях. Они не требуют физического присутствия в одном месте и могут существовать без офиса, склада и других материальных активов, используя облачные технологии и удаленную работу сотрудников. Благодаря онлайн-технологиям, ВП создают инновационные продукты, услуги и бизнес-модели, которые позволяют им продвигаться сквозь границы и рынки. Этот тип бизнеса уже получил широкое распространение в различных индустриях, таких как продажа, финансы, образование, здравоохранение, развлечения, туризм и другие. Примеры компаний: Delivery Club, Wildberries, Avito, JustEat, Airbnb, Spotify [1].

ВП имеют множество преимуществ перед традиционными компаниями. В первую очередь, они требуют меньше ресурсов и капитала для своей работы и могут снизить затраты на капитальные расходы, поскольку не нуждаются в аренде помещений, оборудовании и других инструментах. Благодаря интернету и онлайн-технологиям, ВП имеют доступ к потенциальным клиентам и рынкам по всему миру, что сокращает бизнес-расходы на связь и транспортировку продукции. Кроме того, ВП стремятся использовать передовые онлайн-технологии для ав-

томатизации бизнес-процессов и увеличения производительности, что позволяет сделать бизнес более эффективным и снизить затраты [2].

Существуют различные виды ВП, такие как онлайн сервисы, онлайн банкинг, порталы для трудоустройства, онлайн-страхование и другие. Чтобы ВП успешно функционировали, им требуется инфраструктура, которая позволит им работать в онлайн-режиме. Интернет и высокоскоростное интернет-подключение являются главными инструментами ВП. Они также используют программное обеспечение и различные электронные устройства для создания и хранения информации, общения с клиентами, проведения онлайн-транзакций, управления задачами и проектами, а также других операций, которые определены типом бизнеса. Облачные технологии, такие как Amazon Web Services, Microsoft Azure или Google Cloud также являются важной частью ВП, поскольку позволяют им динамично масштабироваться в зависимости от количества пользователей и объема данных, обрабатываемых компанией [3].

Несмотря на множество преимуществ, ВП также сталкиваются с рядом проблем развития, которые могут затруднить их экспансию и процветание. Одна из главных проблем – это безопасность данных, поскольку ВП хранят множество важных данных и информации клиентов. Низкая скорость Интернет-соединения также может привести к задержкам в работе и потере клиентов. Кроме того, ВП часто находятся вне законодательной сферы регулирования, что может привести к различным конфликтам и юридическим проблемам, включая финансовые проблемы, нарушение авторских прав и неуплата налогов [4].

Санкции-2022 повлияли не только на рынок решений для виртуализации, оборудование также должно было стать предметом импортозамещения. Тем более, что сложности с поставками начались еще во время пандемии. В условиях, когда сроки поставок оборудования от известных производителей существенно возросли, использование решений, не имеющих привязки к конкретному оборудованию, может стать выходом из положения.

Долгое время конвергентные решения помогали ускорить развертывание ИТ-инфраструктуры. Их суть – в группировке разных компонентов в едином комплексе. Такие решения содержат большое количество различных элементов, у каждого из которых своя роль. Это усложняет инфраструктуру с течением времени, делает ее более запутанной. Внимание специалистов привлекают платформы OpenStack и KVM¹. Но для

¹ OpenStack – это набор программных компонентов для облачной инфраструктуры с открытым исходным кодом. KVM – основанное на open source решение для виртуализации, встроенное в ядро Linux, на платформе x86.

работы с OpenStack нужен большой штат специалистов и финансовые вложения. Такое решение подойдет только крупным компаниям, поэтому все остальные постепенно отказываются от решений на OpenStack и KVM в пользу vStack¹. Платформа vStack позволяет использовать любое доступное на рынке оборудование без привязки к производителю.

Преимущества гиперконвергентного решения vStack: возможность управлять IT-инфраструктурой из единого интерфейса и администрировать серверы и виртуализацию одним специалистом; гибкие возможности для кастомизации виртуальных машин и практика доработки на основе feature request; отсутствие привязки к производителю аппаратного обеспечения или жесткого HCL.

В настоящее время российский рынок переживает трансформацию. Компаниям приходится в кратчайшие сроки внедрять новые платформы и сервисы, заменять оборудование и ПО. Это ускорило процесс импортозамещения в десятки раз, и сейчас в России есть все условия для того, чтобы он завершился успешно.

Научный руководитель: *Н.И. Кириякова*

Библиографический список

1. *Михайлов А.А., Федулов В.И.* Феномен виртуальных организаций в современных условиях // Московский экономический журнал. 2020. № 10. С. 350–358.
2. *Сенчагов В.В.* Виртуальные предприятия и их место в экономической системе России // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер.: Экономика и управление. 2022. №2. С. 56–62.
3. *Шепелев А.В.* Виртуальные предприятия: основные принципы и проблемы развития // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Экономика. 2022. №4. С. 25–32.
4. *Kiriakova N.I.* Digital Currencies of the Central Bank as a Means of Strengthening the Monetization of the Russian Economy // 2nd International Scientific and Practical Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020). Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 138. Atlantis Press, 2020. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125939708.pdf>.

¹ vStack – это гиперконвергентная платформа, которая создает единую инфраструктуру на базе серверов, которые выполняют одновременно три функции: SDS-хранение, SDN-сеть и SDC-вычисления). В качестве операционной системы vStack используется vStack OS, которая отличается высокой производительностью и отсутствием избыточности в коде.

Мировые экономические кризисы

Аннотация. Экономический кризис – это серьезное нарушение равновесия в хозяйственной системе, которое приводит к потерям и разрыву нормальных связей в производстве и рыночных отношениях. Обычно экономический кризис вызван финансовым кризисом, но это совсем разные понятия. Финансовый кризис обычно влечет за собой проблемы в банковском и финансовом секторе. В отличие от финансового кризиса, который ограничен одним сектором, экономический кризис затрагивает всю экономику. Он может привести к росту безработицы, снижению ВВП и другим негативным последствиям.

Ключевые слова: экономический кризис; финансовый кризис; макроэкономическая проблема; ВВП.

Экономический кризис – явление, давно исследуемое экономистами. Это серьезное нарушение равновесия в хозяйственной системе, требующее специальных методов антициклического регулирования.

В современных условиях экономический кризис чаще всего связан с финансовым кризисом, который может затронуть банковский и финансовый сектор, а также валютный рынок и рынки капитала.

Финансовый кризис, как правило, влечет за собой проблемы в банковском и финансовом секторе, такие как крах крупных банков или дефолт заемщиков. Далее эти проблемы начинают влиять на формирование важнейших макроэкономических показателей и на всю экономику.

В отличие от финансового кризиса, который ограничен одним сектором, экономический кризис затрагивает всю экономику. Он может привести к росту безработицы, снижению ВВП и другим негативным последствиям. Поэтому власти и ответственные за экономику должны реагировать на финансовый кризис своевременно и эффективно, чтобы предотвратить перерастание его в экономический кризис.

Экономические кризисы могут проявляться по-разному и возникать в различных сферах экономики:

Валютный кризис возникает, когда внезапно происходит падение курса национальной валюты.

Банковский кризис возникает, когда банки не могут выполнять свои обязательства перед клиентами из-за недостатка ликвидности или снижения доверия со стороны клиентов.

Кризис платежного баланса возникает, когда страна имеет больший дефицит торгового баланса, чем может позволить себе.

Долговой кризис возникает, когда страна не может выплачивать проценты по своим долгам.

Первый мировой экономический кризис случился в 1857 г., захватив США, Германию, Англию, Францию и страны Латинской Америки. Кризис вызвали спекуляции акциями ЖД компаний, но нужен был триггер. Казначей из Огайо похитил огромную сумму из собственного банка. 24 августа 1857 г. Ohio Life Insurance and Trust Company объявила себя банкротом. Так началась паника 1857 г. В октябре были закрыты практически все банки Нью-Йорка, обвалилась фондовая биржа. На помощь кризису пришли технологии, благодаря телеграфу Морзе, о проблемах быстро узнали в Европе, где тоже начались биржевые волнения. В итоге, финансовый кризис превратился в экономический и мощно ударил по промышленности.

Не так давно мировая экономика пережила тяжелейшее время. Кто-то называет это коронареcessionей, а кто-то новой Великой депрессией. Мировой ВВП сократился на 4,3%, а по оценкам Росстата ВВП России снизился на 3,2%, что является рекордом с 2009 г. Основной причиной кризиса является коронавирус: массовое закрытие целых направлений бизнеса, сокращение транспортного сообщения, полная приостановка или сокращение объемов работы предприятий и организаций [1].

Экономические кризисы стали привычным и цикличным явлением, предугадать их почти невозможно из-за того, что они являются следствием действий большинства людей. Но государство может бороться с уже начавшимся кризисом. Основными методами являются: снижение ключевой ставки рефинансирования, покупка облигаций, прямое кредитование или выкуп акций конкретных компаний, увеличение государственных расходов [2].

Научный руководитель: *П.С. Куклинова*

Библиографический список

1. *Балашов А.М., Петров А.Н.* Экономический кризис 2020 года и проблемы дальнейшего экономического развития РФ // Теоретическая экономика. 2021. № 11. С. 28–34.
2. *Малкина М.Ю.* Общее и особенное в мировом экономическом кризисе и технологиях борьбы с ним // Финансы и кредит. 2009. № 33 (369). С. 2–10.

Безработица и способы ее снижения в Свердловской области

Аннотация. Описаны причины и последствия безработицы, рассматривались методы снижения уровня безработицы, также был проведен анализ статистических данных по безработице в Свердловской области.

Ключевые слова: безработица; трудоспособное население; виды, факторы и последствия безработицы; методы снижения ее уровня.

Безработица – социальное явление, предполагающее отсутствие работы у людей, составляющих экономически активное население.

Рассматривают несколько основных форм безработицы:

- фрикционная – обусловлена поиском подходящей по своей специальности и личным предпочтениям работы;
- структурная – связана с производственными изменениями и исчезновением «устаревших» профессий;
- циклическая – является следствием спада производства в период промышленного кризиса, даже квалифицированные специалисты рискуют остаться без работы в этот период.

Существует множество факторов, способных влиять на уровень безработицы: научно-технический прогресс, экономический спад (снижение потребности в трудовых ресурсах), изменения в демографической структуре.

Безработице имеет негативные социально-экономические последствия: падение трудовой активности и отток квалифицированных специалистов в другие страны; снижение доходов населения, усиление социального неравенства и социальной напряженности.

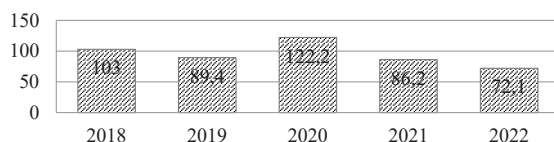
Проблема безработицы важна и с позиции влияния на экономическое развитие региона [2].

По данным статистики, в предпандемийный год количество безработных сократилось (см. рисунок).

Однако в 2020 г. произошел резкий скачок, на который оказал влияние COVID-19 [3]. Из-за него были введены государственные ограничения и режим самоизоляции. Стало невозможно выполнять трудовые обязанности, началось сокращение штата сотрудников и производственной мощности. На тот момент государство было не готово к такой ситуации.

Затем с 2020 г. наблюдается постепенное сокращение уровня безработицы в Свердловской области [1]. Скорее всего, это связано с введением новых мер государственной поддержки. Правительством РФ был

разработан план преодоления экономических последствий распространения коронавирусной инфекции, по которому происходило выделение беспроцентных кредитов на выплату заработной платы, отсрочка по налогам, для хозяйственных субъектов, занятых в наиболее пострадавших от COVID-19 отраслях и др.



Статистика безработных граждан в Свердловской области (2018–2022), тыс. чел.¹

Существует ряд мер по снижению уровня безработицы, которые осуществляют Центры занятости. Это различные программы по социальному страхованию безработицы (выплата стипендий и пособий); подготовка и переподготовка кадров (прохождение курсов и семинаров).

Также государство оказывает поддержку малому и среднему бизнесу, стимулирует работодателей к увеличению количества заключаемых трудовых договоров с определенными группами населения.

Правительство Свердловской области ведет активную политику по снижению безработицы среди трудоспособного населения, модернизируя программы и сайты по поиску работы; развивая инфраструктуру в больших и малых городах Свердловской области.

Научный руководитель: *П.С. Куклинова*

Библиографический список

1. *Корсакова Е.А.* Региональная экономическая политика роста: цели и принципы // *Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов: сб. науч. ст. VI междунар. науч.-практ. конф.* (Орел, 3 декабря 2020 г.). Орел: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2020. Ч. 1. С. 80–82.
2. *Куклинова П.С., Ильяшенко В.В.* Влияние режима инфляционного таргетирования на экономическое развитие промышленного региона // *Journal of New Economy*. 2022. Т. 23, № 2. С. 125–141.
3. *Куклинова П.С., Чеснукова Л.К.* Оценка влияния пандемии COVID-19 на региональный экономический рост // *Стратегия формирования экосистемы цифровой экономики: сб. науч. ст. 4-й Междунар. науч.-практ. конф.* (Курск, 22 марта 2022 г.). Курск: ЮЗГУ, 2022. С. 155–159.

¹ *Управление* Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. URL: <https://sverdl.gks.ru/folder/28903>.

Поведенческая основа взаимодействия в виртуальной среде

Аннотация. В работе подчеркивается необходимость учета особенностей сетевого взаимодействия продавцов и покупателей, определяющих успешное развитие электронной коммерции в современных условиях. Как показывают исследования, часть продавцов в интернете полагается на привлечение внимания покупателей только по материалу веб-ресурса и не имеют общей стратегии продаж. Но конкуренция в сети усиливается и в выигрыше оказываются те, кто учитывает психологические особенности восприятия и интересы потребителей.

Ключевые слова: сетевые рынки; виртуальная среда; виртуальные личности; пользователь; интернет.

Стратегии внедрения цифровых технологий определяют приоритеты, исходя из вызовов и проблем промышленного развития, но с учетом особенностей сетевого взаимодействия [3].

Какие-то компании работают успешно в этих условиях, какие-то терпят неудачу. Многие сбои происходят из-за общей недостаточной сосредоточенности, которая не учитывает возможности сетевых взаимодействий. В результате у продавцов нет стратегии действий. Они считают, что их веб-ресурс отвечает всем необходимым требованиям со стороны покупателей. Но потребность в интернет-ресурсах возрастает по мере роста числа пользователей (рис. 1).

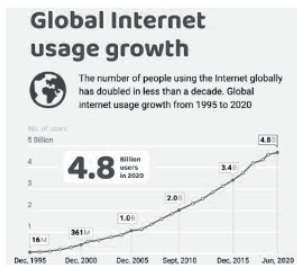


Рис. 1. Количество пользователей всемирной паутины [2]

Поэтому продавцу следует подумать об удобстве использования его сервиса потребителем. Можно выделить факторы, используемые при описании основных строительных блоков веб-интерфейса, основанного на взаимодействии продавца и покупателя (рис. 2).

Эти условия влияют на процесс покупки товаров потребителем.

Функциональные факторы	Факторы, которые улучшают работу в Интернете, представляя виртуальному пользователю хорошо функционирующий, простой в освоении и быстрый веб-сайт. Функциональность включает в себя элементы «удобства использования» и «интерактивности»
Психологические факторы	Веб-страницы должны быть прозрачными и надежными, чтобы убедить пользователя остаться на ресурсе. Психологические факторы играют ключевую роль в том, чтобы помочь неизвестному клиенту в поиске информации преодолеть страх сомнений в надежности сервиса и сайта
Факторы содержания	Факторы, связанные с творческими и маркетинговыми аспектами веб-сайта. Эти факторы оказывают прямое и решающее влияние на работу в Интернете. Они делятся на две подкатегории: «красота» и «маркетинговый комплекс». Эти условия отражают характер и влияние элементов веб-интерфейса на процесс покупки

Рис. 2. Факторы, определяющие взаимодействие продавца с потребителем в виртуальной среде¹

К поведенческим основам взаимодействия в виртуальной среде интернет относятся:

- конкуренция в виртуальном пространстве отличается от конкуренции в реальном мире. В интернете не принято говорить о конкурентах, потому что виртуальная среда этого не позволяет. Однако в виртуальном мире также действует закон спроса и предложения. Спрос на услугу зависит от ее цены и качества. Итак, если вы хотите зарабатывать деньги в интернете, вам необходимо предоставлять высококачественные услуги по низкой цене.
- восприятие личности и ее потребностей как неотъемлемого элемента процесса взаимодействия;
- формирование и реализация интересов и потребностей участников взаимодействия;
- формирование коммуникативных навыков, позволяющих реализовать интересы и потребности участников взаимодействия.

Таким образом, в основе взаимодействия в виртуальном пространстве лежат потребности и интересы как продавцов, так и покупателей, на которые можно воздействовать, учитывая поведенческие основы взаимодействия в виртуальной среде.

Научный руководитель: *Н.И. Кириякова*

¹ Сост. по: [1].

Библиографический список

1. Зекерьяев Р.И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. 2019. № 1 (88). С. 31–37.

2. Цифровая трансформация: ожидания и реальность: докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 2022 г.) / Г.И. Абдрахманова, С.А. Васильковский, К.О. Вишневский, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг и др.; рук. авт. кол. П.Б. Рудник. М.: Изд. дом ВШЭ, 2022. 221 с.

3. Kiriakova N.I. Digital Currencies of the Central Bank as a Means of Strengthening the Monetization of the Russian Economy // 2nd International Scientific and Practical Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020). Advances in Economics, Business and Management Research, Vol. 138. Atlantis Press, 2020. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125939708.pdf>.

А.Н. Кондакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Безработица среди молодежи как проблема современного рынка труда

Аннотация. Рассматривается актуальная проблема молодежной безработицы в современной России. Раскрыты причины безработицы, которые характерны для определенных возрастных групп в большей степени. Рассмотрены возможные пути снижения уровня безработицы среди молодежи.

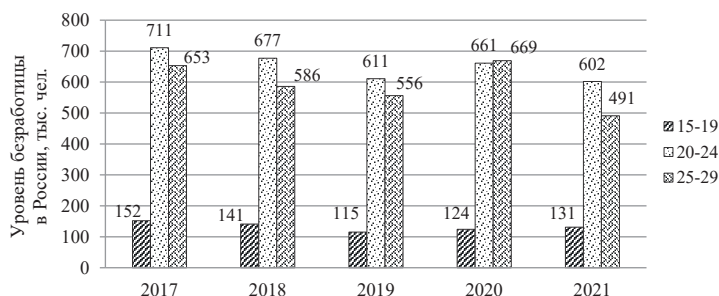
Ключевые слова: молодежная безработица; рынок труда; экономика.

В соответствии с экономическим словарем, молодежная безработица обозначает социально-экономическое явление, при котором молодая часть населения не может найти себе работу (доходное занятие) [1]. Молодежь по данным Росстата – это граждане РФ от 15 до 29 лет.

По данным Федеральной службы государственной статистики на 2021 г. уровень безработицы в России составлял 3 630,5 тыс. чел., или 4,84% от трудоспособного населения (см. рисунок)¹.

Как видно из данных, показатели с 2017 г. по всем возрастным группам уменьшились в 1,18 раз. Это можно рассматривать как снижение безработицы, но проблема все равно остается актуальной, поскольку важна с точки зрения экономического развития [2].

¹ По данным Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13217>.



Численность безработных по возрастным группам, тыс. чел.

К причинам безработицы среди молодых людей можно отнести следующие факторы (см. таблицу).

Факторы, влияющие на молодежную безработицу разных возрастных групп

Факторы, характерные в большей степени для лиц 15–20 возраста	Факторы, характерные в большей степени для лиц 21–29 возраста
Отсутствие мотивации к трудовой деятельности	Завышенные требования у работодателя
Отсутствие необходимых навыков и образования	Высокие запросы молодых людей к оплате труда
Неудовлетворенность работой неквалифицированных и неопытных молодых работников со стороны работодателя	Несоответствие между тем, каких специалистов выпускают вузы, и тем, какие специальности требуются на рынке труда в данный момент
Отсутствие свободных вакансий	Проблема самоопределения
Желание жить за счет родителей	Выбор профессии неактуальный на современном рынке труда

Сост. по данным Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13217>.

Проанализировав факторы, представленные выше, можно предпринять следующие действия для снижения уровня безработицы среди молодежи.

Внедрение дополнительных образовательных курсов, которые бы оказали положительно влияние, как на трудоустройство, так и на заработную плату после окончания учебы и вхождения в состав рабочей силы [3].

Повышение качества и безопасности рабочих мест, на которые молодые люди могут устроиться, и обеспечение того, чтобы они получали прожиточный минимум. Например, было обнаружено, что более строгие ограничения на временную работу снижают случаи «оттока» между занятостью и безработицей среди низкоквалифицированной молодежи и ранних выпускников школ.

Другим механизмом борьбы с безработицей является внедрение активных мер на рынке труда для стимулирования спроса на молодых людей на рынке труда. Общей чертой таких подходов является предоставление работодателям субсидий на заработную плату и обучение, налоговых льгот или кредитов по национальному страхованию. Примерами такой политики являются создание программ, которые предлагают молодым людям профессиональную подготовку и получение опыта работы, расширение программ ученичества, предоставление обучения предпринимательству и навыкам межличностного общения, а также наличие курсов подготовки к работе для молодых людей, которым не хватает непосредственных навыков для выхода на работу.

Делая выводы, стоит отметить, что тема безработицы на современном рынке труда будет всегда актуальна, так как она взаимодействует со всеми сферами жизни. Для решения проблемы молодежной безработицы и обеспечения регулирования, снижения напряженности на рынке труда молодежи при постоянно меняющемся спросе и предложении на рабочую силу необходимо использовать как государственный сектор, так и негосударственные структуры.

Научный руководитель: *П. С. Куклинова*

Библиографический список

1. *Большой экономический словарь*: 19000 терминов / М.Ю. Агафонова и др.; под ред. А.Н. Азрилияна. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Ин-т новой экономики, 1997. 856 с.
2. *Куклинова П.С., Ильяшенко В.В.* Влияние режима инфляционного таргетирования на экономическое развитие промышленного региона // *Journal of New Economy*. 2022. Т. 23, № 2. С. 125–141.
3. *The Youth Labor Market Problem: Its Nature, Causes, and Consequences* / National Bureau of Economic Research Conference Report; R.B. Freeman, D.A. Wise (eds.). University of Chicago Press, 2007. 566 p.

Теория управляемого выбора Р. Талера

Аннотация. Статья представляет собой обзор теории управляемого выбора, разработанной Ричардом Талером. Описывается концепция «подталкивания», которая позволяет влиять на поведение людей, не ограничивая их свободу выбора. Рассматриваются основные принципы теории управляемого выбора и ее применение в различных областях, включая экономику, маркетинг и образование. Также в статье были проанализированы направления развития идей Ричарда Талера и их перспективность в современном экономическом анализе.

Ключевые слова: управляемый выбор; поведенческая экономика; маркетинг; образование; ментальная бухгалтерия.

В современной научной деятельности наблюдается тенденция к пересечению различных областей: экономики, математики, социологии, политологии и психологии. В 2017 г. Р. Талер был удостоен Нобелевской премии за свой вклад в разработку поведенческой экономики. Он успешно соединил экономику и психологию [1]. Наблюдения Р. Талера говорят о том, что люди в реальной жизни не являются рациональными, и часто принимают «неправильные» решения. Это приводит к ошибочным прогнозам и может иметь трагические последствия.

Р. Талер, обнаружив вышеперечисленные экономические проблемы, начал преобразовывать привычного человека и делать его более реалистичным. Он также определил некоторые основные элементы для анализа потребительского поведения, включая «предположительно нерелевантные факторы» или SIF, которые теоретики рационального выбора могут не учитывать [3]. Эти элементы включают в себя:

1. Человек больше ценит те вещи, которыми уже владеет, а не те, которыми может овладеть (эффект владения).

2. Люди склонны отдавать предпочтение деятельности, в которую они ранее инвестировали ресурсы, а не делать выбор, основываясь только на относительной отдаче, которую делают возможными новые обязательства по ресурсам (эффект невозвратных затрат).

3. Поиск продолжится, только если потребитель ожидает значительных экономических выгод, превышающих базовые эталонные значения, и прекратится, когда ожидаемые экономии приблизятся к предельным затратам на поиск или станут менее значительными.

4. Предполагаемое чувство убытка может повлиять на решение выбора, так как ценность, которую люди могут получить из случайных исходов (например, от лотерей), зависит от их осведомленности о том, какая могла бы быть их ситуация, если бы они выбрали другой вариант.

5. Люди заранее берут на себя обязательства сдерживать поведение в ситуациях, когда они признают, что страдают слабостью воли [2].

Р. Талер исследовал функцию ценности в теории перспектив. В то время, как функция ценности в теории субъективной ожидаемой полезности показывает постоянное уменьшение предельной полезности богатства, функция ценности в теории перспектив фокусируется на прибыли и убытках в отношении контрольной точки (а не на влиянии выбора на общий уровень богатства). Это объясняет, почему люди так легко приспосабливаются к эффекту владения и так неохотно принимают потери¹.

Это объясняет так называемая «ментальная бухгалтерия», о которой пишет Р. Талер. Это явление, при котором каждый человек в уме открывает счета для разных категорий и стремится закрыть их с положительным остатком, даже если это незначительная сумма. Ментальная бухгалтерия показывает, что люди могут относиться к одной и той же сумме денег по-разному в разных обстоятельствах, что противоречит понятиям классической экономики. Так, продавцы заставляют покупателей приобретать дополнительное оборудование, включенное в стоимость товара. Мелкие расходы становятся частью больших покупок, что заставляет людей приобретать вещи, которые они не купили бы в обычных условиях.

Теория управляемого выбора, сформулированная Р. Талером, объясняет, что люди часто принимают решения автоматически, без особого размышления. Поведение и принимаемые решения могут быть изменены с помощью «подталкиваний», которые могут быть как сознательными, так и бессознательными. Например, сделать желаемое поведение выбором по умолчанию – одно из самых эффективных бессознательных подталкиваний. Когда человек использует новый продукт, сервис, приложение или сайт, он, скорее всего, не будет менять настройки и просто оставит все как есть [3]. В перспективе, по мнению Р. Талера, «человек экономический» превратится в «человека разумного» [4].

Хотя поведенческая экономика оказала небольшое влияние на макроэкономику, но все же можно сделать вывод, что у поведенческой экономики есть потенциал для развития в различных сферах человеческой деятельности.

Научный руководитель: *Н.И. Кириякова*

¹ *Мода на поведенческую экономику: чем живые люди отличаются от рациональных машин? // Реальное время. 2017. 12 окт. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/78866-moda-na-povedencheskuyu-ekonomiku-chem-zhivye-lyudi-otlichayutsya-ot-racionalnyh-mashin> (дата обращения: 22.03.2023).*

Библиографический список

1. *Кириякова Н.И.* Институциональные аспекты в развитии теории и методологии управления экономическими системами // Развитие экономических систем: теория, методология, практика. Пенза: Пензенский ГАУ, 2022. С. 140–154.
2. *Сунштейн К.* Поведенческая экономика: Новый взгляд на привычные вещи. М.: Альпина Паблишер, 2020. 288 с.
3. *Талер Р., Санстейн К.* Nudge. Архитектура выбора: как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье: пер. с англ. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 237 с.
4. *Thaler R.H.* From Homo Economicus to Homo Sapiens // Journal of Economic Perspectives. 2000. Vol. 14, No. 1. P. 133–141.

Е.С. Мартынова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Меры борьбы с безработицей в Свердловской области

Аннотация. Представлена информация о причинах, последствиях и способах борьбы с безработицей. Проведен анализ текущей экономической ситуации в Свердловской области.

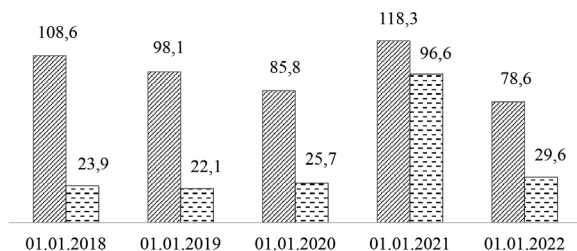
Ключевые слова: безработица; рынок труда; экономика.

Безработица – это одна из самых сложных и серьезных проблем в области экономики, которая может быть обусловлена многими факторами: экономический кризис, изменения в законодательстве, технологические прогресс и др. [3]. На основе официальных статистических данных¹ рассмотрим уровень безработицы за 5 лет в Свердловской области (см. рисунок) [2].

В Свердловской области также можно выделить множество причин, которые влияют на уровень безработицы

Одной из причин безработицы в Свердловской области является отсутствие квалифицированных кадров. Современная экономика требует специалистов высокого уровня, но не всегда можно найти подходящих кандидатов для работодателей. В связи с этим многие люди, изучившие специальности в области, которыми владеют только некоторые профессионалы, уезжают за рубеж для трудоустройства, что приносит вред экономике.

¹ Данные показатели Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области публикует в соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 6 мая 2008 г. № 671-р «Об утверждении Федерального плана статистических работ».



▨ Общая численность безработных граждан, тыс. человек

▤ Доля официально зарегистрированных безработных в общей численности безработных граждан, %

Доля численности безработных граждан, состоящих на учете в органах службы занятости в общей численности безработных граждан

Еще одной причиной безработицы в Свердловской области является недостаточный спрос на рабочую силу. Это может произойти из-за снижения объемов производства, изменения моделей потребительского поведения или смены технологического уклада. Например, на многих предприятиях в Свердловской области устанавливаются новые системы автоматизации, а значит, для выполнения определенных задач не нужны люди. Такой процесс также может привести к значительному локальному увеличению уровня безработицы.

Третьей причиной, которая влияет на безработицу в Свердловской области, является недостаточная развитость малого и среднего бизнеса. Небольшие предприятия снижают уровень безработицы и способствуют развитию экономики, что делается через различные кредиты и программы налогового стимулирования. Но в Свердловской области такие программы едва ли реализуются, поэтому безработица сохраняется на высоком уровне.

Несмотря на то, что безработица имеет различные причины, она может иметь также различные последствия. Одно из них – это снижение уровня жизни населения. Большинство людей, не имеющих постоянной работы, сталкивается с финансовыми трудностями, их доходы снижаются, что приводит к ухудшению качества жизни. Другим последствием является увеличение количества социальных проблем в Свердловской области. Безработные люди становятся внешне неактивными и могут стать обузой для себя, своей семьи и общества [2].

Если говорить о способах борьбы с безработицей в Свердловской области, то необходимо провести целый комплекс мероприятий. В первую очередь, нужно улучшить квалификационный уровень кадров. Нужно

также стимулировать развитие малого и среднего бизнеса, позволяя ему получать кредиты на меньших условиях и давая ему торговые площади для продажи своей продукции. Кроме того, государство может поддерживать и развивать инновационные проекты, создавать новые рабочие места в различных сферах деятельности [1].

В целом безработица является одной из наиболее сложных проблем в Свердловской области. Более тщательное трудоустройство, стимулирование малого и среднего бизнеса, улучшение производственной базы и забота о вкладе трудовых ресурсов – все это может способствовать снижению уровня безработицы и благополучию региона [1].

Научный руководитель: *П.С. Куклинова*

Библиографический список

1. Губайдуллин И.Р., Ханченков П.А. Государственное регулирование социальной защиты населения Российской Федерации // Системные технологии. 2017. № 24. С. 18–21.
2. Урусова А.А. Современные проблемы безработицы в Российской Федерации // Вестник евразийской науки. 2019. Т. 11, № 5. С. 21.
3. Blanchard O., Katz L. What We Know and Do Not Know About the Natural Rate of Unemployment // Journal of Economic Perspectives. 1997. Vol. 11, No. 1. P. 51–72.

Н.М. Мельников, А.Р. Алиев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Актуальные проблемы экономической теории

Аннотация. Рассмотрены некоторые из актуальных проблем, с которыми сталкивается экономическая теория, как отрасль знаний. Приведены примеры каждой из проблемы, указанной в статье. Предложены методы решения некоторых проблем.

Ключевые слова: кризис; социальная несправедливость; окружающая среда; рынок.

Актуальность данной статьи заключается в том, что наш мир постоянно меняется и экономика сталкивается с глобальными проблемами. Обсуждая проблемы экономической теории, мы можем получить более целостное понимание экономических процессов [1]. Эта область знания постоянно развивается и изменяется, так как экономика является живой и динамичной системой.

Проблема неопределенности: одной из главных проблем экономической теории является неопределенность. Это связано с тем, что экономика по своей природе является нестабильной и непредсказуемой системой [3]. Например, экономические кризисы, такие как кризис 2008 г., происходят неожиданно и не могут быть предсказаны точно. Это создает проблему для экономистов, которые должны разрабатывать модели и предсказания, основанные на существующих данных.

Проблема эффективности: экономическая теория также сталкивается с проблемой эффективности. Это означает, что не всегда существует оптимальное решение для всех участников рынка. Например, монополист может продавать товары по высокой цене, что может быть выгодно для него, но не для потребителей. В таких ситуациях экономическая теория должна разработать механизмы, которые способны уравновесить интересы разных участников рынка [3].

Проблема социальной справедливости: социальная справедливость является важной проблемой в экономической теории. Равенство в распределении ресурсов и доходов является одним из основных принципов социальной справедливости [2]. Однако, на практике это не всегда возможно. Например, в некоторых странах наблюдается большое различие в доходах между бедными и богатыми слоями населения. Это создает проблему для экономической теории, которая должна разработать механизмы, способные уравнивать социальное неравенство.

Проблема устойчивости: устойчивость является важной проблемой экономической теории. Экономическая система должна быть способна справиться с возможными кризисами и экономическими потрясениями [2]. Однако, в настоящее время экономическая система не всегда способна обеспечить устойчивость. Например, в условиях мирового экономического кризиса 2008 г. многие страны столкнулись с экономическими проблемами, которые до сих пор не были полностью преодолены.

Проблема экологической устойчивости: экологическая устойчивость становится все более актуальной проблемой в экономической теории. Экономическая деятельность может приводить к разрушению окружающей среды и истощению природных ресурсов. Это создает проблемы для будущего развития экономики и жизни на планете в целом. Экономическая теория должна разработать механизмы, которые позволят обеспечить экономический рост, не приводящий к разрушению окружающей среды и истощению ресурсов [2].

В заключении отметим, что экономическая теория сталкивается с множеством проблем и вызовов. Рассмотренные в статье вызовы требуют постоянного внимания со стороны экономистов и исследова-

телей [3]. Несмотря на сложность и многообразие проблем, экономическая теория продолжает развиваться и улучшаться, способствуя созданию более эффективной и устойчивой экономической системы.

Научный руководитель: *Т.Ж. Солосиченко*

Библиографический список

1. *Иохин В.Я.* Экономическая теория: учеб. для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2021. 353 с.
2. *Ким И.А.* Основы экономической теории: учебник и практикум для среднего профессионального образования. М.: Юрайт, 2021. 328 с.
3. *Нанакина Ю.С.* Актуальные проблемы экономической теории в оценке потребительской деятельности домашних хозяйств // Век качества. 2017. № 3. С. 77–85.

Д.А. Метла

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль иностранных инвестиций в экономике России

Аннотация. Проводится анализ инвестиционной деятельности, предполагающий инвестирование и осуществление практических действий для того, чтобы получить прибыль или достичь иной полезный эффект.

Ключевые слова: инвестиции; компания; экономика; инвестор.

Инвестиции – ускоритель развития экономики. Согласно кейнсианцам, именно они порождают самый сильный мультипликативный эффект в экономике. Через изменение национального дохода инвестиции создают эффект акселератора, стимулируя экономический рост.

Иностранные инвестиции являются прямой формой инвестирования в бизнес в стране отдельным лицом или группой лиц из другой страны и влияют на развитие не только всей экономики, но и на развитие ее регионов [1; 2]. В 2021 г. иностранцы инвестировали в небанковский сектор России на прямую 30,7 млрд долл. – почти в 4 раза больше, чем во время пандемии в 2020 г. Согласно исследованию Британской аудиторско-консалтинговой компании Ernst&Young¹ топ-10 стран по вложениям в российскую экономику – Германия, Китай, США, Италия, Франция, Швейцария, Индия, Швеция, Финляндия, Турция и Великобритания.

¹ EY reports global revenues of US\$40b in 2021 and outlines record US\$10b investment plan over next three years // EY. 2021. 9 Sep. URL: https://www.ey.com/en_gl/news/2021/09/ey-reports-global-revenues-of-us-40b-in-2021-and-outlines-record-us-10b-investment-plan-over-next-three-years.

Традиционно, иностранцев интересовали российская нефть и газ. Пятерка самых больших инвестпроектов РФ с участием зарубежного капитала, приходится на этот сектор крупнейшего акционерного НОВАТЭКа–Total Energies. Французской компании принадлежат 20% в проекте «Ямал СПГ» и 1/10 в «Арктик СПГ-2», что примерно соответствует суммам в 400 млрд и 150 млрд р. Для реализации «Арктик СПГ-2» НОВАТЭК привлекал кредиты на 2,5 млрд евро у китайских банков и банков стран – участниц ОЭСР¹.

Китайской CNPC принадлежит доля в газопроводе «Сила Сибири». Hong Kong компания SHERWOOD ENERGY готова вложить 740 млрд р. в строительство завода по производству метанола в Хабаровском крае, там же к 2027 г. планируется создание «Дальневосточного СПГ» на базе запасов «Сахалина-1»².

Немалых денег европейским компаниям обошлось участие в прокладке труб «Северного потока-2». Австрийская OMV инвестировала 729 млн евро, германский Uniper вложил более 700 млн евро, Wintershall Dea 730 млн евро³.

Привлекателен для зарубежных инвесторов и агрокомплекс России. Один из крупнейших производителей свинины в России – датский IDAVANG со средним годовым оборотом 3 млрд р. и прибылью более 0,5 млрд, Тайская CP Group купила птицефабрику в Ленобласти на 680 млн долл. Доля кипрских компаний в «ФосАгро» 44%, это примерно 320 млрд р.⁴

Иностранцы активно участвуют в капитале российского ритейла. Так, один из главных онлайн продавцов России «Ozon», создан при участии американской инвестгруппы Baring Vostok. В 2011 г. компания получила 300 млн долл. от японской Rakuten и швейцарской Index Ventures. В 2019 г. 150 млн долл. компания получила от американской венчурной компании Princeville Capital. Сделка стала крупнейшей для российской компании с западным инвестором с 2014 г. После IPO Ozon доли распределились так: «АФК Система» и «Baring» получили 37,2%, фонд Index Ventures 4,7% и Princeville Globa 4,5%. В Fix Price в 2020 г.

¹ Смирнов К. Решающая схватка за СПГ началась // Эксперт. 2023. 8 марта. URL: <https://expert.ru/2023/03/8/reshayuschaya-skhvotka-za-spg-tehnologii-nachalas/>.

² Проектирование Дальневосточного СПГ начнется в ближайшее время // Известия. 2019. 5 сент. URL: <https://iz.ru/918255/2019-09-05/proektirovanie-dalnevostochnogo-spg-nachnetsia-v-blizhaishee-vremia>.

³ Австрийский партнер «Газпрома» списал миллиард евро из-за «Северного потока-2» // РБК. 2022. 29 апр. URL: <https://www.rbc.ru/business/29/04/2022/626b77e69a7947c7d980cc18>.

⁴ 200 крупнейших компаний России // Forbes. 2015. 3 окт. URL: <https://www.forbes.ru/forbes/issue/2015-10/300529-200-krupneishikh-kompanii-rossii>.

в капитал ритейлера зашли The Qatar Investment Authority, BlackRock, GIC Private и APG Asset Management. «Яндекс» минимум на 45% принадлежит американским инвест-фирмам¹.

Иностранные инвестиции очень важны для экономики любой страны по всему миру. Но Россия в условиях санкций активно развивает импортозамещение и изменяет географию иностранных инвестиций, опираясь на дружественные страны Востока.

Научный руководитель: *П.С. Куклинова*

Библиографический список

1. *Куклинова П.С.* Воздействие инструментов денежно-кредитной политики на инвестиционную привлекательность региона // Россия и мир в новых реалиях: изменение мирохозяйственных связей: материалы XII Евразийского экономического форума молодежи (Екатеринбург, 26–29 апреля 2022 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. Т. 2. С. 123–125.

2. *Куклинова П.С., Чеснукова Л.К.* Проблемы экономического роста промышленного макрорегиона в условиях пандемии COVID-19 // Новое индустриальное общество второго поколения (НИО.2): проблемы, факторы и перспективы развития в современной геоэкономической реальности: сб. материалов VII Санкт-Петербургского экономического конгресса (СПЭК-2022) (Санкт-Петербург, 31 марта – 1 апреля 2022 г.). М.: Институт нового индустриального развития им. С.Ю. Витте, 2022. С. 504–508.

Е.А. Скоробогатова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Особенности развития инфляции в Свердловской области

Аннотация. Рассматриваются особенности региональной инфляции. Рассмотрены основные тенденции инфляции, приведена динамика инфляционных процессов в Свердловской области за 2017–2021 гг. Описаны причины развития инфляционных процессов в Свердловской области.

Ключевые слова: инфляция; региональная инфляция; Свердловская область; причины инфляции.

Инфляция – это процесс снижения покупательной способности денег, проявляющийся в повышении общего уровня цен в экономике [1]. Рост цен, выражающийся в процентах, означает, что на единицу валюты теперь фактически можно купить меньше, чем в прошлые годы.

¹ *Партнеры Baring Vostok* раскрыли детали раздела бизнеса (РБК). URL: <https://www.rbc.ru/business/31/03/2023/6425abb79a79477297e32c03>.

При инфляции спроса источником инфляции выступает увеличение стимулирующих совокупный спрос потребления, инвестиций и государственных расходов. При более актуальной для экономики Свердловской области инфляции издержек рост цен обусловлен факторами, снижающими совокупное предложение [2; 3].

Если рассматривать динамику инфляции в Свердловской области за последние 5 лет по данным Управления Федеральной службой государственной статистики по Свердловской области и Курганской области¹, то можно прийти к выводу о том, что она держится на довольно высоком уровне. Несмотря на то, что в 2019 г. наблюдалось снижение показателя уровня инфляции по сравнению с 2018 г., на 2020 г. годовой уровень инфляции вырос, и продолжает расти в настоящее время (см. рисунок).



В 2017 г. был самый низкий показатель инфляции за последние несколько лет как по России, так и Свердловской области. Причинами снижения уровня инфляции послужили укрепление рубля, рекордное количество урожая и снижение доходов населения, из-за чего производители были вынуждены снижать цены, конкурируя за покупателей.

В следующем году уровень инфляции вырос из-за повышения цен на бензин и продовольствие в связи с ожидаемым ослаблением курса рубля. В 2019 г. годовой показатель инфляции замедлился. Причинами этого послужили укрепление курса рубля, слабая динамика спроса [4].

В 2020 г. происходит ускорение темпов инфляции. Это было связано с ослаблением рубля и снижением урожайности в регионе. Рост цен на плодовые товары, произошедший из-за скачков летних температур, оказал большое влияние на ускорение продовольственной инфляции.

На рост цен в 2021 г., в частности, повлияло частичное возобновление туров за рубеж и увеличение поездок по стране. Еще одной причиной является рост цен на мировых рынках и в разрыв цепочек поставок, связанных с пандемией коронавируса. Основным инструментом сдерживания инфляции стало ужесточение кредитно-денежной политики.

¹ Основные социально-экономические показатели: Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. URL: <https://sverdl.gks.ru/folder/28903>.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что учет особенностей инфляционных процессов по регионам позволит проводить подходящую региональную экономическую политику. Рассмотрев теоретические аспекты инфляции как экономического явления, и проанализировав статистические данные ее темпов, в экономике Свердловской области за пять лет, можно сказать, что оптимальным уровнем инфляции является относительно невысокий темп, находящийся в значении около 4%.

Научный руководитель: *П.С. Куклинова*

Библиографический список

1. *Ильяшенко В.В.* Макроэкономика: учебник. М.: КноРус, 2023. 282 с.
2. *Киселева П.С., Ильяшенко В.В.* Особенности инфляционных Процессов в современной экономике России // Журнал экономической теории. 2016. № 2. С. 32–39.
3. *Киселева П.С., Ильяшенко В.В.* Факторы и динамика инфляционных процессов в промышленном регионе // Известия Уральского государственного экономического университета. 2015. № 3(59). С. 24–29.
4. *Киселева П.С., Ильяшенко В.В.* Факторы и динамика инфляционных процессов в Свердловской области // Материалы III Всероссийского симпозиума по региональной экономике (Екатеринбург, 29 сентября – 1 октября 2015 г.): сб. докл. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2015. Т. 1. С. 200–204.

С.Н. Смагина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы оценки человеческого капитала и его развития

Аннотация. Рассматриваются основные показатели оценки человеческого капитала. Рассмотрены особенности развития стран, место и перспективы России с точки зрения этой теории.

Ключевые слова: человеческий капитал; индекс человеческого развития; индекс ожидаемой продолжительности жизни; индекс образования; индекс валового национального дохода.

Исследование человеческого капитала приобрело особое значение в современных условиях, после появления теории человеческого капитала в 60-е гг. XX века¹. Появление этой теории стало ответом на класси-

¹ Дж. Минсер первый предложил термин человеческий капитал в своей статье «Инвестиции в человеческий капитал и персональное распределение дохода» за 1958 г. [4], а Г. Беккер сформировал теорию человеческого капитала [3].

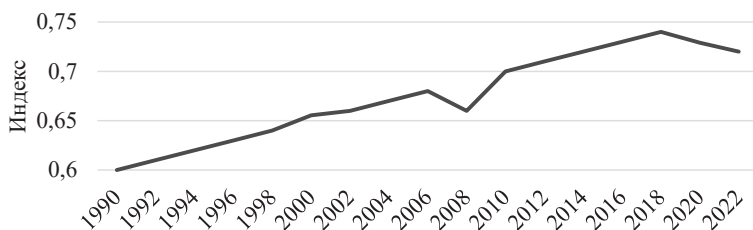
ческие исследование роли человека и влияния результатов его деятельности на темпы и качество экономического роста.

Оценка человеческого капитала и его развития осуществляется с помощью ИЧР.

Индекс человеческого развития (ИЧР) – это комбинированный показатель, определяющий уровень человеческого развития в странах и регионах мира [2]. При его расчете учитывается 3 показателя: индекс ожидаемой продолжительности жизни, индекс образования, индекс валового национального дохода [1].

Данные величины записываются в виде числовых значений от 0 до 1, среднее геометрическое которых представляет собой совокупный показатель ИЧР в диапазоне от 0 до 1: страны с очень высоким уровнем ИЧР (более 0,9), с высоким уровнем ИЧР (от 0,8 до 0,9), со средним уровнем ИЧР (от 0,5 до 0,8), с низким уровнем ИЧР (менее 0,5).

Динамика глобального ИЧР представлена на рисунке.



Динамика глобального индекса человеческого развития¹

Не учитывая финансовый кризис и пандемию COVID-19 2020–2021 гг., можно сделать вывод, что качество жизни людей за несколько лет значительно повысилось.

Странами-лидерами являются Швейцария, Норвегия, Исландия, Гонконг, странами с низким уровнем ИЧР – Афганистан, Гвинея. Россия занимает 52-е место в списке стран. В 2021 г. значение ИЧР в России составило 0,822, что превосходит результат с 2015 г. на 0,29%.

Следовательно, проблема отставания РФ по ИЧР от других стран кроется в низких показателях уровня образования, продолжительности жизни или ВНД на душу населения.

Сравним Россию с другими странами по показателю «ожидаемая продолжительность жизни». На 2021 г. РФ имеет низкие показатели – 70,6 лет. Согласно данным Росстата, Россия занимает примерно

¹ Human Development Index (HDI) // United Nations Development Programme. URL: <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI> (дата обращения: 10.04.2023).

95-е место по этому индикатору. Это очень большой разрыв со странами-лидерами, учитывая, что всего в рейтинге рассмотрена 191 страна. Но в период пандемии возросли государственные расходы на здравоохранение: ежедневно государство выделяло около 2 млрд р. в день.

Немаловажную роль при расчете ИЧР играет второй показатель – среднее количество лет обучения. Здесь Россия не сильно отстает от Швейцарии. Тем не менее, это не гарантирует высокого качества образования. Согласно международному рейтингу образования Education Index, Россия занимает 33-е место, а по данным Росстата, только 30% россиян работают по профессии. Проанализировав структуру ИЧР, сделали следующий вывод: при расчете ИЧР не учитывается качество образования, хотя оно играет большее значение в человеческом развитии, нежели количество лет обучения.

Рассмотрим последний показатель – ВНД на душу населения, который у России в 3 раза ниже, чем у передовых стран. Однако по итогам 2021 г. ВНД на душу населения страны достиг наивысшего показателя с 2015 г. По уровню ВНД на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) в долларах Россия заняла 48-е место (27,166 долл.), обогнав Турцию, Грецию и Китай.

Результаты исследования показали, что индикаторный метод позволяет сопоставить уровень и структуру ЧК стран, т.е. комплексно оценить человеческий капитал.

Таким образом, основным фактором, влияющим на невысокие показатели ИЧР в России, является низкая продолжительность жизни. Для решения этой проблемы государство должно бороться с некачественным оказанием медицинской помощи, неблагоприятной окружающей средой, ростом цен на продукты питания и лекарства, отраслевой структурой экономики.

Научный руководитель: *О.В. Комарова*

Библиографический список

1. *Горбунова О.Н., Гегамян М.А.* ИЧР: Методологии расчета, показатели и индикаторы // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 3 (049). С. 49.
2. *Корицкий А.В.* Кладовые капитала: истоки и основные положения теории человеческого капитала // Креативная экономика. 2007. № 5. С. 3–10.
3. *Becker G.S.* Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. University of Chicago Press, 2009. 412 p.
4. *Mincer J.* Investment in Human Capital and Personal Income Distribution // Journal of Political Economy. 1958. Vol. 66, No. 4. P. 281–302.

Об основной проблеме экономической теории

Аннотация. Рассматривается понятие «экономической теории», ее главная проблема и три вопроса экономической системы (Что производить? Как производить? Для кого производить?).

Ключевые слова: экономическая теория; ресурсы; потребности; три главных вопроса экономики; производство; общество; государство.

Экономическая теория – наука, которая занимается изучением проблемы выбора в рамках ограниченных ресурсов с целью максимизации удовлетворения потребностей людей. Основная проблема экономической теории состоит из двух частей:

1) у человека неограниченные потребности и со временем они только растут;

2) отсутствие, редкость ресурса на удовлетворение нужд¹.

Для решения данной проблемы экономическая система отвечает на три главных вопроса: Что производить? Как производить? Для кого производить?²

Что производить? Отвечая на этот вопрос, производители определяют ассортимент продукции, которую планируют изготавливать. На уровне государства ассортимент будет зависеть от общественных потребностей. Для решения этого вопроса в экономике используют кривую производственных возможностей. Крайние точки, которые будут находиться на той или иной оси координат, показывают количество производимых активов (в том числе сырьевых) у каждого производителя. Поэтому специалисты, занимающиеся изучением экономической теории, находят точку равновесия на графике, которую можно назвать точкой баланса в экономической теории и где находится точка равновесия между объемами средств производства и товаров для потребления.

Как производить? К этому вопросу относится выбор необходимых ресурсов, методов организации производства для изготовления запланированных объемов продукции. Так как благодаря ему можно определиться с количеством нужных материалов в производстве. Эта инфор-

¹ *Проблемы экономической теории.* URL: https://spravochnik.ru/ekonomicheskaya_teoriya/problemu_ekonomicheskoy_teorii/ (дата обращения: 09.04.2023).

² *Ключевые вопросы экономики.* URL: http://www.bibliotekar.ru/ekonomicheskaya_teoriya/26.htm (дата обращения: 09.04.2023); *Основные проблемы экономического развития общества.* URL: https://bookonlime.ru/node/1044#_idTextAnchor001 (дата обращения: 09.04.2023).

мания влияет на выявление количества затрат, следовательно, на доход от экономической деятельности. Этот вопрос еще может возникнуть потому, что каждое государство владеет как дешевыми, так и дорогими ресурсами, несмотря на свой уровень развития технологий. Допустим, в Соединенных Штатах Америки труд является дорогим, а капитал сравнительно дешевый. А в Индии наоборот, имеется излишек труда, из-за чего труд дешевый, и дорогой капитал, так как его малое количество. Для людей важно производить при минимальных затратах желаемый набор товаров и услуг¹.

Для кого производить? Благодаря этому вопросу можно выяснить отношение общества к экономическому равенству и справедливости. Для бизнесмена нужно контролировать процессы формирования доходов для того, чтобы определять своих потенциальных покупателей и ориентироваться именно на них при производстве продукта. Распределение государственного дохода между людьми происходит на уровне национальной экономики. Человечество в силах определить, что такое справедливое распределение, и выбрать способ его достижения. К отказу от части эффективности может привести активное достижение справедливого распределения. Следовательно, общество должно решить, каким уровнем эффективности оно готово пожертвовать, чтобы было более справедливое распределение ресурсов².

Таким образом, в экономической теории, исследующей проблему экономического выбора и ограниченности ресурсов как основной задачи науки о рациональном использовании редких природных материалов в наиболее выгодных условиях для максимально полного удовлетворения потребностей человечества.

Благодаря количеству единиц редких ресурсов, которые участвуют в производстве и которые получают в результате количеством продукта, можно определить эффективность экономики. Важным условием для увеличения экономической эффективности является стремление к применению лучших технологий производства и максимальной занятости ресурса.

Научный руководитель: *Е.А. Корсакова*

¹ Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н. Современные проблемы экономической науки // Успехи современного естествознания. 2014. № 3. С. 185–187.

² *Что*, как и для кого производить? URL: <https://delovoyimir.biz/chto-kak-i-dlya-kogo-proizvodit.html> (дата обращения: 09.04.2023).

Инновационные возможности менеджмента и маркетинга

Аннотация. Рассмотрены инновации, которые обеспечивают успех экономической деятельности, а также риски и преимущества в маркетинге и менеджменте, с которыми может столкнуться каждое предприятие. Проблема многих людей, которые начинают вести свой бизнес, заключается в том, что они в своей деятельности не работают стратегически и не создают реализацию маркетинговых усилий организации, не используют конкурентоспособность рынка для поддержания конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция; инновации; маркетинг; менеджмент; управление.

Целью данной работы является теоретический анализ таких понятий, как менеджмент и маркетинг, выявление путей их инновационного развития, угроз и возможностей, раскрытие значимости конкуренции.

Маркетинг – это деятельность, направленная на практическое использование маркетинговых технологий и управление маркетинговыми ресурсами и работой фирмы. Менеджмент – это процесс работы с другими людьми для эффективного достижения целей организации путем прагматичного использования ограниченных ресурсов в меняющемся мире. Разница между менеджментом и маркетингом заключается в том, что менеджмент занимается планированием, организацией, координацией, отчетностью и т.д., тогда как маркетинг – это отрасль в рамках менеджмента, которая занимается сбытом продукции, включая продажи, связи с социальными сетями, отношения с клиентами и т.д. [2].

Инновационный менеджмент помогает компании воспользоваться перспективой и использовать ее для усердного создания и внедрения новых идей, процессов или продуктов. В основе инновационного менеджмента лежит творчество; конечная цель, как представляется, заключается в изменении услуг или бизнес-процессов. По мнению П. Друкера, инновации обусловлены как особый механизм получения новых возможностей для бизнеса. Благодаря успешному исследованию инновационного предпринимательства [1].

В менеджменте и маркетинге важно, чтобы управляющий предприятия отвечал сразу за несколько функций, а не только за одну, так как это делает управление неэффективным и ставит под угрозу развитие организации. Компании независимо от отрасли или размера, ежедневно сталкивается с различными угрозами. Одна из самых распространен-

ных опасностей, с которыми сталкивается организация, это сотрудники с неблагоприятным отношением, а именно сотрудники, которые посещают офис только для того, чтобы получить зарплату, поскольку они не вносят большого вклада в производительность организации [3].

Высокая текучесть кадров – еще одна большая угроза для организации. Организации несут большие потери, когда профессиональные сотрудники увольняются и уходят к конкурентам. Еще одной распространенной угрозой, с которой сталкивается организация, является потеря данных и информации – взлом сервера может привести к большим потерям для организации. Много времени уходит на то, чтобы сначала определить, что пошло не так, а затем устранить проблему.

Такие направления маркетинга, как блог-маркетинг и buzz-маркетинг, имеют достаточно высокие возможности на рынке. В этих направлениях применяются необходимые инструменты - арт-маркетинг и entertainment-маркетинг, которые помогают повысить эмоциональное состояние покупателей [4]. Они способствуют положительному воздействию на функции других инструментов. Все это способствует формированию общей идеи о том, что креативные медиа и инструменты коммуникационного маркетинга, также могут быть использованы во всех видах исследований.

Научный руководитель: *Е.А. Корсакова*

Библиографический список

1. Друкер П. Классические работы по менеджменту: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2008. 218 с.
2. Егоршин А.П., Гуськова И.В. Стратегический менеджмент: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2023. 290 с.
3. Инновационная деятельность на автомобильном транспорте: учеб. пособие / Ю.П. Анисимов, В.П. Бычков, И.В. Куксова и др.; под науч. ред. В.П. Бычкова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2022. 404 с.
4. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учеб. пособие. М.: РИОР; ИНФРА-М, 2022. 247 с.

Направление 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Д.И. Ашека

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Стратегия как элемент управленческой деятельности предпринимателя

Аннотация. Статья посвящена вопросам формирования стратегии, отмечены особенности разработки корпоративной, конкурентной и функциональной стратегий. Полученный результат позволяет сделать вывод об актуальности изменения стратегии в условиях нестабильности внешней среды.

Ключевые слова: стратегический менеджмент; корпоративная стратегия; конкурентная стратегия; функциональная стратегия.

Компании сегодня находятся в агрессивной внешней среде: обостряющаяся конкуренция, нестабильная экономическая ситуация, быстроменяющиеся вкусы потребителей. Для выживания им не только приходится принимать решения «здесь и сейчас», но и при этом следовать намеченному курсу, для выживания в долгосрочной перспективе. Поэтому разработка стратегии выступает важным элементом в управленческой деятельности.

По уровням управления компании стратегию можно разделить на корпоративную, стратегию бизнес-единицы и функциональные стратегии [4]. Сегодня также выделяют стратегии развития команд, групп и работников, которые в свою очередь влияют на успех достижения стратегических целей организации.

Корпоративная стратегия формулируется на высшем уровне организации и является генеральной для всех подразделений компании. В ней описываются основные показатели и приоритетные направления деятельности фирмы, составляется портфель бизнесов, выбираются рынки, формулируется ключевая идеология бизнеса. Общая стратегия также обеспечивает эффект синергии, чтобы при взаимодействии различных подразделений и бизнес-единиц компании общий результат превышал сумму простых эффектов от их деятельности. Поэтому разработка стратегии является одной из сложных задач стратегического менеджмента.

Стратегии на уровне бизнеса разрабатываются менеджерами подразделений для каждой бизнес-единицы (далее СБЕ) компании. Они самостоятельно определяют стратегии производства, ценообразования и сбыта, стимулирования и подбора персонала, развития производства. При всей своей самостоятельности стратегии СБЕ формулируются в едином ключе с генеральной стратегией.

Функциональные стратегии обеспечивают выполнение стратегий на уровне бизнеса и компании в целом. При их разработке нужно учитывать, как задачи на корпоративном уровне, так и стратегические задачи подразделений в целом.

Исходя из вышесказанного стоит отметить, что к вопросу стратегии организации активно стали прибегать в начале XX века. Сегодня набралось большое количество научных изысканий как зарубежных, так и российских ученых, все их работы можно объединить в десять школ стратегического менеджмента [2; 3]. Изучая данные труды можно увидеть, как изменялось само определение стратегии: от нормативных (прескриптивных) школ, которые описывали стратегию как предписанный план действий или специфическую позицию для фирмы, до описательных (дескриптивных), по мнению которых стратегия носит индивидуальный характер и зависит, как от организации, внешних факторов, так и от самого стратега.

Вместе с ростом научной литературы по данному вопросу увеличивались и размеры организации, усложнялись, протекающие в ней бизнес-процессы, поэтому здесь уже не рассматривается одна стратегия для организации, а комплекс стратегий, в зависимости от объекта исследования и поставленных целей: классификация по уровням управления, классификация конкурентных стратегий М. Портера и А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда, стратегии по Ф. Котлеру [1].

С позиции современных концепций стратегического управления на первый план выходят альтернативы, которые представляют собой различные пути развития фирмы. Сами альтернативы описываются в разных проявлениях: альтернативы постепенного совершенствования, альтернативы обновления, инновационные альтернативы.

Совершенно очевидно, что при создании набора вариантов движения предприниматели должны использовать методологию комплексности, поскольку каждая из альтернатив имеет как достоинства, так и недостатки и гармонично дополняют друг друга.

Научный руководитель: *Е.С. Огородникова*

Библиографический список

1. Кулькова И.А. Адаптация поведения предпринимателей к вызванным пандемией коронавируса изменениям // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 10. С. 2529–2540.
2. Модели управления: теория и практика / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
3. Позняков В.П. Стратегии экономического самоопределения российских предпринимателей в условиях пандемии COVID-19 // Человеческий фактор: Социальный психолог. 2021. №. 1. С. 515–522.
4. Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс / сост. Е.С. Огородникова. Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.

М.В. Бердышев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Устойчивое развитие проекта

Аннотация. Представлены элементы устойчивого развития проекта производства питьевой воды. Сделан акцент на экологическую, правовую и экономическую ответственность предпринимателя в рамках формирования модели устойчивого развития проекта.

Ключевые слова: устойчивое развитие; предпринимательство; проект; ответственность предпринимателя.

Устойчивое развитие проекта представляет собой процесс создания и реализации проекта с учетом устойчивости экономического, социального и экологического благосостояния, что подразумевает управление ресурсами и стимулирование инноваций, которые приведут к долгосрочному успеху.

Среди основных элементов, которые могут способствовать устойчивому развитию проекта можно выделить такие как:

– экологическая устойчивость: проект должен учитывать экологические последствия своих действий и стремиться к минимизации отрицательного воздействия на окружающую среду, что может быть достигнуто, например, путем использования энергии из возобновляемых источников, снижением выбросов и отходов, а также управлением водными и природными ресурсами;

– социальная ответственность: проект должен учитывать потребности и интересы всех заинтересованных сторон, включая работников, сообщества, потребителей и поставщиков. Например, это может быть достигнуто путем обеспечения безопасных и здоровых условий труда, защиты прав человека и улучшения жизненного уровня на местах.

– экономическая устойчивость: проект должен быть экономически устойчивым и способен принести прибыль. Он также должен быть способен выдерживать конкуренцию и изменения в экономической среде, в свою очередь может быть достигнуто путем управления финансовыми ресурсами и инвестициями, а также путем улучшения управленческих и организационных навыков;

– инновации и развитие: проект должен быть способен адаптироваться к изменяющейся среде и внедрять инновационные технологии и методы, которые позволят повысить эффективность проекта, увеличить его конкурентоспособность и обеспечить долгосрочный успех;

– риск-менеджмент: проект должен быть обеспечен системным управлением рисками, которые могут повлиять на его устойчивость, что может быть реализовано путем определения потенциальных рисков, разработки планов мероприятий по минимизации их воздействия на результаты проекта [2].

В рамках исследования устойчивости проекта производства питьевой воды был проведен опрос, по результатам которого можно сделать выводы, что 81,3% людей заинтересованы в открытии производства питьевой воды. Планируемое производство будет актуально для людей любого возраста, которые не удовлетворены качеством воды в нашем городе (54,2%) и в основном используют фильтрованную воду. Анализ показал, что 52,1% опрошенных были бы не против приобретать чистую, качественную воду в баллонах объемом 5л. Согласно проведенному опросу 62,5% уже покупают воду. Большинство опрошенных отметили, что имеют достаточный заработок, чтобы приобретать воду в магазинах. Некоторые были бы не против заказывать курьерскую доставку.

Целевая аудитория проекта: частные заказчики и юридические лица: школы, торговые фирмы, рестораны, спортклубы и офисные центры.

Для эффективного моделирования бизнес-процессов нами была использована бизнес-модель А. Остервальдера – схема, которая помогает увидеть ресурсы, оценить факторы успеха и понять, есть ли успех у бизнеса [3]. Портрет потенциального клиента можно представить следующим образом (см. таблицу).

Устойчивое развитие планируемого проекта обеспечивается устойчивым спросом на товар. Кроме того, в рамках целей устойчивого развития планируется развитие бизнеса и создание новых рабочих места, а также расширение перечня услуг. С точки зрения экологии, деятельность исследуемого проекта связана с минимизацией негативного воздействия на окружающую среду – все отходы будут разделены по группам (пластик, бумага, вата).

Портрет типичного клиента по методике Шеррингтона 5W [1]

Аспект	Покупатель и потребитель (B2C) № 1	Покупатель и потребитель (B2C) № 2	Покупатель (B2B) № 3
Что?	Питьевая вода	Питьевая вода	Питьевая вода
Кто?	Мужчина 18–25 лет	Женщина 18–25 лет	Компании
Когда?	Когда нуждаются в воде	Когда нуждаются в воде	Когда нуждаются в воде
Почему?	Экологически чистая вода, здоровье	Экологически чистая вода, здоровье	Потенциальные потребители их услуг являются нашими клиентами
Где?	Тематические сообщества в социальных сетях, интернет-сайты, отели, школы, фитнес-залы	Тематические сообщества в социальных сетях, интернет-сайты, отели, школы, фитнес-залы	Тематические сообщества в социальных сетях, интернет-сайты

В контексте устойчивого развития персонала планируется направлять ресурсы на повышение квалификации работников, улучшение оборудования, улучшение условий труда и дальнейшего расширения предприятия. Экономическая ответственность помимо предоставления дополнительных рабочих мест, также обеспечивается поддержанием социально значимой заработной платы, а также соответствующими налоговыми отчислениями.

Научный руководитель: *М.А. Кочерьян*

Библиографический список

1. *Бавыкина Е.М., Мамедова Ю.Т., Борисова Ж.Е.* Определение целевой аудитории на рынке электронной коммерции с использованием методики Шеррингтона // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика: сб. ст. по материалам V Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистров, аспирантов и преподавателей (Новосибирск, 14 марта 2014 г.). Новосибирск: САФБД, 2014. С. 95–97.
2. *Карпова М.К., Дятлова К.И.* Рекламные коммуникации как инструмент развития предприятий малого бизнеса // Наука. Общество. Государство. 2021. Т. 9, № 2 (34). С. 156–165.
3. *Модели управления: теория и практика* / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.

Устойчивое развитие предприятия общественного питания

Аннотация. Статья посвящена вопросам обобщения роли общественно-го питания в контексте реализации целей устойчивого развития, приведены основные факторы оказывающее влияние на деятельность предприятия общественного питания и факторы устойчивого развития в организации предприятия общественного питания.

Ключевые слова: общественное питание; устойчивое развитие; факторы; стратегии.

Общественное питание имеет важную роль в контексте реализации целей устойчивого развития, так как влияет на экологическую устойчивость, связано с социальной ответственностью и обеспечивает достижение экономической стабильности. Среди основных факторов, влияющих на деятельность предприятия общественного питания и связаны с парадигмой устойчивого развития можно выделить следующие:

Качество продукции является одним из главных факторов, который влияет на успех предприятия общественного питания, обеспечивает увеличение уровня удовлетворенности клиентов, а, следовательно, к увеличению прибыли.

Обслуживание клиентов является также очень важным фактором в деятельности предприятия общественного питания. Вежливость, профессионализм и внимание к потребностям клиентов могут привести к удовлетворенности и повторному посещению.

Экологическая устойчивость: предприятия общественного питания могут внести свой вклад в экологическую устойчивость путем использования местных и органических продуктов, переработки отходов и использования энергии из возобновляемых источников.

Социальная ответственность: предприятия общественного питания могут быть социально ответственными, например, путем обучения местных жителей навыкам приготовления пищи, создания рабочих мест или участия в благотворительных мероприятиях. Концепция устойчивого развития применительно к предприятиям общественного питания также предполагает помощь людям, следящим за своим питанием.

В таблице представлены факторы, оказывающие влияние на организацию общественного питания.

**Факторы SWOT-анализа, оказывающие воздействие
на предприятие общественного питания [3; 4]**

Угрозы	Возможности
Неплатежеспособность населения. Конкуренция на рынке. Изменение налоговой политики	Развитие тренда на правильное питание. Выход на B2B, за счет заключения партнерских соглашений и размещения своего товара на полках партнеров. Наращивание клиентской базы
Слабые стороны	Сильные стороны
Отсутствие опыта. Средний чек выше, чем в обычном фастфуде	Дешевизна (по сравнению с другими ресторанами полезного питания). Наличие активной страницы в Instagram

Дополнительными стимулами устойчивого развития в управлении предприятиями общественного питания также могут быть указаны такие, как [1; 2]:

1. Привлечение грантовой поддержки. Для запуска стартапа понадобятся инвестиции. Наиболее привлекательным вариантом для нового проекта является грантовое софинансирование.

2. Поиск партнеров по бизнесу. Необходимо выстроить взаимовыгодную политику партнерства с поставщиками продукции, ввести партнерскую сеть, с которой поставщик будет получать проценты комиссии.

3. Нематериальная поддержка сотрудников. Введение системы карьерного роста для сотрудников, повышение их квалификации, а также, проведение бесплатных курсов и вебинаров для развития личного потенциала.

4. Равные условия труда для всех сотрудников. Возможность карьерного роста и развития без гендерно-возрастных стереотипов, борьба с феноменом «стеклянного потолка».

5. Соответствие экологическим нормам. Установка энерго-водосберегающих систем в заведении, а также пункты раздельного сбора отходов. Возможна так же партнерская программа по утилизации отходов, в том числе пищевых.

6. Привлечение спонсоров. Введение бартерной и партнерской системы с инвесторами.

7. Развитие культурной инфраструктуры города, создавая тем самым индивидуальность заведений и поддерживая творческие инициативы жителей города.

8. Сотрудничество с благотворительными фондами и НКО. Проведение благотворительных акций и мероприятий по привлечению капитала в НКО с дальнейшим сотрудничеством в сфере продвижения бренда организации.

Научный руководитель: *Т.И. Гусева*

Библиографический список

1. *Исаенко Е.В., Тарасова Е.Е., Исаенко А.В.* Оценка достижения целей устойчивого развития предприятиями общественного питания потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 3. С. 9–22.

2. *Модели управления: теория и практика / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина.* Казань: Бук, 2022. 228 с.

3. *Плахин А.Е., Огородникова Е.С., Хохолуш М.С., Гусева Т.И., Селезнева М.В.* Российские и международные стандарты управления бизнесом: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 121 с.

4. *Потемкина Н.С., Крутько В.Н., Мамиконова О.А.* Питание как фактор устойчивого развития // Труды Института системного анализа Российской академии наук. 2009. Т. 42. С. 251–264.

А.С. Владимирова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Риски в устойчивом развитии предприятия

Аннотация. Статья посвящена вопросам поиска направлений минимизации рисков в проектах устойчивого развития предпринимательства. Автором выделены риски в соответствии с моделью пяти сил конкуренции М. Портера и предложены методы минимизации.

Ключевые слова: риск; устойчивое развитие; предпринимательство; проект.

Проекты устойчивого развития предпринимательства могут включать различные виды деятельности, связанные с экономикой, социальной ответственностью и экологией. Эти аспекты могут иметь уникальные риски, которые необходимо учитывать и минимизировать. Проведение анализа рисков позволяет определить потенциальные угрозы проекту и оценить их вероятность и влияние на проект, а также разработать стратегии предотвращения и уменьшения негативных последствий.

Для оценки рисков бизнес-проектов зачастую применяется метод FAN (Feasible, Attractive, Novel), позволяющий определить, насколько

идеи устойчивы и жизнеспособны, а также выявить потенциальные проблемы и слабые места, которые могут повлиять на успех реализации [2].

F – Feasible (осуществимый) – проект должен быть выполнимым, то есть его можно реализовать с учетом имеющихся ресурсов и условий.

A – Attractive (привлекательный) – проект должен быть привлекательным, то есть способным привлечь заинтересованных сторон и удовлетворить их потребности.

N – Novel (оригинальный) – проект должен быть оригинальным и иметь новые идеи, которые позволяют решать проблемы или удовлетворять потребности в новых и необычных способах.

Эти критерии помогают оценить устойчивость проекта с разных точек зрения и принимать решения, учитывая не только экономические аспекты, но и социальные и экологические. Критерий «осуществимость» позволяет оценить финансовую и техническую осуществимость проекта, «привлекательность» – убедиться в том, что проект будет популярен и прибылен, а «оригинальность» – выявить потенциал инноваций и развития в проекте.

Для оценки реализации исследуемого проекта в сфере гостеприимства применение метода FAN позволило сформулировать следующие выводы:

- для реализации бизнес-идеи отсутствуют законодательные и экономические препятствия, также отсутствуют прямые конкуренты;
- идея привлекательна. Опрос, проведенный в ПС Google показал, что из 110 опрошенных респондентов, 97 чел., т.е. 89,8% воспользовались бы данной услугой;
- идея не совсем инновационная, но очень злободневная в связи с состоянием индустрии гостеприимства.

Дополнительно в таблице представлены направления снижения риска при устойчивом развитии проекта открытия Хостела

Способы минимизации риска в устойчивом развитии проекта

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Угроза со стороны товарозаменителей	Средний	Это могут быть люди, сдающие квартиру по часам, или гостиницы	Поддерживать уникальность услуги
Угрозы со стороны игроков	Высокий	Риск появления хостела с таким же ассортиментом услуг и такими же ценами за услуги	Проводить мониторинг появления новых мастеров, повышение узнаваемости услуг

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Угрозы внутри отраслевой конкуренции	Средний	Наличие других гостиниц в городе	Постоянный мониторинг предложений конкурентов. Развивать уникальность услуги. Усиливать узнаваемость о наших услугах
Угроза потери текущих клиентов	Средний	При отсутствии потребителей возникает угроза снижения выручки. Неудовлетворенность со стороны клиентов предлагаемыми услугами	Разработать программу для постоянных посетителей, систему акций и скидок
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Стабильность со стороны поставщиков	Проведение переговоров снижении цен

Проект создания хостела способен устойчиво развиваться на рынке недвижимости в Туринске, как мини-отель. Внутреннее совершенствование системы менеджмента, современная организация рабочих мест и оснащённость номеров хостела позволят заявить об устойчивой динамике развития на рынке недвижимости. Модный дизайн, низкая цена и комфорт для отдыхающих – прекрасная альтернатива гостиницам Туринска.

Научный руководитель: *П.П. Рыскин*

Библиографический список

1. *Красникова А.В.* Методический подход к оценке инвестиционной привлекательности инновационного проекта // Организатор производства. 2012. Т. 53, №2. С. 108–111.
2. *Мутанов Г.М., Есенгалиева Ж.С.* Метод оценки инновационности и конкурентоспособности инновационных проектов // Фундаментальные исследования. 2012. №3-3. С. 712–717.
3. *Трунова Е.Ю., Орлов А.В.* Методика выявления стартапов с высоким уровнем инвестиционной привлекательности // Форум. Сер.: Гуманитарные и экономические науки. 2019. № 1. С. 155–160.

Влияние конкурентных сил на образовательный проект

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена необходимостью развития платформ онлайн обучения. В результате анализа конкурентных сил сделан вывод о преимущественных рисках проекта со стороны товаров заменителей и внутриотраслевых конкурентов.

Ключевые слова: конкурентный анализ; модель пяти сил конкуренции; онлайн образование.

Конкурентные силы могут оказывать влияние на различные аспекты образовательного проекта. Таковыми могут быть, например, качество продукта/услуги, так как конкуренты могут предлагать продукты или услуги более высокого качества, что может привести к снижению спроса на конкретный образовательный проект; цены.

Если конкуренты предлагают продукты или услуги по более низким ценам, то это повлияет на снижение спроса к данному проекту; инновации: конкуренты могут разрабатывать новые инновационные подходы в образовании, которые могут привлечь больше студентов и слушателей и т.д.

Актуальность создания исследуемой образовательной площадки вызвана тем, что в реалиях нашего времени девушкам на фоне стресса, постоянного давления со стороны, зачастую не хватает поддержки и опоры. Все это происходит из-за внутренних зажимов, комплексов, которые возникают из-за нехватки знаний, наличия аргументации, узкого кругозора.

Для того чтобы девушки комфортно себя чувствовали, раскрыли свой потенциал и приобрели новые знания, предлагается проект создания интернет платформы в форме онлайн обучения. Вместо того, чтобы находить информацию их разных источников, тратя на это время и силы, зачастую не запоминая информацию, девушкам дается возможность прокачать свои знания с помощью интерактивной и интересной платформы, на которой будет находиться вся информация, собранная и обработанная специалистами из разных сфер.

Идея данного клуба также в том, что он будет интересен для девушек тем, что в нем они найдут единомышленниц, постоянно будут находиться в коммуникации и в работе, что, безусловно, поменяет их жизнь в лучшую сторону.

Одним из эффективных способов анализа конкурентной среды является методика 5 сил Портера – инструмент, который используется для

Анализ конкурентных сил [2]

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Средний	Подобные курсы существуют. Однако мало где можно найти совмещение тематик, которые будут предоставлять на курсе	Развивать уникальность предоставляемого материала, что будет составлять высокий спрос на предложение
Угроза внутренней конкуренции	Средняя	Рынок онлайн-курсов является большим и конкурентоспособным, но у направления деятельности нашего клуба очень маленькая доля конкурентов, так как подобные проекты только набирают вос-требованность	Периодически исследовать появление новых продуктов на рынке. Внедрение появляющихся трендов в свой проект
Угроза со стороны новых игроков	Высокая	Барьеры для выхода на рынок онлайн-об-разования практически отсутствуют. Тем не менее, существуют некоторые препят-ствия с маркетингом интеллектуального труда	Отслеживать появление конкурентов на рынке, анализировать их сильные и слабые стороны и адаптировать свой продукт на более высокий уровень
Угроза потери текущих клиентов	Средний	Малый процент людей, которым не подо-шел формат обучения, неудовлетворен-ность результатами и сервисом. Необходи-мо максимизировать удобство от процесса обучения, следить за каче-ством выпускаемого материала	Геймифицировать процесс обучения для повышения интереса к прохо-ждению курса, выработать индиви-дуальный подход к каждому клиенту. Проработать программы лояльности
Угроза нестабильности поставщиков	Низкая	Проект не нуждается в дополнительных поставках в ходе деятельности	Перевести большинство процессов в онлайн-форму

оценки уровня конкуренции в индустрии, а также для выявления сильных и слабых сторон компании в сравнении с конкурентами. Методика включает в себя следующие пять сил, которые определяют конкурентную среду:

1. *Угроза новых конкурентов.* Эта сила определяет вероятность появления новых игроков на рынке, которые могут конкурировать с компанией.

2. *Угроза замены продуктов или услуг.* Эта сила определяет вероятность того, что потребители могут перейти на продукты или услуги других компаний.

3. *Влияние поставщиков.* Эта сила определяет, насколько велика зависимость компании от поставщиков и возможность поставщиков повышать цены или изменять условия поставок.

4. *Влияние покупателей.* Эта сила определяет, насколько велика зависимость компании от потребителей и возможность потребителей влиять на цены и условия продаж.

5. *Соперничество между компаниями.* Эта сила определяет уровень конкуренции в индустрии и количество компаний, которые конкурируют на рынке.

Для того, чтобы проанализировать конкурентную среду данного проекта, был проведен анализ конкурентных сил, который основывается на концепции «5 сил» М. Портера [1; 3]. Результаты представлены в таблице.

Научный руководитель: *М.В. Селезнева*

Библиографический список

1. *Модели управления: теория и практика* / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
2. *Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс* / сост. Е.С. Огородникова. Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.
3. *Ягунова Н.А., Смагина М.В., Иванов Д.А.* Оценка конкурентного окружения предприятия с использованием модели пяти сил Майкла Портера // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2014. № 4 (53). С. 70–73.

Способы продвижения проекта социального предпринимательства

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена поиском эффективных методов продвижения социальных проектов на рынках. К наиболее распространенным инструментам продвижения относят интернет маркетинг и способы личной продажи услуг.

Ключевые слова: социальный проект; интернет-продвижение; устойчивое развитие; предпринимательство.

Центры раннего развития детей являются одним из самых перспективных видов бизнеса при этом они требуют поиска новых инструментов продвижения и формирования медиаплана ориентированного на социально незащищенные слои населения [1].

Центры раннего развития детей перспективны, поскольку родители всегда стремятся обеспечить своим детям лучшее будущее, и уделяют большое внимание развитию их навыков и способностей в раннем возрасте. Однако, для успешного развития бизнеса в этой области, необходимо проводить активную маркетинговую деятельность, которая была бы ориентирована на социально незащищенные слои населения [3].

Для создания медиаплана, ориентированного на социально незащищенные слои населения, можно использовать следующие инструменты:

- реклама в социальных сетях. Социальные сети могут быть отличным местом для продвижения центров раннего развития детей среди родителей, которые не имеют высоких доходов. С помощью нацеленной рекламы в социальных сетях можно привлечь внимание социально незащищенных слоев населения и донести до них информацию о центре;
- для привлечения внимания жителей районов с низкими доходами можно размещать объявления в местных газетах. Это позволит донести до них информацию о центре, а также о возможности получения скидок или бесплатных консультаций;
- сотрудничество с местными органами власти и благотворительными фондами может;
- создание сайта и блога с полезной информацией о раннем развитии детей, а также с описанием услуг центра, поможет привлечь новых клиентов и повысить узнаваемость бренда.

Местонахождение центра развития детей играет решающую роль для эффективного функционирования, благоприятным является размещение центра рядом со школой и детским садом, в непосредственной

близости от остановок общественного транспорта. При грамотно организованной стратегии продвижения имеется возможность охватить практически всех жителей близлежащих населенных пунктов [2].

Как правило центры развития детей специализируются на оказании следующих услуг: подготовка к школе; услуги дефектолога; услуги логопеда. При успешном развитии возможно расширение перечня услуг:

- услуги детского психолога;
- творческое и интеллектуальное развитие.

Основными и самыми первыми клиентами детского центра будут родители с детьми из близлежащих детских садов и школ. Исходя из этого рекламную кампанию следует начинать с окрестных дворов.

Для привлечения клиентов на первом этапе работы можно использовать стандартные методы рекламы:

- расклейку объявлений;
- распространение листовок на улицах, в магазинах и по почтовым ящикам;
- рекламу в местной газете;
- наружную рекламу.

На втором этапе необходимо заявить о себе как можно большему числу родителей. Для этого можно задействовать:

- наружную рекламу (баннеры, рекламные щиты);
- размещение рекламных объявлений в социальных сетях (Instagram¹, группы «ВКонтакте» и «Одноклассники»).

Отдельное внимание следует уделить созданию сайта центра раннего развития. Он должен быть ярким, красочным, с подробной информацией о занятиях и их ценах. Можно учесть возможность записи на занятия через сайт. На сайте необходимо регулярно размещать свежую информацию об акциях, расписание занятий и подробной информацией о применяемых методах и приемах.

В целях стимулирования продаж, можно также рекомендовать:

- разработку дисконтной карты, например, со скидкой 10% на все услуги первым 15 посетителям;
- предоставление скидки 10% при посещении ребенком занятий в течении трех месяцев;
- подарки посетителям (день рождения, новый год, день защиты детей) и др.

Научный руководитель: *И.В. Вашильева*

¹ Соцсеть Instagram запрещена в РФ; она принадлежит корпорации Meta, которая признана в РФ экстремистской.

Библиографический список

1. Захарова Ю.Н., Куликов А.Ю. Методы и методологии разработки социальных проектов // Вестник Академии знаний. 2022. № 2 (49). С. 117–122.
2. Роздольская И.В. Маркетинговая составляющая привлекательности социального проекта // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 1. С. 21–26.
3. Хмелькова Н.В. Кобрендинг социально значимых проектов // Управленец. 2011. № 5-6. С. 40–44.

М.К. Гонежук

Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

Система показателей оценки результативности государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в регионе

Аннотация. Экономический и социальный эффект являются основной целью государственной поддержки сектора малого и среднего предпринимательства. Анализ действенности и результативности этой поддержки, определение ее эффективности, формирование прогнозных тенденций на основании ретроспективной оценки затруднено ввиду постоянно меняющихся, обновляющихся критериев развития сферы малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: государственная поддержка; малое предпринимательство; результативность; национальный проект.

При реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка предпринимательской инициативы» (далее – НП «МСП») подходы к декомпозиции на регионы целей, результатов и показателей осуществляется соразмерно масштабам действующего сектора малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), основным показателям деятельности инфраструктуры поддержки, а также в пределах общероссийских горизонтов планирования в секторе МСП.

Вместе с тем оценить степень влияния предложенных к реализации мероприятий НП «МСП» на рост числа занятых в секторе МСП региона затруднительно, при этом, в случае их достижения, воздействие на региональную статистику в секторе МСП будет не существенным, об этом свидетельствуют данные анализа последних 4-х лет реализации НП «МСП».

С учетом неоднородности регионов по характеру развития сектора МСП и в целях получения синергетического эффекта от взаимодействия с получателем поддержки – субъектом МСП предлагается произвести

«достройки» федеральных и региональных проектов НП «МСП» региональными и муниципальными компонентами.

Особенностью российского, а также регионального секторов МСП является преобладающее в них число микробизнеса, включая ИП и самозанятых: 95% по России и более 98% (17,9 тыс. ед.) от общего числе субъектов МСП по Республике Адыгея.

Микробизнес Республики Адыгея формирует существенный вклад в секторе МСП: обеспечивает занятость для 31,8 тыс. чел., или для 69% от занятости в секторе, генерирует более половины оборота всех субъектов МСП – 55% по Адыгее, инвестирует в основной капитал около половины общего объема инвестиций. Общероссийская статистка данных показателей сложилась на уровне 57, 52 и 51% соответственно.

На самом деле за столь масштабными цифрами кроется главная особенность микробизнеса: на одном субъекте занято в среднем 0,96 чел. в Республике Адыгея, а в России – 1,4 чел. В этом случае предприниматель выступает в качестве самостоятельной единицы, чаще всего преследуя личные цели и интересы.

Эта особенность во многих странах, в том числе и в России, расценивается как инструмент снижения безработицы, поэтому стимулирование развития (легализации) такого массового сегмента может быть выстроено посредством формирования государственной политики на федеральном уровне путем развития институциональной среды: упрощенные системы налогообложения, оперативные процедуры регистрации субъекта бизнеса, простые и дистанционные условия подачи отчетности и т.д.

Немаловажным дополнением предлагаемых федеральных мер поддержки может служить организация на муниципальном уровне работы по развитию предпринимательского потенциала, как начинающих, так и расширяющихся субъектов МСП.

Основные социально-экономические показатели сектора малого предпринимательства Республики Адыгея позволяют нам сформировать региональные и муниципальные приоритеты и на их основе целевые индикаторы достижения целей государственной системы поддержки субъектов МСП на макро-, мезо- и микроуровнях.

Важным методологическим вопросом является обоснование системы таких целевых индикаторов.

С одной стороны это система показателей муниципального компонента нацпроекта «МСП», формирующих вклад каждого муниципалитета в экономику региона в целом, а с другой стороны, это индикаторы результативности господдержки.

В систему показателей социально-экономического развития муниципалитета предлагается включить:

1) показатели оценки внутренних факторов развития экономики муниципалитета: выручка, объем инвестиции в основной капитал, объем поступлений собственных доходов местных бюджетов (налоговые и неналоговые доходы);

2) объем привлеченных льготных заемных средств в качестве государственной поддержки;

3) социальные, включающие уровень занятости; социальные характеристики, выражаемые уровнем доходов населения, включая уровень среднемесячной заработной платы.

Приведенные показатели дают возможность оценить динамику развития субъекта малого бизнеса. Так, выручка как обобщающий показатель финансовых результатов деятельности, отражает как рост объемов производства в натуральном выражении, так и денежный эквивалент всех расходов, связанных с ведением бизнеса, включая конечный финансовый результат от него. По выручке предприятия можно оценить его долю на рынке, уровень продаж и спроса на товар (продукцию, услуги).

Другим показателем, характеризующим перспективы развития субъекта бизнеса, является объем инвестиций в основной капитал, который относится к внеоборотным активам, приносящим в будущем доход.

Перечень показателей, характеризующих уровень развития субъекта бизнеса, дополнен показателем, отражающим интерес общества к результатам деятельности субъекта бизнеса и его активам – объем налогов. Он является одним из общепризнанных показателей результативности государственной политики в сфере МСП.

Численность занятых на субъекте бизнеса, и ее динамика, как один из показателей предложенного оценочного компонента нацпроекта «МСП», свидетельствует о масштабах бизнеса и его роли в решении государственной задачи занятости населения.

Еще один показатель «уровень среднемесячной заработной платы» является для многих оценок показателем уровня жизни населения, уровень спроса и потребления населения, его покупательской способности, способа ведения бизнеса (легальный/нелегальный).

Степень влияния господдержки будет отражаться на всех вышеперечисленных показателях.

Дополнив данную систему индикаторов их «весами» можно «конструировать» предложенную систему под поставленные перед муниципалитетом краткосрочные и среднесрочные задачи, что позволит

проводить как ретроспективные оценки ее влияния на экономику муниципалитета, а также осуществлять оперативное влияние на изменение целевых групп получателей господдержки.

Например, вес показателей с условием роста пополняемости бюджета или «выращивания» бизнеса, или обеспечения занятости будут отличаться значениями «весов» по конкретным показателям (см. таблицу).

**Система корректировки показателей
с использованием «весовых» значений**

Показатель	Вес показателя с условием роста пополняемости бюджета за счет налогов	Вес показателя с условием повышения уровня жизни бизнеса	Вес показателя для обеспечения занятости
Выручка, на 1 р. финансовой господдержки	0,1	0,25	0,1
Инвестиции в основной капитал, на 1 р. финансовой господдержки	0,1	0,25	0,1
Объем налогов, сборов, страховых взносов, уплаченных в бюджетную систему Российской Федерации (без НДС и акцизов) на 1 р. финансовой господдержки	0,5	0,1	0,1
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), на 1 рубль финансовой господдержки	0,2	0,3	0,5
Среднемесячная заработная плата, на 1 р. финансовой господдержки	0,1	0,5	0,2
<i>Итого</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

При применении предложенной системы индикаторов реализация муниципальных приоритетов в рамках мероприятий нацпроекта «МСП» с целью увеличения вклада субъектов малого предпринимательства (включая микробизнес) в экономику муниципалитета, следовательно, и региона, может осуществляться не на заявительном принципе, а на конкурсной основе. Финансовую поддержку нужно предоставлять не тем, кто «просит», а тем, кто ее эффективно использует.

Научный руководитель: *Г.Л. Баяндурян*

Конкурентный анализ образовательной интернет-платформы

Аннотация. Статья посвящена вопросам проведения конкурентного анализа интернет платформы онлайн обучения. В результате проведения конкурентного анализа выявлены преимущества и отставания платформы проекта TRG club.

Ключевые слова: конкурентный анализ; преимущества; онлайн-образование.

Анализ рынка и выявление основной целевой аудитории является основополагающим механизмом для успешного старта и развития бизнеса. Таким образом, можно будет на этапе разработки направить внимание на удовлетворение основных желаний аудитории и выявить слабые стороны, опираясь на возможности и предложения конкурентов.

Все вышеперечисленное позволит организовать процесс создания проекта более эффективно и не тратить временные ресурсы на несовершенные составляющие, которые не должны отвлекать на себя внимание, что в конечном итоге позволит минимизировать бюджет реализации проекта [1; 2].

Рынок онлайн-образования в последние годы приобрел наибольшую популярность, так как большинству современного общества такой формат удобен из-за того, что учиться можно в любое время, не тратя время на дорогу, а также стоимость онлайн курсов зачастую гораздо меньше по стоимости, чем их аналоги в офлайне. Начиная с 2019 г., в связи с эпидемиологической ситуацией, онлайн-обучение стало неким «спасательным кругом» и превратилось в мейнстрим. Преимущества для аудитории стали очевидны, и онлайн твердо занял лидирующие позиции, в особенности среди молодежи.

Стоит отметить, что рынок онлайн образования огромен, каждый желающий может найти себе программу обучения, исходя из своих интересов и возможностей. Не только, если у человека есть острая необходимость в переквалификации, но и, если он просто хочет саморазвиваться и проводить время с пользой.

Исследуемый проект TRG Club имеет свою индивидуальную особенность, которая заключается в предоставлении курса для девушек, который разом расширит их кругозор по многим темам, так как информация на курсе будет скомбинирована таким образом, что, изучая всего один урок, участница проекта смогут повысить свою эрудицию сразу

в нескольких сферах, не тратя время и деньги на покупку и изучения нескольких курсов в разных областях знаний.

Также особенностью проекта является поддержка девушек, которые перманентно испытывают стресс на фоне событий, происходящих в мире, с помощью комплекса физических упражнений с элементами телесно-ориентированной психологии, который будет проводиться сертифицированным телесно-ориентированным терапевтом. Такая возможность позволит не только развить уверенность, благодаря повышению уровня знаний, а также научиться противостоять стрессовым ситуациям, управлять эмоциями и укрепить свое тело, которое будет внешним способом выражения уверенности.

Таким образом, задумка проекта охватить несколько сфер развития личности: эмоциональную, физическую, психологическую и ментальную.

Для успешного старта и развития бизнеса необходимо определить свою уникальность и привлекательность для целевой аудитории. Анализ рынка помогает понять, какие продукты и услуги уже предлагаются конкурентами, и выделить преимущества своего предложения. Это позволяет разработать уникальное ценностное предложение и правильно сформулировать миссию компании.

Ознакомиться с конкурентными преимуществами и информацией о программе исследуемого проекта можете в таблице.

Конкурентный анализ

Признак	TRG CLUB	Конкурент 1 https://online. artforintrovert. ru/catalog	Конкурент 2 https:// ninaalexandrova. ru/club	Конкурент 3 https://reira. ru
Наличие отдельной платформы (сайта) для прохождения курса	Есть	Есть	Нет	Нет
Возможность получать обратную связь	Есть	Нет	Есть	Нет
Задания для закрепления материалов	Есть	Нет	Есть	Есть
Стоимость (средняя цена)	1 500 р.	5 000 р.	1 900 р.	2 400 р.

Окончание таблицы

Признак	TRG CLUB	Конкурент 1 https://online. artforintrovert. ru/catalog	Конкурент 2 https:// ninaalexandrova. ru/club	Конкурент 3 https://reiga. ru
Наполнение обучения	Комбинация и совмещение тем от всех видов искусства до тем в сфере менеджмента + физическая нагрузка в одном блоке курса	Отдельные курсы по искусству, психологии, философии и бизнесу	Комбинация тренировок, лекций по питанию, психологии, сексологии	Лекции по психологии, телесно-ориентированной терапии и личностному росту

Данные, приведенные в таблице, подтверждают конкурентоспособность проекта TRG CLUB, основным преимуществом которого выступает низкая рыночная цена, а также большая информационная наполняемость курса.

В заключении следует отметить, что анализ рынка и выявление основной целевой аудитории является одним из основных этапов разработки маркетинговой стратегии и бизнес-плана. Он позволяет определить потребности, желания и предпочтения целевой аудитории, а также оценить рыночные возможности и конкурентную ситуацию.

Научный руководитель: *М.В. Селезнева*

Библиографический список

1. Герасименко В.В., Слепенкова Е.М. Трансформация методов и инструментов конкурентного анализа в условиях цифровой экономики // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2019. № 6. С. 126–146.
2. Модели управления: теория и практика / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
3. Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс / сост. Е.С. Огородникова. Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.
4. Штезель А.Ю., Тюпляева В.А., Давыдова П.Д. Основные направления маркетинговых исследований рынка // Сфера услуг: инновации и качество. 2019. № 44. С. 138–144.

Процесс разработки стратегии компании

Аннотация. Представлена характеристика процесса разработки стратегии компании. В результате в работах отечественных и зарубежных авторов выявлены схожие этапы формирования стратегии, однако уровень детализации и содержание этапов существенно различается.

Ключевые слова: стратегическое управление; стратегия; процесс разработки стратегии; прогнозирование; операционирование.

Для успешного существования компаниям необходимо сформулировать и грамотно воплотить созданную стратегию в жизнь, чтобы она была не во вред, а на пользу бизнесу. В этой связи разработка, реализация и внедрение стратегии – приоритетные задачи менеджмента организации. При этом не существует единого и универсального лекала реализации задач стратегического менеджмента, также, как и не существует одинаковых стратегических решений для всех организаций. Выбранная альтернатива будет зависеть от целого спектра факторов: позиция фирмы на рынке, динамика ее развития, потенциал, социально-демографические характеристики потребителей, действующие конкуренты в отрасли и их позиции, состояние экономики, культуры страны и др. [4].

Этапы формирования стратегии компании по Ф. Котлеру схожи с исследованием А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда, но имеют одну особенность, проявляющуюся в выделении особого этапа – разработка программы действий, которая следует за разработкой стратегии.

Так, по мнению Ф. Котлера, в компании необходимо разрабатывать программы, которые будут поддерживать созданные стратегии, например, если фирмы решила стать лидером в отрасли по качеству обслуживания, ей необходимо создать соответствующую программу по найму, обучению и мотивации персонала, а также проведению рекламной компании и т.д. [3].

Российские исследователи также, как и зарубежные, занимались вопросами эффективного стратегического управления, и в частности, вопросами разработки и реализации стратегий фирмы. Так, О.С. Виханский включает в процесс выбора стратегии четыре взаимосвязанных этапа: «уяснение текущей стратегии; проведение анализа портфеля продукции (бизнесов); выбор стратегии фирмы и в заключении оценка выбранной стратегии» [2].

По мнению ученого В.Р. Веснина, процессом разработки стратегии можно считать разновидность подготовки и принятия управленческого

решения. При этом стратегическим решениям присуща комплексность. В рамках данного подхода В.Р. Веснин выделяет следующие этапы в формировании стратегии [1]:

- первым этапом является прогнозирование, которое выступает в роли научного способа выявления будущего состояния компании для обоснования стратегии ее развития в условиях неопределенности внешней и внутренней ситуации;

- далее начинается процесс выявления и анализа стратегических проблем, в котором происходит анализ и оценка рыночных возможностей и ресурсов фирмы, определяется стратегическая цель и создается общая концепция стратегии. Далее варианты корректируются и в итоге отбирается наилучший базовый стратегический план.

- третьим шагом выступает анализ существующей стратегии – для определения ее необходимости и значимости в современных условиях, а также для сопоставления ее с генеральной стратегией организации. Здесь сопоставляются реальное положение дел в организации и мероприятия, используемые в работе с базовым стратегическим планом.

Российский исследователь В.В. Портных отмечает, что «процесс стратегического управления бизнес-организацией представляет собой комплекс последовательных управленческих операций, направленных на организацию и контроль долгосрочного развития компании» [5]. При этом данный процесс состоит из двух фаз – стратегического планирования, который в свою очередь делится на шесть ступеней, и операционализация стратегии.

Первая фаза, под названием «стратегическое планирование» состоит из шести этапов. Вначале, определяются стратегические цели компании, ее предназначение и миссия. Далее анализируется внешняя и внутренняя среда фирмы, для выявления наиболее значимых факторов и определения их влияния на главную цель организации. Третий этап – определение стратегических задач компании путем проведения SWOT-анализа, который необходим для разработки комплекса стратегических задач фирмы, направленных на достижение ее генеральной цели. Затем создается стратегическая карта бизнес-организации путем сопоставления стратегических задач, определенных на SWOT-анализе и существующих в компании с внешними и внутренними трендами. На пятом этапе создается система целевых показателей стратегических задач. И на заключительной стадии разрабатываются оперативные планы подразделений компании – организация реализации стратегических задач в текущей деятельности фирмы. Суть второй фазы заключается в приведении к стратегическому соответствию всех бизнес-процессов.

Таким образом, можно отметить, что многие авторитетные исследователи стратегического менеджмента предлагают схожие этапы формирования стратегии, однако уровень детализации, описание и содержание этапов существенно различается, что создает широкое поле для выбора и разработки индивидуального стратегического видения компании на ранке.

Научный руководитель: *А.Е. Плахин*

Библиографический список

1. *Веснин В.Р.* Стратегическое управление: учебник. М.: Проспект, 2017. 328 с.
2. *Виханский О.С., Наумов А.И.* Менеджмент: учебник. 3-е изд. М.: Гардарики, 2003. 528 с.
3. *Кудашова Ю.В.* Понятие «позиционирование» в теории политического маркетинг-менеджмента // Вестник Башкирского университета. 2010. Т. 15, № 1. С. 138–142.
4. *Модели управления: теория и практика* / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
5. *Портных В.В.* Стратегия бизнеса: практ. пособие. 3-е изд. М.: Дашков и К°, 2019. 274 с.

A.Yu. Zylev

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Small business in Russia

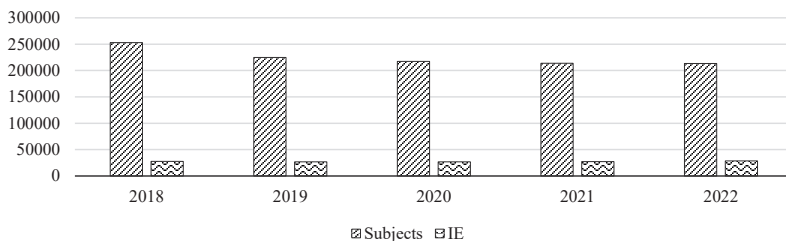
Summary. Entrepreneurship is an important component of modern society, which manifested itself in different forms in different epochs of human development. The development of this sphere affects many aspects of the state, society and an individual human.

Keywords: small business; entrepreneurship; economy.

Entrepreneurship is an independent activity aimed at making a profit. Entrepreneurial activity performs many functions and affects all spheres of life of society and the state. There are several types of entrepreneurial activity: industrial, commercial, non-commercial, financial, intermediary and insurance. However, any entrepreneurship is accompanied by certain risks, which are fully assumed by the entrepreneur.

Entrepreneurial activity performs economic and social functions. The economic function includes taxes and progress. The social function includes the creation of jobs and the improvement of living standards.

According to the Federal Tax Service, at the time of 10.10.2022, 213,347 small businesses operate in Russia. Over the year, this number decreased by 0.1%. However, the largest drop was in the period 2018–2019 and amounted to 11.2%. Over the entire period of time, the dynamics are even worse. 10.10.2018 there were 253,203 subjects, i.e. in the period from 2018 to 2022 their number decreased by 15.7%. In other words, in recent years there has been no increase in the number of representatives of small businesses, but only a systematic decline.



Small business statistics in Russia

There are many reasons for the negative dynamics. This statistic is influenced by both external and internal factors. The difficult situation in the world can be attributed to the external ones.

Support is necessary for the development of small businesses and attracting new entrepreneurs. There are four forms of small business support: financial, informational, advisory and intangible.

The financial form implies co-financing of commercial activities, provision of preferential tax conditions and others.

Conducting various trainings and educational events is an informational form of support for small businesses.

Consultation of newcomers by experienced entrepreneurs is an advisory form.

Premises necessary for business activities. Therefore, the provision of premises for rent to small businesses is an intangible form of support.

It is also necessary to pay attention to legislation. Along with the rapid progress in the market, new small business areas may appear with their own specific subtleties of work. And at the time of formation, the current legislation may not be adapted to the new direction of small business.

An important element of small business development is government support. Russia pays great attention to this area. At the moment, events are being held to support small businesses. The state implements various programs to support entrepreneurship at different levels, preferential tax conditions are introduced, there is a system of grants.

The small business sector is the backbone of the market infrastructure. In recent years, there has been a decline associated with various factors. Now they are looking for a way to improve these statistics. There are all kinds of ways of support, both from the state and third parties. The development of entrepreneurship is a priority area of development.

Scientific adviser: *D.M. Prostova*

С.Е. Иванова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Тенденции рынка сотовой связи в современных условиях

Аннотация. Рассматриваются основные тенденции, характеризующие рынок сотовой связи в современных условиях. В результате автор делает вывод о том, что наибольшее влияние на рынок сотовой связи оказывает внутриотраслевая конкуренция, средний уровень угрозы – товары-заменители и рыночная власть покупателей, наименьшее влияние оказывают угроза вторжения новых участников и рыночная власть поставщиков.

Ключевые слова: рынок сотовой связи; тенденции; покупатели; олигополия.

С позиции предпринимательской активности игроков рынка сотовой связи можно констатировать следующие тенденции.

Во-первых, стоит отметить рост популярности коммуникационных и контентных ОТТ-сервисов. В рамках данного направления рассматриваются две группы технологий. Первую представляют группа приложений (Viber, Whatsapp, Telegram, Skype, и др.), которые в большей степени повлияли на снижение интереса к голосовым услугам связи и смс-сообщений и повлияли на перераспределение доходов операторов по типу услуг. Вторая группа – это симбиоз интернета и телевидения (Megogo.net, «ИВИ», «ОККО», Vimeo, YouTube и др.): люди сейчас все больше интересуются возможностью просматривать любимые программы, фильмы и сериалы через все свои устройства [1; 2].

Отсюда вытекает вторая тенденция на рынке: операторы начинают перераспределять доходы по типу услуг – традиционные услуги связи: голос и смс сообщения демонстрируют снижение в своем потреблении. В условиях насыщения рынка, мобильная передача данных становится одной из основных услуг операторов, которая позволяет компенсировать снижение доходов от классических услуг связи голосового и смс-сообщения.

С развитием популярности мобильного интернета растет популярность бандлов: комплексных пакетных тарифов с включенными минутами, смс-сообщениями и интернет-трафиком. Такие услуги приносят операторам более высокий и стабильный ежемесячный доход. Помимо этого, продолжилось развитие конвергентных тарифов, которые включают услуги фиксированной и подвижной связи одного оператора, способные уменьшить отток абонентов [4].

Помимо сектора В2С на российском рынке активно развивается бизнес сектор, в частности М2М технологии – обмен данными между машинами. На текущий момент на данную технологию приходится около 4% абонентской базы мобильных операторов в России.

Также в современном бизнес-сообществе растет значение самой информации, способов ее накопления и безопасности хранения. В рамках данного направления одной из ключевых тенденций можно отметить развитие технологий Big Data (большие данные). На основе облачных технологий все больше будут развиваться новые направления бизнеса, что несомненно принесет доход операторам сотовой связи. При этом центральным звеном будет не просто сбор информации, а ее анализ.

В связи со стагнацией на рынке, операторы стремятся искать новые источники дохода, не связанные с предоставлением услуг связи, посредством диверсификации бизнеса. Одним из приоритетных направлений, является развитие мобильной коммерции: «Мегафон» запустил банковскую карту, счет которой является счетом мобильного телефона, а «МТС» и «Билайн» начали предоставлять абонентам микрозаймы, в сотрудничестве с микрофинансовыми организациями.

Также стоит отметить рост интереса к появлению виртуальных операторов (MVNO). Например, интерес к такому виду бизнеса проявляют самые крупные монополии – «Газпром», «РЖД», «Сбер», «Тинькофф».

Компания Мегафон провела исследование потребностей абонентов, опросив пользователей мобильной связи более чем из 20 городов в возрасте от 14 до 65 лет. По результатам исследования абонентов рынка сотовой связи разделили на две макрогруппы:

- 1) цифровые, предпочитающие Интернет;
- 2) традиционные, которые чаще пользуются голосовыми услугами связи.

Последние, в свою очередь, были поделены на 5 групп:

- a) традиционные пользователи – стандартная группа потребителей, предпочитающая только голосовые услуги связи, так называемые консерваторы на рынке;

б) активные пользователи голоса – в большей степени пользуются голосовой связью и в меньшей – интернетом (только почта и новости);

в) цифровые минималисты – экономят на связи и активно пользуются мессенджерами, поскольку для них общение в данных программах дешевле, чем пользоваться звонками по телефону;

г) потребитель данных – любят безлимиты и активно пользуются интернетом, особенно мессенджерами;

д) премиум сегмент – потребляет все услуги связи в максимальных количествах, активный пользователь всех возможностей интернета, готов платить за сервис и лучшее качество связи и интернета [3].

Данные факторы характеризует потребительскую картину рынка, основываясь на которой можно предлагать пользователем услуги непосредственно под их нужды и потребности.

В заключении стоит отметить, что наибольшее влияние на рынок сотовой связи оказывает внутриотраслевая конкуренция, средний уровень угрозы – товары-заменители и рыночная власть покупателей, наименьшее влияние оказывают угроза вторжения новых участников и рыночная власть поставщиков.

Научный руководитель: *М.С. Хохолуш*

Библиографический список

1. *Андреева О.В., Мартынова Д.М.* Анализ и тенденции развития современного российского рынка сотовой связи // *Инновационная экономика и современный менеджмент.* 2019. № 2. С. 8–10.

2. *Батомункуева Д.Б., Литвинцева Е.А.* Особенности российского рынка сотовой связи // *Инновационная экономика и современный менеджмент.* 2019. № 2. С. 16–18.

3. *Дмитриев К.В., Силова Е.С.* Особенности развития отрасли сотовой связи // *Вестник Челябинского государственного университета.* 2021. № 6 (452). С. 233–241.

4. *Коковихин А.Ю., Огородникова Е.С., Плахин А.Е., Павлова А.В.* Стратегические альтернативы рынка сотовой связи России // *Экономика: теория и практика.* 2017. № 3. С. 42–46.

Модель устойчивого развития SMM-агентства

Аннотация. Статья посвящена вопросам методического обеспечения определения сегмента на потребительском рынке, приведены модели Шеррингтона и А. Остервальдера. Полученный результат позволяет сделать вывод об актуальности использования данных методов в контексте изучения потребительских рынков.

Ключевые слова: стратегический менеджмент; корпоративная стратегия; конкурентная стратегия; функциональная стратегия.

Для функционирования модели устойчивого развития проекта необходимо создать оптимальную модель использования ресурсов. При этом дистанционное сотрудничество позволяет не наносить вред окружающей среде, а создание и функционирование нового SMM агентства позволяет создать новые рабочие места, где начинающие специалисты смогут практиковаться на реальной работе.

Важную роль играет и имидж компании, который необходимо формировать благодаря следующим шагам:

- 1) активно использовать рекламу агентства;
- 2) создать корпоративную культуру;
- 3) использовать фирменный стиль и брендбук;
- 4) получать обратную связь от заказчиков;
- 5) неразглашение коммерческой информации о заказчиках.

Целевая аудитория SMM агентства начинающие предприниматели (B2B) в сферах образования, красоты, общественного питания, которые не обладают компетенциями smm-специалиста, но осознают необходимость продвижения их товара/услуги/бренда в социальных сетях, а также которые не способны оплачивать сотрудничество с крупными агентствами.

Для формулировки ценностного предложения целевой аудитории целесообразно использовать модель 5W Марка Шеррингтона [2; 3].

Формулировка ценностного предложения для клиентов заключается в возможности привлечения команды молодых, включенных в тренды современности, не «заточенных» под банальные шаблоны начинающих специалистов, которые готовы работать в течение круглых суток с оплатой труда ниже среднерыночной, что весьма комфортно начинающим предпринимателям, у которых нет средств, сил и времени на smm-продвижение. Заказчик получает практическую, измеримую ценность: оформление бренда, что дает возможность увеличить узнаваемость про-

Факторный анализ конкурентов [1; 4]

Признак	SMMOTIONS	volna.digital	snmava	Contra
Услуги	Кратковременное сотрудничество, разовые работы	Таргет (однако включает в себя и услуги аналитика), фото и видео съемка	Отсутствует прописание конкретных услуг, но указано, что агентство полного цикла	Конент-план, аналитика, аудит, брендинг (стиль, логотип, дизайн “актуально”), ведение социальных сетей, фотоуслуги
Контент группы агентства	Кейсы, результаты предыдущей работы в цифрах, отзывы, наличие постов, полезный скорее для SMM-специалистов, чем для клиентов	Удобное логистическое расположение информации об агентстве – история команды, услуги, кейсы, примеры работ. Но конверсия в постах достаточно низкая, что говорит о необходимости изменения контента страницы	Кейсы, мотивирующие цитаты, личные блоги, Уникальность – члены команды разговаривают на 6 языках, что значительно расширяет целевую аудиторию, однако это не гарантирует качественной работы, поскольку в каждой языковой среде собственные тренды и инструменты продвижения snm	Кейсы, информация для snm-продвижения, продающие посты
Способы связи	«ВК», Instagram ¹	Facebook*, Instagram*, «ВКонтакте»	«ВКонтакте», Instagram*	«ВК», Instagram*, TkTok
Единый стиль	Отсутствует	Есть, однако выделяется излишней яркостью, что не дает читателю сконцентрироваться + неформальный стиль	Единое оформление бренда с банальными и не привлекающими внимания картинками	Присутствует
Количество публикаций	29	54	34	16
Количество подписчиков	99	1648	562	9
Среднее количество реакций на пост	25	22	30	6
Средний чек	10 000 (цены не прописаны в группах)	15 000	20 000	14 000

¹ *Socsetti* Instagram и Facebook запрещены в РФ; они принадлежат корпорации Meta, которая признана в РФ экстремистской.

дукции; попадание в целевую аудиторию за счет актуального для них контента. Проведенный анализ конкурентной среды показал ряд преимуществ исследуемого SMM-агентства (см. таблицу).

Анализ конкурентов показал отсутствие пакетов услуг и цен на страницах большинства агентств, отсутствие обратной связи с клиентами, низкий уровень реакции пользователей на полезно-продающих и информационно-обучающих постах, что говорит о необходимости разнообразия контента.

Научный руководитель: *Т.В. Кочергина*

Библиографический список

1. *Крючкова М., Шулакова Н.* Результативный SMM для книжных проектов // Университетская книга. 2012. № 5. С. 51–53.
2. *Модели управления: теория и практика* / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
3. *Музыкант В.Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики: в 2 ч. Ч. 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2023. 507 с.
4. *Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс* / сост. Е.С. Огородникова. Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.

О.А. Казарина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Цифровые инструменты исследования рынка

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена необходимостью внедрения цифровых технологий в деятельность организаций, оказывающих спортивные услуги. Цифровые инструменты исследования рынка в развитии спортивной организации реализуются посредством совершенствования стратегического планирования, основанного на принципах экономической, социальной и экологической эффективности и ответственности.

Ключевые слова: цифровые технологии; спортивное предпринимательство; устойчивое развитие; экономическая и социальная ответственность бизнеса.

Современные цифровые сервисы позволяют повысить достоверность исследования спроса и предложения на рынке, в результате предприниматель на основе трекинга поведения потребителей совершенствует ассортимент, экономит маркетинговый бюджет, транслируются рекламные обращения через корректные каналы коммуникаций.

Наиболее эффективными цифровыми инструментами исследования рынка являются следующие:

– *онлайн-опросы*: Проведение онлайн-опросов с помощью специальных платформ и инструментов позволяет получить обратную связь от потенциальных и текущих клиентов, а также оценить интерес к различным видам спорта и тренировок, уровень удовлетворенности клиентов услугами и т.д.;

– *анализ социальных медиа*: Мониторинг социальных медиа может помочь в понимании того, как воспринимается спортивная организация в сети, а также определить тенденции и тренды, которые могут быть важными для дальнейшего развития;

– *аналитика сайта*: Использование аналитики сайта поможет определить, какие страницы на сайте компании наиболее посещаемы, какие тренировки и услуги наиболее популярны, и какие страницы требуют дополнительной оптимизации;

– *анализ отзывов*: Анализ отзывов клиентов на различных платформах (например, на Google, Yelp, TripAdvisor) поможет определить, какие аспекты ваших услуг нуждаются в улучшении, и какие аспекты являются наиболее популярными среди клиентов.

Все эти инструменты помогают собрать информацию о потребностях и предпочтениях клиентов, и использовать эту информацию для улучшения услуг и развития спортивной организации.

Цифровые инструменты исследования рынка могут быть представлены следующим образом (см. таблицу).

Цифровые инструменты исследования рынка

Задачи	Источник	Результат	Вывод
<i>Анализ спроса</i>			
Анализ запросов по ключевым словам [2]	Яндекс Wordstat Google Trends	Количество запросов за год (по региону)	Удовлетворительное количество запросов
Анализ бизнес-активности в социальных сетях	TargetHunter	Количество подписчиков в группах конкурентов (среднее)	Удовлетворительное количество запросов. Уровень угрозы со стороны клиентов, степень удовлетворенности
Определение сегментов ЦА B2C [3]	Гугл-форма (опрос)	1% от потенциальной аудитории	Две группы целевой аудитории B2C
Сформировать портрет клиента B2C	Глубинное интервью у подписчиков групп	Аватар клиента	Настройка рекламы под аватар

Задачи	Источник	Результат	Вывод
Определение ЦА сегмента B2B [1]	Ценностное предложение и гугл-формы (опрос)	Количество заинтересовавшихся клиентов	Определили два сегмента ЦА B2B (рестораны, кафе/спа-салоны, магазины декора)
Глубинное интервью у представителей сегмента B2B	Анкета	Аватар клиента	Настройка ассортимента
<i>Анализ предложения</i>			
Анализ бизнес-активности в социальных сетях	TargetHunter	Количество групп конкурентов	Удовлетворительное количество запросов. Уровень угрозы со стороны конкурентов. Степень удовлетворенности

Использование цифровых технологий в проведенных маркетинговых исследованиях позволяют сформировать общую характеристику уровня спроса, однако, для составления портрета потенциального потребителя и заказчика, сегментации по группам.

Расширение исследовательского инструментария маркетолога применением цифровых технологий сбора и обработки аналитических данных позволяет повысить эффективность маркетинговой деятельности компании, лучше понять своего потребителя и адаптировать комплекс маркетинга под конкретные нужды и запросы рынка. Цифровые инструменты исследования рынка могут значительно помочь в развитии спортивной организации.

Научный руководитель: *Е.В. Давыдова*

Библиографический список

1. *Герасименко В.В., Слепенкова Е.М.* Трансформация методов и инструментов конкурентного анализа в условиях цифровой экономики // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2019. № 6. С. 126–146.
2. *Куликова О.М., Тропынина Н.Е.* Трансформация инструментов маркетинговых исследований в условиях цифровой экономики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 2 (44). С. 129–134.
3. *Полухтова И.А.* Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы // Медиаскоп. 2016. Т. 6, № 1. С. 127.

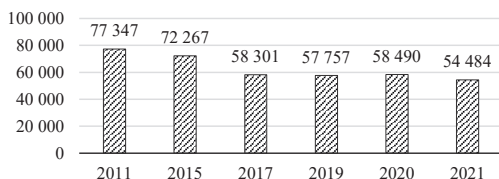
Факторы развития рынка систем контроля доступа в Свердловской области

Аннотация. Рассматриваются факторы формирования спроса на рынке систем контроля и управления доступом (СКУД). Автором выделены такие факторы как рост преступности и террористических угроз, а также технологические инновации, требующие обновления оборудования.

Ключевые слова: системы контроля и управления доступом; инновации; факторы формирования спроса; обновление оборудования.

Основными факторами, определяющими спрос на установку систем контроля доступа, являются: уровень преступности в регионе и военно-политическая ситуация в стране, уровень террористических угроз и востребованность новых возможностей, функций и сервисов, которые не могли быть реализованы в рамках более старых классических сегментов рынка систем безопасности.

К сожалению, на данный момент уровень террористических угроз достаточно высок: за последние 10 лет во всем мире произошло более 6 тыс. терактов. Жертвами их стали более 25 тыс. чел. Если говорить об уровне преступности, то в Свердловской области, не смотря на снижение, уровень остается достаточно высоким (см. рисунок).



Уровень преступности в Свердловской области в динамике¹

По данным МВД РФ, большая часть преступлений сопряжена с незаконным проникновением в жилище, помещение или иное хранилище.

В связи с этим растет озабоченность людей по поводу собственной безопасности, и увеличивается спрос на различные системы, обеспечивающие защиту жилья, офиса, склада, гаража.

Все больше пользователей систем безопасности обращают свои взгляды именно на системы доступа. Причем стремительно развивают-

¹ Количество преступлений в России по годам и по видам (Таблица, статистика).

URL: <https://infotables.ru/statistika/31-rossijskaya-federatsiya/944-kolichestvo-prestuplenij-v-rossii>.

ся как крупные сетевые системы контроля доступа, так и отдельные, автономные их элементы.

Таким образом, монтаж, установка и ремонт таких систем достаточно перспективное направление – в век цифровизации ни одна организация не может обойтись без каких-либо, пусть даже самых элементарных, систем безопасности.

Что касается второго фактора спроса, то появление новых технологий не позволяет рынку достичь стадии насыщения. Установленные 5–7 лет назад системы нуждаются в существенной модернизации либо замене. Еще один момент подмечают установщики систем контроля доступа – перечень сервисов и различных возможностей достаточно широк, а многие потребители не используют в полном объеме даже тот функционал, которым располагали их системы несколько лет назад.

Кроме того, на развитие рынка СКУД могут также влиять следующие аспекты:

- регулирование: законодательные акты и правила, определяющие требования к безопасности и контролю доступа на рабочем месте, в зданиях и т.д.

- распространение технологий Интернета вещей (IoT): возможности Интернета вещей могут быть использованы для интеграции систем контроля и управления доступом в широком масштабе, что повышает их эффективность и привлекательность;

- тенденции в индустрии: развитие новых технологий и подходов к безопасности может привести к изменению требований к системам контроля и управления доступом и повышению спроса на инновационные продукты.

В некотором роде сложилась не совсем типичная ситуация: требования потребительского рынка отстают от перечня и уровня возможностей, предлагаемых производителями и разработчиками. Это говорит о значительных недостатках в работе каналов коммуникации между потребителями и производителями. Зачастую потребитель просто не знает полных возможностей своих систем и просит разработать то, что уже давно у него есть.

Основным фактором, определяющим спрос на обслуживание систем контроля доступа, является количество уже подключенных абонентов или установленных комплексов. Если рассматривать потребительский сегмент рынка, то во многом обслуживание зависит от отношений с компаниями, управляющими жилым фондом.

Научный руководитель: *К.В. Ростовец*

Экологическая составляющая в предпринимательском проекте

Аннотация. Экологическая составляющая очень важна для устойчивого развития, что обуславливает необходимо составления плана снижения вредного воздействия результатов проектов на экологию. В статье приведены направления снижении экологических рисков при реализации проекта клининга.

Ключевые слова: экологические риски; устойчивое развитие; предпринимательство; проект.

Экологическая составляющая является одним из важных аспектов, который следует учитывать при планировании создания и развития бизнеса независимо от масштабов проекта, сферы и направления деятельности [2; 3]. В настоящее время воздействие экологической очистки требуется во всех отраслях, и производители испытывают определенное регулирующее давление, обеспечивая информационную и доказательную базу того, что продукты и бренды, которые они продают, являются биоразлагаемыми, нетоксичными и производятся из переработанных и возобновляемых ресурсов.

Поскольку специализированные организации создали столь необходимый стандарт, обеспечивающий тестирование, мониторинг и сертификацию, теперь компании могут с уверенностью предлагать своим клиентам экологически чистые и сертифицированные продукты, и услуги, снижать воздействия потенциально опасных процедур на персонал, помещения клиентов и их жителей, а также не пользоваться средствами и оборудованием, которые могут отрицательно повлиять на здоровье человека и окружающую среду [1].

Исследуемый проект бизнеса в области клининга позволяет решить обозначенные выше проблемы. Для реализации проекта целесообразно применить бизнес-модель, используя шаблон А. Остервальдера, И. Пинье [3] (см. таблицу).

Статистка запросов пользователей ПС «Яндекса» показала, что жители Свердловской области проявляют интерес к клиенту на протяжении всего года, особенно в летний и весенний период, и спрос на услугу не снижается.

Сегментация клиентов показала следующие характеристики потребителей:

– демографический: от 25 лет, женщины, мужчины, семейные, одинокие;

- социально-экономический: высокий уровень дохода, образование общее среднее, среднее специальное, высшее;
- площадь квартиры средняя, либо большая;
- психографический: любознательные, амбициозные, активная жизненная позиция, при оценке товара, услуги важно качество, ищет информацию в интернете;
- поведенческий: стремление высвободить время, ездит на машине, могут позволить себе обращаться к профессионалам, обращаются в клининг для генеральной уборки, после ремонта, для мытья окон и чистки ковров, мебели.

Бизнес-модель

Ключевые партнеры. Поставщики уборочного инвентаря и оборудования. Поставщики моющих и чистящих средств. Арендодатели	Ключевые виды деятельности. Предоставление услуг уборки	Ценностные предложения. Предоставляемые услуги позволяют сэкономить время и провести его с пользой для себя; обеспечивают чистоту в помещении	Взаимоотношения с клиентами. Персональная поддержка (персональное личное общение с клиентами); информирование, рекомендации	Потребительские сегменты. Люди с ограниченным временем отдыха; не имеющие возможность убраться самостоятельно по состоянию здоровья; холостые мужчины
	Ключевые ресурсы. Уборочный инвентарь и уборочное оборудование		Каналы сбыта. Реклама в социальной сети. Прямые продажи услуг. Сайт. YouTube	
Структура издержек. Оплата труда персонала. Арендная плата помещения, закуп уборочного инвентаря			Потоки поступления доходов. Оплата за пользование услугами клининговой компании	

С учетом проведенного исследования, построенной бизнес-модели, а также маркетингового исследования образа потенциального клиента по параметрам сегментации, можно сделать вывод, что успех компании на рынке услуг клининга во многом зависит от качества и эффективной организации работы как в целом компании, так и выполнения каждым работником его должностных обязанностей в целях максимального удовлетворения запросов клиентов.

Научный руководитель: *Т.В. Воловик*

Библиографический список

1. *Ермакова В.С.* Экологическое предпринимательство как определяющий фактор регионального инновационного развития // Проблемы современной науки и образования. 2015. № 2 (32). С. 48–49.
2. *Маликова Т.Ш., Туктарова И.О., Агадуллина А.Х., Загитова И.Р.* Развитие предпринимательского потенциала инструментами экологического менеджмента // Экономический вестник Донбасса. 2015. № 2 (40). С. 138–155.
3. *Никулина О.В.* Предпринимательская деятельность в аспекте экономической оценки воздействия на окружающую среду // Инженерный вестник Дона. 2015. Т. 37, № 3. С. 120.

Д.С. Пелевина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Модель ценностного предложения предпринимателя

Аннотация. Рассмотрены методы формулирования ценностного предложения для клиентов и приведен практический пример, сформированный для предприятия оказывающего услуги в области дизайна помещений.

Ключевые слова: предпринимательство; ценностное предложение; модель А. Остервальдера; социальная ответственность бизнеса.

Формирование ценностного предложения предпринимателя осуществляется путем использования таких методов генерирования бизнес-идей, как мозговой штурм, метод фокальных объектов и др. [1].

Данные методы используются следующим образом:

1. *Метод мозгового штурма.* Используя данный метод, командой проекта сообща генерируется бизнес-идея, несущая ценностное предложение, в качестве ограничивающих критериев используются текущие возможности и сильные стороны команды.

2. *Метод фокальных идей.* Это метод поиска новых идей и характеристик объекта на основе присоединения к исходному объекту свойств других, выбранных случайно, объектов. Благодаря этому методу возможен поиск инновационных решений в процессе реализации бизнеса и генерации новых идей.

Модель исследуемого бизнеса представлена с помощью модели Александра Остервальдера [2] в таблице.

В результате реализации заявленных методов и построения модели А. Остервальдера были сформулированы следующие ценностные предложения для клиентов:

1) качественные характеристики: оказание услуг продажи изделий формы и дизайна на любой вкус;

2) назначение: удовлетворение потребностей разных категорий населения в усовершенствовании дизайна любого помещения, непосредственно выбор любого дизайна, экономия времени потребителя в поиске интерьерных решений;

3) область применения: продажа продукции для оформления интерьера в интернет-магазине, доставка по Свердловской области;

4) конкурентоспособность: высокий уровень сервиса, система скидок.

Модель А. Остервальдера на примере бизнеса в сфере дизайна интерьеров

Ключевые виды деятельности. Оказание услуг в подборе интерьера. Продажа продукции для оформления интерьера	Предоставление ценности. Наши услуги и товары помогут людям иметь уникальность в их домашнем интерьере	Клиенты. Семьи, а также одинокие люди
Ключевые ресурсы. Помещение, взятое в аренду или купленное. Мебель. Оборудование. Расходные материалы и др.	Взаимоотношения с клиентами. Оказание услуг и продажа товара	Ключевые партнеры. Поставщики ресурсов
Издержки. Постоянные расходы	Доходы. От оказания услуг и продажи товаров	

Ценностное предложение предпринимателя – это то, что делает его бизнес уникальным и привлекательным для потенциальных клиентов. В целом, ценностное предложение должно демонстрировать, как ваш бизнес поможет клиентам решить их проблемы, удовлетворить их потребности и достичь их целей, а также почему ваш бизнес лучше других на рынке. Сформулированное ценностное предложение должно быть основой для последующих маркетинговых мероприятий и функционирования системы продаж компании.

Научный руководитель: *С.С. Фагина*

Библиографический список

1. Бурьян Л.М., Васильев С.В., Пахомов О.А. Партисипаторный подход к разработке бизнес-модели организации – «Холст бизнес-модели» Остервальдера и Пинье // Beneficium. 2016. № 1 (20). С. 11–17.

2. *Макеева Е.А., Резчикова Е.В.* Методика применения метода фокальных объектов при анализе технологических процессов // Технологии инженерных и информационных систем. 2018. № 4. С. 18–26.

3. *Плахин А.Е., Огородникова Е.С., Хохолуш М.С., Гусева Т.И., Селезнева М.В.* Российские и международные стандарты управления бизнесом: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 121 с.

Ш.У. Розibaев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Устойчивое развитие спортивного предпринимательства

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена необходимостью внедрения принципов устойчивого развития в деятельность организаций, оказывающих спортивные услуги. Устойчивое развитие спортивной организации реализуется посредством реализации стратегического планирования, основанного на принципах экономической, социальной и экологической эффективности и ответственности.

Ключевые слова: спортивное предпринимательство; устойчивое развитие; экономическая и социальная ответственность бизнеса.

Одной из разновидностей кардиотренировок сегодня стали прыжки на батутах. В этих движениях задействованы все группы мышц, что позволяет их тренировать без особых нагрузок для организма. Не нужно изматывать свой организм в фитнес-залах с тренажерами, а можно просто наслаждаться полетом и тренироваться одновременно. На сегодняшнем рынке спортивных услуг эти занятия являются новшеством. Благодаря этому они привлекают все больше людей. Занятия на батутах можно проводить не только в фитнес-залах, но и в обычных спортзалах и других подходящих помещениях. Дзампинг – это занятия на специальных шестиугольных батутах. Многие люди стали заниматься ими, так как во время этих занятий почти невозможно получить травму. Поверхность этих батутов имитирует поверхность воды, поэтому они упругие и эластичные.

Дзампинг-студия – это новый вид спортивного бизнеса, который представляет собой комбинацию аэробики и тренировок на мини-батутах, является динамичным и энергичным видом фитнеса, который подходит для людей всех возрастов и уровней физической подготовки.

Основной принцип дзампинг-студии заключается в использовании мини-батутов для создания низконагруженных тренировок высокой интенсивности. Этот вид спорта может быть эффективным средством

для улучшения кардио-сосудистой системы, снижения веса, укрепления мышц, улучшения координации и баланса.

Джампинг-студии могут предлагать различные форматы занятий, включая индивидуальные и групповые тренировки, а также различные программы тренировок, которые могут варьироваться по сложности и интенсивности. Для обучения новичков проводятся специальные вводные курсы, объясняющие основные принципы и техники безопасности.

Джампинг-студия представляет собой специально оборудованное помещение, атмосфера в котором благоприятна для занятий спортом. В период пандемии не удастся полностью избежать стрессов и негативных эмоций, эту проблему решает джампинг-студия. Джампинг позволяет не только поддерживать здоровый образ жизни, но и помогает человеку расслабиться, снять стресс, а также пообщаться с единомышленниками. Как правило, джампинг практикуется в фитнес-клубах. Однако, это не всегда удобно. Большое количество спортивных людей смущают тех, кто решил бороться с лишним весом. В то время как, джампинг – студия нацелена только на ограниченный круг людей.

Уникальность студии в том, что на сегодняшний день очень большое внимание уделяется здоровому образу жизни. В связи с пандемией, повлекшей за собой дистанционное обучение и работу на «удаленке», у людей стало мало движения. Многие люди не хотят заниматься на силовых тренажерах, а альтернативы почти нет. Поэтому, можно с уверенностью сказать, что джампинг-студия будет просто спасением для очень многих людей.

Устойчивое развитие джампинг-студии реализуется посредством реализации стратегического планирования, основанного на принципах экономической, социальной и экологической эффективности и ответственности [1; 3].

Экологическая устойчивость подразумевает и сбор мусора в специализированный контейнер. Так как спортсмены часто пользуются пластиковыми бутылками для воды они будут собираться в специальные емкости и сдаваться в утиль. Поэтому первым шагом в реализации программы устойчивого развития должен быть отказ от использования одноразового пластика и внедрение системы раздельного сбора мусора, а также сотрудничество с ответственными партнерами и подрядчиками [2].

Экономическая устойчивость джампинг-студии определяется тем, что это весьма привлекательный и новый бизнес для предпринимателей в сфере фитнеса, так как этот вид спорта становится все популярнее в различных странах, и может привлечь большое количество клиентов.

Научный руководитель: *Н.Н. Шуралева*

Библиографический список

1. *Леднев В.А.* Индустрия спорта: обучение предпринимательству и менеджменту // Современная конкуренция. 2017. Т. 11, № 4 (64). С. 45–62.
2. *Леднев В.А., Братков К.И.* Предпринимательство в индустрии спорта: возможности, ожидания и результаты // Современная конкуренция. 2019. Т. 13, № 1 (73). С. 120–130.
3. *Огородникова Е.С., Гусева Т.И., Шуралева Н.Н.* Аллокативная эффективность моделей организационно-экономического механизма сферы социальных услуг сельских территорий // Научные труды Вольного экономического общества России. 2022. Т. 234, № 2. С. 131–153.

Д.А. Себостьян

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Монополистическая конкуренция на рынке сотовой связи

Аннотация. Статья посвящена определению характеристик рынка сотовой связи, которые позволяют идентифицировать отношения на данном рынке как монополистическую конкуренцию. В результате проведено обобщение барьеров, ограничивающих вход новых участников на рынок сотовой связи.

Ключевые слова: рынок сотовой связи; монополистическая конкуренция; барьеры входа на рынок; антимонопольное регулирование.

Началом становления отрасли сотовой связи России можно считать 9 сентября 1991 г., когда мэр Санкт-Петербурга Анатолий Собчак позволил по мобильному телефону коллеге из Нью-Йорка. Первая компания «Дельта-Телеком» начала распространение сети 1G (передача только голосовых данных). В 1993–1995 гг. с появлением новых компаний – «ВымпелКом», «МТС» и «Мегафон» – начинается распространение сетей второго поколения (2G, GSM), с введением которых появились SIM-карты и стала возможной передача SMS и роуминг. В 2001 г. с появлением стандарта GPRS (2,5G) стал возможным мобильный интернет, что повлекло за собой значительное расширение отрасли. В 2006 г. проникновение сотовой связи в России достигло 100%, т.е. количество активных SIM-карт превысило население страны, на одного человека приходится примерно 1,6 SIM-карты. Распространение сетей третьего поколения компаниями «Мегафон» в 2008–2009 гг. (3G) и технический прогресс в мобильных телефонах дал начало переориентации абонентов на всемирную сеть. Сейчас наблюдается тенденция снижения использования голосовой связи и отток абонентов в сеть Интернет.

На данный момент на рынке активно развиваются сети последнего поколения на базе LTE (4G), LTE Advanced (4G+) и 5G [1].

В период с 1998 г. по настоящее время сотовая связь, как и вся отрасль телекоммуникаций России, интенсивно развивалась, что выразилось в бурном росте количества пользователей. На данный момент отрасль находится в стадии зрелости: высокая концентрация рынка (индекс концентрации равен 94%), снижение цен, увеличение предоставляемых услуг и уменьшение темпов роста [2].

Участниками рынка являются операторы связи, абоненты (потребители услуг связи) и государственные структуры. Операторы связи – компании, которые предоставляют абонентам интегрированные услуги мобильной и фиксированной связи, междугородную и международную связь, широкополосный доступ в интернет и другие необходимые телекоммуникационные услуги: доступ к контент-услугам, передача голосового трафика, мобильная коммерция, фиксированный широкополосный интернет, передача сообщений, доступ к беспроводному интернету. Потребители продукта отрасли представлены тремя группами: B2C, B2B, B2G. Причем подавляющей группой являются физические лица, а государственный сектор обслуживает только несколько компаний («Ростелеком» и «Синтерра» (бренд компании «Мегафон»)).

Высокий уровень барьеров снижает возможность появления новых операторов. Поэтому для сдерживания монополии со стороны государства ведется наблюдение и осуществляется антимонопольная политика, для того чтобы вследствие интеграции компаний доля одной из участников не стала больше 65%.

Монополистическая конкуренция, существующая на рынке сотовой связи, характеризуется следующими признаками [3]:

- а) в отрасли присутствуют несколько довольно крупных организаций, которые соперничают друг с другом;
- б) кривая спроса имеет «нисходящий» характер;
- в) олигополии могут производить как однородный, так и дифференцированный продукт;
- г) организации, которые существуют в отрасли уверены, что их действия не останутся без ответной реакции со стороны.

Отрасль коммуникаций на сегодняшний день является драйвером развития экономики всех стран. Услугами рынка сотовой связи пользуются разные отрасли и слои населения: физические лица, организации и даже государственные структуры. В качестве товара на рынке предлагаются интегрированные услуги сотовой и стационарной связи, междугородная и международная связь, широкополосный доступ в интернет,

доступ к контент-услугам, передача голосового трафика, мобильная коммерция, передача сообщений, доступ к беспроводному интернету.

В отрасли функционируют несколько крупных игроков, поэтому рынок можно назвать олигополией. Контроль за рынком ведется со стороны надзирающих служб – ГКРЧ и ФАС [4]. Они следят за исполнением своих обязательств сотовыми операторами, а также, чтобы на рынке операторы не сговаривались и не создавалась монополия. Специфические особенности рынка характеризуют комплекс методов, которые можно использовать для изучения динамики рынка и его участников.

Научный руководитель: *М.С. Хохолуш*

Библиографический список

1. *Андреева О.В., Мартынова Д.М.* Анализ и тенденции развития современного российского рынка сотовой связи // Инновационная экономика и современный менеджмент. 2019. № 2. С. 8–10.
2. *Газизова Р.А.* Выход нового игрока на олигополизованный рынок (кейс сотовой связи в России) // Российское предпринимательство. 2019. Т. 20, № 4. С. 891–904.
3. *Коковихин А.Ю., Огородникова Е.С., Плахин А.Е., Павлова А.В.* Стратегические альтернативы рынка сотовой связи России // Экономика: теория и практика. 2017. № 3. С. 42–46.
4. *Кочергина Т.В., Хохолуш М.С.* Использование моделей в экономической диагностике картелей // Вестник НГИЭИ. 2019. № 12 (103). С. 67–74.

А.В. Ткачев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности стратегического поведения предпринимателей

Аннотация. Рассмотрены изменения спроса и предложения на потребительских рынках Свердловской области, обусловленные санкционным давлением. Представлены некоторые поведенческие модели, позволяющие предпринимателям минимизировать негативные последствия санкций и использовать формирующиеся стратегические возможности.

Ключевые слова: стратегический менеджмент; санкции; стратегии; изменения.

События последних месяцев заставляют предпринимателей выстраивать новые логистические цепочки и формировать большие складские запасы для поддержания конкурентной цены на товары и услуги. В по-

следнее время все предприниматели привыкли к изобилию предложения и борьбы поставщиков за клиента. Выигрывал тот, кто предлагал не только лучшую цену, но и минимальные сроки поставки, лучше всего доставлял точно в срок и нужными партиями. Под действиями санкций все изменилось. Теперь власть поставщика. Поставщики требуют предоплату за товар, который еще несколько месяцев будет в пути, причем никто не дает гарантии, что не возникнут проблемы с таможней. Все это толкает бизнес на поиски решений в сфере логистики, кооперации внутри территориальных кластеров, созданию товаров заменителей [3].

С уходом крупных зарубежных игроков малые предприятия активно начали занимать образовавшийся пробел. Так, с уходом IKEA, ее поставщики, чья локализация была на территории РФ, активно начали продавать такие же товары через маркетплейсы. Банер «Точь-в-точь как у IKEA» дает этим компаниям бесплатный маркетинг, люди привыкли к IKEA, доверяют ее дизайну и качеству. Поэтому в последние два квартала 2023 г. у этих предприятий выручка не только «не просела», но и увеличилась.

Аналогичный толчок развития можно отметить и в индустрии одежды. В последнее время очень активно развиваются местные ателье, продвигая свои бренды. Но так обстоят дела в легкой промышленности, где переналадка не столь затратная по времени, а легкий порог входа привлекает туда все новых и новых предпринимателей. Однако в таких сферах как тяжелое машиностроение или электроника не все так радужно. Здесь достаточно длинный цикл вывода продукта на рынок и длинные логистические цепочки поставок. В 90-е годы был вектор на применение зарубежных компонентов, с одной стороны это сильно ускоряло процесс внедрения инноваций, с другой стороны, подталкивало на зависимость от сложных цепочек и курсовой разницы. Местные игроки не имели возможности тягаться с мировыми гигантами в ценовом и технологическом совершенствовании своего продукта, в результате чего – закрывались. Все это привело местный бизнес в сильную зависимость от западных технологий и поставок [1].

На сегодняшний день, весьма целесообразным будет создание особых экономических зон и кластеров для малых предприятий. Не возможность в одиночку решить сложную технологическую задачу, удастся решить совместно с партнером, находящимся рядом, в шаговой доступности, являющимся профессионалом в своей «узкой» нише. Таким образом существенно снижаются точки входа в отдельные ниши, укорачиваются логистические цепочки, что дает некое преимущество перед альтернативными товарами из дальнего зарубежья. Активное сти-

мулирование и экономические льготы способствовали бы более быстрому выходу на рынок товаров заменителей [2; 4].

По-прежнему велики темпы ввода жилья на строительном рынке. Этому способствовали льготные программы кредитования правительства и ближайшие полтора года ввод жилья сохраниться на прежнем уровне не смотря на спад покупательской способности. Слишком дорого замораживать начатые проекты в прошлых периодах. Но в скором будущем мы будем наблюдать стагнацию и корректировку как цен, так и игроков на рынке. Многие из крупных застройщиков начинают искать новые ниши, ранее ими рассматриваемые. Так на фоне пандемии и последующем закрытии зарубежных стран, россияне все чаще стали интересоваться покупкой загородной недвижимости. В результате, чего на рынок частного домостроения, где раньше правил «самстрой» и «шараш-монтаж» конторы, начали заходить крупные застройщики, такие как Princip, УГМК и др. Малый бизнес тоже переформатировался и начал застраивать комплексно целые районы и поселки в едином стиле, яркий пример такой компании Elevent Development.

На фоне той же пандемии очень хорошо начали развиваться дела в сфере туризма. Правительство Свердловской области создало фонд поддержки туризма, который занимается привлечением инвестиций в местную тур сферу. Сегодня сотни молодых предпринимателей проходят подготовку по специальным программам, по итогам которых, самым успешным выделяются гранты на развитие.

Не смотря на все ухудшающуюся ситуацию во внешней политике, бизнес находит способы остаться на плаву. Так многие крупные зарубежные игроки заявили, что активы, находящиеся на территории Российской Федерации, будут переданы местному самоуправлению со сменой юридических лиц и наименований, что позволит сохранить рабочие места и перенять уже российским компаниям технологии и корпоративную культуру, оставленную в наследство с переданными под управление предприятиями. Так поступил крупный ритейлер на строительном рынке Leroy Merlin и др.

Свердловская область содержит в себе очень большой потенциал для развития малого и среднего предпринимательства, поскольку исторически имеет хорошую технологическую базу и выгодное местоположение на узле транспортных цепочек.

Научный руководитель: *Е.С. Огородникова*

Библиографический список

1. *Новицкий Е.Г.* Проблемы стратегического управления диверсифицированными корпорациями. М.: БУКВИЦА, 2001. 163 с.
2. *Огородникова Е.С., Сидоренко М.М.* Методы принятия стратегических решений. Екатеринбург: УрГЭУ, 2013. 100 с.
3. *Плахин А.Е., Миронов Д.С.* Концептуальная модель создания индустриального парка // Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность: сб. науч. публ.: в 2 ч. Екатеринбург: УрГЭУ, 2015. Ч. 1. С. 26–30.
4. *Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс / сост. Е.С. Огородникова.* Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.

А.Я. Шатрова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Научно-технический потенциал Уральского федерального округа как фактор устойчивого развития

Аннотация. Исследование посвящено проблеме импортозависимости российской промышленности. Автором предложено рассмотрение научно-технического потенциала как фактора, оказывающего влияние на развитие отечественной промышленности. В работе дана оценка научно-техническому потенциалу Уральского федерального округа, являющегося промышленным центром.

Ключевые слова: экономика; отечественная промышленность; научно-технический потенциал.

Ужесточение санкций в отношении России повлекло за собой остановку и прекращение работы многих предприятий, функционирующих в импортозависимых отраслях российской промышленности, что объясняется недостаточным уровнем развития инновационно-промышленного сектора и отсутствием необходимого в производстве высокотехнологического оборудования. В целях снижения уровня импортозависимости национального производства и повышения качества отечественных товаров необходимо перестраивать традиционную структуру российской экономики и проводить корректирующую региональную политику, способствующую развитию местной промышленности и обеспечивающую возможность выхода продукции как на российский, так и на международный рынок.

Уровень развития промышленности определяется степенью распространения в производственном процессе отечественного высокотехнологического оборудования, основанного на научных разработках,

способствующего эффективному производству, что отражается в научно-техническом потенциале региона или страны. При этом научно-технический потенциал региона понимается как совокупность научных, технологических, образовательных ресурсов, формирующих контуры промышленного развития и влияющих на конкурентоспособность изучаемого региона, и их взаимосвязей. Научно-технический потенциал определяет меру готовности региона к проведению инновационных преобразований и отражает уровень развития научного, производственного и образовательного потенциалов [1].

Поскольку Урал является преимущественно промышленным районом, автором предлагается рассмотрение его научно-технического потенциала. Занимая центральное местоположение в России, регион играет значительную роль в промышленном развитии страны. На Урале сконцентрирована мощная сырьевая база, включая значительные запасы нефти, газа, минералов, лесных и водных ресурсов, обеспечивающие стабильное функционирование промышленности всей страны. В таблице представлена характеристика УрФО по научным и образовательным показателям, формирующих необходимую базу для независимого функционирования промышленности региона.

Заметим, что в Уральском Федеральном округе уровень инвестиций в деятельность и развитие научно-исследовательских центров высок, при этом важно отметить увеличение объема инвестиций в период с 2017 по 2021 г. Численность персонала научно-исследовательских центров и студентов имеет средний по России показатель, помимо этого, замечено снижение показателей за этот же период. Уровень инновационной активности организаций ниже среднего. Научно-технический потенциал УрФО уступает нескольким субъектам, однако регион обладает необходимой научно-образовательной базой для развития местной промышленности.

Перспективными для развития отечественного производства считаются основные промышленные регионы Урала, Свердловская и Челябинская области, обладающие наибольшими показателями.

С целью развития отечественного производства и поддержания конкурентоспособности продукции на международном рынке необходимо стимулировать увеличение научно-исследовательских центров, развивать инфраструктуру высшего образования, повышающую научные кадры, и инновационную активность предприятий.

Научный руководитель: *А.А. Илюхин*

Показатели научно-технического потенциала [2; 3]

Годы	2021		Средние значения в период 2017–2021		
	Уровень инновационной активности организаций, %	Организации, планирующие осуществление инновационной деятельности в ближайшие 3 года, %	Численность персонала в сфере научно-технического исследования	Затраты организаций на научные исследования и разработки, млн р.	Численность студентов вузов на 10 000 чел. населения*
УрФО	11,1	12,5	44 382	73 772,5	254,3
Свердловская область	13,0	13,6	20 736	30 609,1	284,3
Челябинская область	13,2	12,0	15 396	23 891,5	270,3
Курганская область	14,4	15,8	647	377,6	199,9
Тюменская область	8,5	11,5	7 602	18 894,2	199,9
В том числе:					
Ямало-Ненецкий автономный округ	6,8	9,8	129	256,6	18,7
Ханты-Мансийский автономный округ	6,6	11	1 374	3 177,2	141,7

* Включая бакалавров, специалистов и магистрантов.

Библиографический список

1. Голова И.М. Научно-технический потенциал регионов как основа технологической независимости РФ // Экономика региона. 2022. Т. 18, № 4. С. 1062–1074.
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2023: стат. сб. / В.В. Власова, Л. М. Гохберг, Г.А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2023. 292 с.
3. Наука, инновации и технологии // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>

М.О. Юлдашева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности определения целевого сегмента на потребительских рынках

Аннотация. Статья посвящена вопросам методического обеспечения определения сегмента на потребительском рынке, приведены модели Шеррингтона и А. Остервальдера. Полученный результат позволяет сделать вывод об актуальности использования данных методов для исследования потребительских рынков.

Ключевые слова: стратегический менеджмент; корпоративная стратегия; конкурентная стратегия; функциональная стратегия.

Определение сегментов на потребительском рынке является важным этапом разработки маркетинговой стратегии. Существует несколько методик для определения сегментов, среди которых наиболее распространенными являются модели Шеррингтона и А. Остервальдера.

Модель Марка Шеррингтона основывается на распределении потребителей по критериям, таким как доход, возраст, образование, род занятий и т.д. После определения критериев, каждый потребитель оценивается по каждому критерию, и результаты суммируются для получения общей оценки. Потребители с более высокими оценками объединяются в один сегмент.

Модель А. Остервальдера (бизнес-модель канвас) включает в себя девять ключевых элементов бизнеса: ценностное предложение, сегменты клиентов, каналы продаж, отношения с клиентами, ключевые активности, ключевые партнеры, ключевые ресурсы, структура затрат и источники дохода. Она позволяет разработать комплексный подход к определению сегментов клиентов и формированию маркетинговой стратегии.

Кроме того, для определения сегментов на потребительском рынке можно использовать следующие методы:

- анализ поведения потребителей – изучение привычек и поведения потребителей, их потребностей и предпочтений;
- сегментация на основе демографических данных – сбор информации о возрасте, поле, образовании, доходе и других факторах, которые могут повлиять на выбор потребителей;
- сегментация на основе географических данных - определение сегментов на основе местоположения потребителей и факторов, связанных с географией;
- сегментация на основе поведения – определение сегментов на основе того, как потребители используют продукт или услугу, как часто они ее покупают, какие преимущества они ожидают и т.д.;
- сегментация на основе психографических данных – сбор информации о личностных характеристиках потребителей, таких как их ценности, интересы.

В случае если продукт рассчитан на взрослых людей, то ответственность при принятии решения о пользовании продуктом несут сами физические лица. Модель продаж на потребительском рынке может быть представлена следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Модель продаж на рынке B2C

Элемент модели	Модель продаж B2C
Продукт	Конечный
Цена	Специальное предложение, выгода
Оплата	Наличный и безналичный расчет (банковские переводы по карте)
Стимул развития продукта	Мода
Лицо, принимающее решение	Индивидуальное решение клиента
Основные критерии	Стоимость услуги, ценность услуги, качество обслуживания, наличие дополнительных услуг
Сбыт	Массовый
Продвижение	Реклама

Поскольку необходимо видеть результат (сервис, качество самой услуги), целесообразно проводить сегментацию по возрастному и половому признакам, например, в первом сегменте могут быть подрост-

ки в возрасте 16–18 лет, обучающиеся в системе среднего профессионального или высшего образования, проживающие в городе, второй сегмент – женщины возрасте более 36 лет, у которых практически у всех есть работа и они как правило начинают больше заботиться о своей красоте.

Формирование портрета потенциального клиента при этом целесообразно формировать по методике Шеррингтона 5W [2; 4] (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Потрет типичного клиента по методике Шеррингтона 5W

Вопрос	Группа 1	Группа 2
What? (Что?)	Мастер индустрии красоты	
Who? (Кто?)	Подростки 16–18 лет	Женщины в возрасте более 36 лет
Why? (Почему?)	Желание следить за своим внешним видом	
When? (Когда?)	Не зависит от сезонности	
Where? (Где?)	Социальные сети	Сайт студии красоты и реклама

Для эффективного моделирования бизнес-процессов целесообразно использовать бизнес-модель А. Остервальдера [1; 3], поскольку данный метод позволяет увидеть ресурсы, оценить факторы успеха и спрогнозировать финансовый результат бизнеса.

Научный руководитель: *Т.В. Кочергина*

Библиографический список

1. *Лойко В.И.* Методики формирования бизнес-модели организаций малого бизнеса // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2018. № 3. С. 210–218.
2. *Модели управления: теория и практика* / С.В. Новиков, Е.В. Чумак, Д.Н. Ядранский и др.; под ред. А.Е. Плахина. Казань: Бук, 2022. 228 с.
3. *Стратегический менеджмент: учеб.-метод. комплекс* / сост. Е.С. Огородникова. Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. 134 с.
4. *Удальцова Н.Л.* Современные методы анализа и моделирования бизнес-процессов // Лидерство и менеджмент. 2021. Т. 8, № 2. С. 185–200.

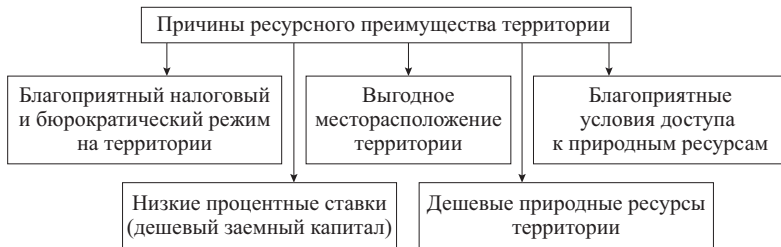
Развитие предпринимательства как вектора конкурентоспособности территории

Аннотация. В современном мире многие люди пытаются развивать свою предпринимательскую деятельность. Под предпринимательством принято понимать определенную деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от какой-либо осуществляемой предпринимателем деятельности. Полноценное развитие экономики России невозможно без поддержки ее правительством. Предпринимательство играет существенную роль в развитии территории нашей страны. Благодаря развитию предпринимательства повышается конкурентоспособность территории, на которой действует тот или иной вид предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательство; конкурентоспособность; развитие; вектор; территория; организация; предприятие; предприниматель.

На сегодняшний день для того, чтобы какая-либо территория России могла достойно себя позиционировать на внутреннем и мировом рынках, она должна обладать хорошим уровнем конкурентоспособности. Территория может являться конкурентоспособной, если она обладает необходимыми и благоприятными условиями для достойной жизни людей, на ней проживающих, а также для введения успешной предпринимательской деятельности. Если территория не обладает конкурентоспособными преимуществами (не имеет благоприятных и комфортных условий для жизни населения, а также эффективного развития предприятий), то она не может успешно развиваться, получать государственную поддержку и выходить на международный уровень.

К конкурентоспособным преимуществам территории относятся наиболее выгодные ее позиции по сравнению с позициями других территорий. Один из видов конкурентоспособных преимуществ территории – ресурсные преимущества, которые складываются по причинам, представленным на рисунке [3, с. 25].



Основные причины ресурсного преимущества территории

Кроме того, уровень конкурентоспособности территории определяется экономической мощью предприятий, которые располагаются на территории, а также накопленными научно-техническими, человеческими, информационными, финансовыми и другими ресурсами. Также на уровень конкурентоспособности территории существенное значение оказывает развитие предпринимательства. Развитие предпринимательства является весьма необходимым условием, которое способствует повышению конкурентоспособности территории. Благодаря развитию предпринимательства создаются новые рабочие места, развивается инфраструктура данного региона, что в свою очередь способствует привлечению новых предприятий и повышению доходов бюджетов всех уровней. Таким образом развитие предпринимательства на той или иной территории нашей страны является одним из главных векторов повышения ее конкурентоспособности [4, с. 125].

Для того, чтобы предпринимательство на той или иной территории нашей страны успешно развивалось и способствовало росту конкурентоспособности, местным властям и российскому правительству необходимо способствовать его развитию. Например, в Свердловской области, в 2023 г. выделяются такие виды помощи индивидуальным предпринимателям от государства, как:

- финансовые выплаты различных денежных сумм на развитие бизнеса или предоставление льгот по обязательным платежам, например по налогам;
- предоставление льготных возможностей получения недвижимости или земли, например в аренду;
- по всей стране создаются центры поддержки предпринимательства, которые консультируют по вопросам ведения бизнеса, обучают или позволяют обмениваться опытом с другими предпринимателями, работающими в том же субъекте. В том числе, предпринимателям предоставляются субсидии от центра занятости;
- осуществляется поддержка в форме грантов;
- разрабатываются федеральные и региональные программы поддержки бизнеса; предоставляются налоговые и кредитные каникулы и др. [1; 2].

Таким образом, благодаря поддержке и развитию предпринимательства, будет осуществляться развитие территорий, а значит и повышение их конкурентоспособности.

Научный руководитель: *Е.С. Куликова*

Библиографический список

1. *Бараненко С.П., Дудин М.Н., Лясников Н.В.* Основы предпринимательства. М.: Центрполиграф, 2016. 192 с.
2. *Беспалов М.В.* Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России. М.: ИНФРА-М, 2017. 232 с.
3. *Сидоров М.Н.* Стратегический менеджмент: учебник для СПО. 2-е изд., испр. и доп. М: Юрайт, 2019. 158 с.
4. *Тебекин А.В.* Стратегический менеджмент: учебник для СПО. 2-е изд., перераб. и доп. М: Юрайт, 2018. 333 с.

Направление 7.

Корпоративная экономика и управление бизнесом

А.В. Белова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Применение бизнес-модели «бритва и лезвие» в корпоративном управлении

Аннотация. Бизнес-модель «бритва и лезвие» известна еще с конца XIX века. Ее суть заключается в том, что компании производят дешевые базовые продукты, которые доступны среднему классу, а большая часть прибыли обеспечивается за счет продажи дорогих дополнительных товаров.

Ключевые слова: базовый продукт; дополнительный товар; бизнес-модель; прибыль; «бритва и лезвие».

Одной из популярных и эффективных бизнес-моделей на протяжении многих лет остается бизнес-модель «бритва и лезвие» [2]. Основателем данной бизнес-модели был известный американский предприниматель, первый долларовый миллиардер – Джон Рокфеллер, у которого был нефтеперегонный завод, на котором производился керосин. В конце XIX века Рокфеллер вышел на рынок Китая со своими дешевыми лампами, однако покупателям также приходилось покупать и дорогой керосин. Тем самым компания Standard Oil, принадлежащая Рокфеллеру получала фантастическую прибыль.

Сам же термин «бритва и лезвие» появилось значительно позже, когда другой американский предприниматель Кинг Кэмп Жиллетт изобрел бритвенный станок со сменным тонким лезвием и раздал станки студентам университетов и военнослужащим [1]. А в продаже безопасные станки продавались по цене ниже рыночной. Всего за два года было продано более 123 тысяч лезвий. Благодаря правильному использованию бизнес-модели за эти же два года Кинг Кэмп Жиллетт стал миллионером. Еще одним гениальным шагом Жиллетта стало использование патентов, так само лезвие защищено более чем 70 патентами, а значит конкурентам почти невозможно попасть на рынок бритвенных лезвий.

После огромных успехов Жиллетта и Рокфеллера многие предприниматели начали использовать данную бизнес модель. Также бизнес-модель «бритва и лезвие» получило другое название «наживка и крючок», ведь ее главная идея заключается в том, что основной товар продается

по заниженной цене или бесплатно, тем самым у покупателя появится доверие к компании, а дополнение к нему, без которого невозможно использование основного продается по очень высоким ценам. Тем самым перекрестное финансирование основных продуктов осуществляется за счет аксессуаров. Наибольшую опасность при данной бизнес-модели несут конкуренты, так как покупатели смогут купить данные аксессуары у конкурентов по более низкой цене. Чтобы решить данную проблему необходимо создать условия, при которых вход на данный рынок будет невозможен, либо же «привязать» покупателя к бренду [2].

В настоящее время множество компаний используют бизнес-модель «бритва и лезвие» [1]. Особенно данная бизнес-модель популярна на рынке игровых приставок: крупнейший производитель игровых консолей «Sony» продает консоли в убыток себе, а покрывает данный убыток за счет продажи собственных игр и взимая плату за онлайн-сервис.

Бизнес-модель «бритва и лезвие» – это не просто стратегия ценообразования, можно сказать, что это целая экосистема, которая заключается в увеличении количества товаров и услуг и повышении экономического роста в регионе присутствия компании [3]. Так, например, компания «Mattel» зарабатывающая миллиарды с помощью данной бизнес модели, получает прибыль не на продаже кукол «Барби», а на продаже аксессуаров к ней. В самом начале компания зарабатывала на маленьких аксессуарах таких как различные наряды, но позже началось производство таких дополнений как «дом мечты Барби» и машин «Барби Малибу» и многих других. При этом компания обновляет основные и дополнительные ежегодно. Так за каждый проданный дом компания получает доход как от продажи 17 кукол. Так модель «бритва и лезвие» требует продуманной маркетинговой компании, чтобы привлечь и сохранить клиентов, тем самым Mattel со своей куклой остается на первых строчках топов, несмотря на множество аналогов.

Бизнес-модель «бритва и лезвие» имеет множество преимуществ, таких как: периодическая прибыль, лояльность клиентов, а также более высокая маржа и многое другое. Но при этом стоит понимать, что данная бизнес-модель будет требовать постоянных вложений, на первоначальном этапе высокие инвестиции для реализации, на последующих этап необходимы вложения в постоянные инновации.

Научный руководитель: *Л.К. Чеснюкова*

Библиографический список

1. *Бобрышев А.Д., Тумин В.М., Тарабрин К.М.* Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий: учебник. М.: Инфра-М, 2013. 31 с.

2. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: учеб. пособие. М.: Альпина Пабли., 2016. 432 с.

3. Куклинова П.С., Чеснюкова Л.К. Моделирование экономического роста промышленного макрорегиона в условиях цифровой экономики // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. 2022. № 1 (35). С. 53–57.

И.С. Берсенева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Взаимосвязь стратегического и оперативного уровней управления компании

Аннотация. Рассмотрены три уровня управления: оперативный, тактический и стратегический. Описаны особенности каждого и принципы деления на них, взаимосвязь каждого из уровней, в отдельности, со сложностью решаемых им задач, объемом информации, необходимым для решения задач, а также с факторами, влияющими на принятие решений, и, в общем, друг с другом.

Ключевые слова: стратегическое управление; оперативное управление.

Управление – это совокупность управленческих действий, которые обеспечивают достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» в продукцию на «выходе».

Термин управление и базовые функции управления применяются к оперативному, тактическому и стратегическому уровню.

Деление на уровни обусловлено сложностью решаемых задач и неопределенностью внешней среды. Неопределенность – это отсутствие необходимого объема объективной информации для принятия эффективных управленческих решений.

На оперативном уровне все достаточно просто – обеспечение работы по основным направлениям деятельности организации. Многие процессы разбиваются на составляющие, за которыми закреплены ответственные исполнители, например, производственный процесс. Кто-нибудь заболел, у начальника цеха (или старшего смены) возникает управленческая проблема оперативного характера. Способы решения известны. Информация исчерпывающая. Аналогично работают другие подразделения.

На тактическом уровне деятельность руководителей усложняется. Управленческие решения начинают затрагивать работу нескольких подразделений или даже всей организации на кратко- и среднесрочную перспективу. Например, определение ассортиментной политики продаваемых товаров. Есть фактор неопределенности со стороны внешней

среды, но в целом, механизм отработан, поддается планированию. Однако сложность решаемых задач требует и более высокой квалификации, и наличия доступа к более обширной информации – уровень директоров.

На стратегическом уровне наступает «творчество». На принятие управленческих решений влияют: а) очень высокий уровень неопределенности; б) долгосрочный период планирования; в) «эффект изменения организации» (организация – это прежде всего совокупность людей, которые не могут постоянно работать как роботы или механизмы, кто-то выгорает, кто-то увольняется, кто-то заболевает, кто-то меняет свои интересы, также приходят новые люди, у которых иное видение) [2].

Поэтому стратегический менеджмент хоть и опирается на базовые функции управления, но имеет свою специфику, свой уровень мышления, который оперирует вероятностными событиями.

Стратегический менеджмент. Процесс формирования и функционирования системы стратегического управления, обеспечивающий разработку и долгосрочную реализацию стратегии, ее доктрины, в соответствии с содержащимися в них миссией, приоритетами, целями и задачами, способствующими созданию или приумножению фундаментальной ценности объекта стратегирования [1].

Теория и практика обеспечения стратегической конкурентоспособности и эффективности решений путем разработки стратегии организации при возложении ответственности за эту работу на ее руководителей [3]. Но, мало просто разработать стратегию и ее реализовать, необходимо, чтобы работа организации была выстроена с опережением существующих тенденций развития отрасли/рынка.

Например, что делать оптовому поставщику лекарственных препаратов, чтобы через 5–10 лет не только сохранить свой статус, а, например, войти в тройку ведущих поставщиков. Чтобы ответить на этот вопрос необходимо не просто идти в ногу со временем, а смотреть, что происходит в мире: в науке, образовании, экономике, политике, культуре и т.п. Оценивать вероятность наступления тех или иных событий, использовать сценарный подход и видоизменять стратегию, если необходимо.

Что касается организации процесса стратегического менеджмента (или управления), в том числе одного из его элементов – проектной деятельности, то эффективность этой работы во многом зависит от трех составляющих: а) уровень организации процессов; б) уровень квалификации людей в процессах; в) уровень мотивации людей в процессах.

Если хотя бы одна из составляющих «хромает», то и весь процесс начинает давать сбой.

Научный руководитель: А.Е. Плахин

Библиографический список

1. *Квинт В.Л.* Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке: учебное пособие для студентов вузов. М.: Бизнес атлас, 2012. 627 с.
2. *Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж.* Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента: учеб.-практ. пособие. 5-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2019. 365 с.
3. *Фатхутдинов Р.А.* Управленческие решения: учебник. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2021. 344 с.

И.А. Власов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка подходов к развитию организации в условиях конкурентной среды

Аннотация. Развитие организаций в условиях конкурентной среды является актуальной проблемой бизнеса. Для успешной работы в таких условиях необходимо понимать факторы конкурентоспособности, применять соответствующие методы и способы управления конкурентоспособностью и разрабатывать эффективные конкурентные стратегии. В работе рассмотрены подходы к развитию организаций в условиях конкурентной среды, а также предложены методы и рекомендации по повышению их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность; перспективы развития организации; конкурентная среда; методы повышения конкурентоспособности.

В условиях современной конкурентной среды управление конкурентоспособностью организации становится все более сложным и важным процессом. На фоне изменяющихся условий рынка, снижения спроса, изменения потребительских предпочтений и других факторов, необходимо разработать подходы к развитию организации, способные обеспечить ее конкурентоспособность в долгосрочной перспективе. Это актуально для многих организаций, стремящихся сохранить и улучшить свои позиции на рынке, обеспечивая стабильный рост и прибыльность.

Цель исследования – разработать подходы к развитию организации в конкурентных условиях, определить факторы конкурентоспособности и разработать конкурентные стратегии, позволяющие организации увеличить долю на рынке и обеспечить долгосрочное развитие в условиях высокой конкуренции.

В результате проделанной работы сделаны следующие выводы.

1. Конкурентоспособность организации является важным фактором ее успеха на рынке и зависит от ряда внутренних и внешних факторов,

таких как качество продукции, цена, маркетинговая стратегия, управление ресурсами и другие.

2. Методы и способы управления конкурентоспособностью организации включают в себя анализ внешней и внутренней среды, оценку ресурсов и возможностей, разработку стратегии и тактики, контроль и оценку результатов.

3. Важным этапом в развитии конкурентоспособности является разработка конкурентных стратегий, которые могут быть ориентированы на снижение затрат, дифференциацию продукции, развитие новых рынков и другие цели.

4. Развитие конкурентоспособности организации может быть реализовано с помощью различных подходов, включая усиление внутренних ресурсов, сотрудничество с другими организациями, расширение рынков сбыта и др.

5. Основными вызовами при разработке подходов к развитию конкурентоспособности организации – высокая динамичность конкурентной среды, непредсказуемость изменений на рынке и ограниченность ресурсов.

6. В процессе разработки подходов к развитию конкурентоспособности организации необходимо учитывать ее стратегические цели, корпоративную культуру, уровень компетенций персонала, степень автоматизации процессов и другие факторы.

7. Результатом эффективного управления конкурентоспособностью является увеличение рыночной доли, улучшение финансовых показателей, повышение уровня удовлетворенности клиентов и сотрудников, а также укрепление позиций на рынке.

Научный руководитель: *И.Н. Ткаченко*

Е.С. Волкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Оплата по факту использования»

Аннотация. Модель ведения бизнеса «Оплата по факту использования» предполагает, что вместо предварительной покупки определенного количества товара клиенты оплачивают фактическое использование в конце расчетного периода.

Ключевые слова: бизнес-модель; аренда; «плата за клик»; товары; услуги.

Модель «Оплата по факту использования» уже давно используется в бизнесе. При этом арендная плата зависит от времени использования арендованного имущества. С помощью электронных счетов эту модель

можно применять в разных сферах жизни [1]. В этой модели клиенты оплачивают услуги на основе реального потребления, а не по фиксированному тарифу. Оплата может зависеть от количества потребленных единиц или продолжительности использования. Это справедливая модель, так как те, кто редко пользуется услугой, платят меньше. Однако компании могут столкнуться с проблемой оценки объема продаж, так как клиенты используют услуги спонтанно. Чтобы гарантировать непрерывные поступления, многие компании прописывают в договорах обязательный минимум использования услуги.

Модель «Оплата по факту использования» не нова, но технологии позволяют использовать ее на новом уровне. Например, страховые компании могут монетизировать свои услуги, используя датчики ИОТ, которые позволяют оплачивать страховку по мере использования машины клиентом. Данная модель привела к созданию множества инновационных бизнес-моделей, включая модель оплаты онлайн-рекламы за клик. Рекламодатели платят только за клики на рекламу, что позволяет привлекать клиентов на сайт и увеличивать продажи. Эта модель стала доминирующей в онлайн-рекламе и была изобретена стартапом GoTo в 1998 г.¹

В 2008 г. Daimler запустил программу Car2Go, которая использовала новый подход к каршерингу – «Оплата по факту использования». В отличие от других служб проката автомобилей, которые предоставляли автомобили на определенное количество часов или дней, Car2Go предлагала клиентам арендовать автомобили на минуты. Кроме того, клиентам не нужно было указывать точное время возврата, и они могли вернуть ключи в любом удобном для них месте. Клиенты оценили гибкость и возможность контролировать расходы, что подтверждает правильность выбора Daimler.

В настоящее время в России действует множество компаний, предоставляющих услуги каршеринга, а также все большую популярность приобретает аренда самокатов. В условиях пробок люди часто прибегают к аренде самокатов, так как это быстро, удобно и недорого. Покупка электросамоката обойдется в большие деньги, а аренда делает его доступным для каждого.

Кроме того, существует множество других примеров аренды, таких как свадебные наряды и костюмы, офисные помещения, квартиры, здания, автомобили, строительные инструменты и другие вещи, которые не исчезают после использования².

¹ Что такое CPC? URL: <https://emailsoldiers.ru/glossary/cpc>.

² Как составить договор аренды // Тинькофф журнал. 2023. 22 июня. URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/arenda-imushchestva/#:~:text=Передавать%20в%20аренду%20можно%20квартиры%2C,и%20финансовую%20аренду%20—%20лизинг>.

Огромный потенциал шаблона «Оплата по факту использования» заключается в возможности накопления и анализа информации. Технологии оценки использования продуктов существовали всегда, но благодаря снижению затрат на ИТ появились новые способы их применения к конкретным бизнес-операциям, что приводит к улучшению экономической ситуации в регионе [2].

Научный руководитель: *Л.К. Чеснюкова*

Библиографический список

1. *Гассман О., Франкенбергер К., Шик М.* Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: учеб. пособие. М.: Альпина Пабли., 2016. 432 с.
2. *Куклинова П.С., Чеснюкова Л.К.* Моделирование экономического роста промышленного макрорегиона в условиях цифровой экономики // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. 2022. № 1 (35). С. 53–57.

К.К. Востриков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление строительной организацией на основе сбалансированной системы показателей

Аннотация. Рассмотрены вопросы эффективности управления строительной организацией на основе сбалансированной системы показателей с учетом специфики рынка строительства первичного жилья.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей; строительная организация; рынок.

В настоящий момент рынок строительства первичного жилья отличается высоким уровнем конкуренции и значительными финансовыми рисками (в силу высокой себестоимости производства строительных работ организации должны обладать высоким запасом прочности и большим уровнем финансовых резервов, чтобы не допустить срыва сроков сдачи объектов) [2].

Поэтому на первый план выходят проблемы не столько получения прибыли, сколько устойчивого развития организаций в условиях рынка, что достигается при помощи стратегического планирования [1].

При этом необходим контроль реализации стратегии, который обеспечивает постоянный учет влияния изменяющихся факторов рыночной среды на организацию и ее деятельность. Именно этому способствует

разработка системы управления на основе сбалансированных показателей (далее – ССП).

ССП разрабатывалась для организации ООО «ПСК „Активстрой-сервис“». Предварительный анализ показал, что у организации имеется убыток от продаж в размере 1 216 тыс. р. (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Некоторые финансовые результаты деятельности организации

Показатель	Значение показателя, тыс. р.			Изменение показателя		Среднегодовая величина, тыс. р.
	2019	2020	2021	тыс. р.	± %	
Выручка	39 018	19 167	—	—	—	19 395
Расходы по обычным видам деятельности	41 867	19 440	1 216	−40 651	−97,1	20 841
Прибыль (убыток) от продаж	−2 849	−273	−1 216	1 633	187,4	−1 446
Чистая прибыль (убыток)	1 617	−732	−71	−1 688	−198,5	271

Основной целью организации является достижение такой ситуации, при которой выручка превышает размеры себестоимости. Была спроектирована карта стратегических целей и инициатив, которая является базой для построения ССП (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Некоторые стратегические цели и инициативы организации

Перспективы	Страте- гические цели	Показатели	Единицы измере- ния	Целе- вое значе- ние	Страте- гическая инициатива
Финансы	Рост продаж	Уровень роста товарооборота	тыс. р.	+6 000	Новые каналы сбыта
	Снижение роста себестоимости	Коэффициент изменения себестоимости	%	−5	Рост техно- логичности строитель- ства
	Повышение рентабельности	ROS	%	15	Снижение расходов

Перспективы	Стратегические цели	Показатели	Единицы измерения	Целевое значение	Стратегическая инициатива
Заинтересованные стороны	Увеличить количество договоров	Коэффициент роста количества заключенных договоров	%	30	Система маркетинговых мероприятий
	Улучшить каналы сбыта	Выручка от новых клиентов	тыс. р.	+6 000	Улучшение делового имиджа
Процессы	Увеличить масштабы строительства	Количество новых объектов	шт.	+2	Привлечение инвестиций
Стратегический потенциал	Упрочить позиции на рынке	Доля рынка	%	+0,003	Увеличить количество объектов

На основе этой стратегической карты можно разрабатывать и интегрировать полноценную ССП для рассматриваемой организации.

Поскольку основной целью является выход из кризиса и рост прибыли от продаж (то есть такой ситуации, при которой выручка превышает размеры себестоимости), все показатели направлены именно на это. То есть увеличение количества договоров, снижение количества расторгнутых договоров будут способствовать росту количества проданных объектов (квартир), и обеспечить это можно будет в том числе ростом объемов строительства.

Научный руководитель: *И.Н. Ткаченко*

Библиографический список

1. Белова Н.Е., Сбитнева Д.В. Потребность в совершенствовании механизма программно-целевого планирования развития регионального инвестиционно-строительного комплекса // Перспективы развития потенциала инновационной модернизации социально-экономических систем: материалы международной научно-практической конференции. Владимир: ВлГУ, 2014. С. 66–69.
2. Еремкина Ю.В., Лялькова Е.Е. Применение сбалансированной системы показателей на торговых предприятиях строительной отрасли // Экономические науки. 2021. № 194. С. 109–113.

Система источников финансирования промышленных предприятий

Аннотация. Актуальность рассмотрения источников финансирования денежного капитала предприятия никогда не утратит важность и значимость, поскольку именно он играет важную роль, в процессе функционирования хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: денежный капитал; финансовая устойчивость; эффект финансового рычага; рентабельность капитала; средневзвешенная стоимость капитала; рыночная стоимость бизнеса.

Любой хозяйствующий субъект должен быть обеспечен необходимыми финансовыми ресурсами, в совокупности составляющих величину денежного капитала. Источники финансирования денежных фондов могут быть внутренними, которые, как правило, бесплатные, и внешними (заемными, привлеченными [1]. важно соблюдать оптимальную структуру между их соотношением.

АО «Серовский гормолзавод» – промышленное предприятие, производящее молоко и молочной продукцию¹.

Структура денежного капитала молокозавода в 2019–2021 гг. не соответствует нормативу (см. таблицу). 40% от величины пассива баланса промышленного предприятия должен занимать собственный капитал, а в свою очередь долгосрочные обязательства должны составлять 40%, краткосрочные – 20%.

Денежный капитал АО «Серовский гормолзавод» (2019–2021 гг.)

Показатель	2019		2020		2021	
	тыс. р.	%	тыс. р.	%	тыс. р.	%
Собственный капитал	105 465	60,24	109 284	54,25	108 513	59,85
Долгосрочные обязательства	5 829	3,33	32 650	16,21	24 472	13,50
Краткосрочные обязательства	63 787	36,43	59 520	29,55	48 325	26,65
<i>Итого</i>	<i>175 081</i>	<i>100</i>	<i>201 454</i>	<i>100</i>	<i>181 310</i>	<i>100</i>

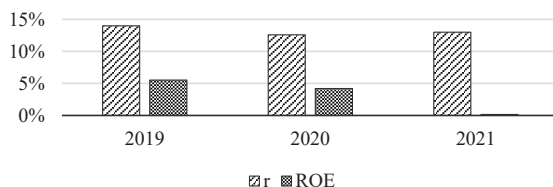
¹ Центр раскрытия корпоративной информации. URL: <https://e-disclosure.ru/?attempt=1>.

Большую долю занимают собственные источники и краткосрочные обязательства, что свидетельствует о том, что на предприятии неэффективно сформирована кредитная политика. Предприятие функционирует за счет собственных источников средств.

Финансовая устойчивость предприятия в 2019 г. составляла 60,24%, в 2020 г. – 54,25%, а в 2021 г. – 58,85%.

Серовский молокозавод превышает норму по финансовой устойчивости. С одной стороны, это говорит о том, что предприятие не имеет финансовой зависимости, так как функционирует за счет собственных источников. А с другой стороны, свидетельствует об неэффективном управлении и неэффективно сформированной кредитной политики [2].

Эффект финансового рычага определяет оптимальное соотношение между заемным и собственным капиталом организации. Важно, чтобы выполнялось условие: $ROE > r$. На протяжении всего рассматриваемого периода данное неравенство не выполнялось (см. рисунок).



Соотношение рентабельности капитала ОА «Серовский гормолзавод» и процентной ставки (2019–2021 гг.)

В 2019–2021 гг. показатель имел отрицательный результат (в 2020 г. – –4,08%, в 2020 г. – –5,33%, в 2021 г. – –8,16%).

Так как значения отрицательные, то использование заемных средств неэффективно для предприятия, необходимо от них отказаться.

Средневзвешенная стоимость капитала (WACC) показывает, сколько затрат приходится на 1 р. капитала [2].

За рассматриваемый период с 2019 по 2021 г. значение показателя снижалось (в 2019 г. составляло 5,6%, в 2020 г. – 5,8%, в 2021 г. – 5,2%). Важно отметить, что WACC капитала больше рентабельности капитала, что говорит о высоких затратах на обслуживание заемных средств.

Рыночная стоимость бизнеса в 2019 г. составляла 103 982 143,00 р., в 2020 г. – 79 362 069,00 р., в 2021 г. – 3 134 615,38 р. Рыночная стоимость бизнеса сравнивается с размером имущества предприятия (в 2019 г. 175 081 000 р., в 2020 г. – 201 454 000 р., а в 2021 г. – 181 310 000 р.). Наблюдалось значительное снижение и существенное превышение размера имущества предприятия, что свидетельствует о снижении ин-

вестиционного потенциала, а также о неэффективно сформированной кредитной политики.

В 2019 г. рынок обесценил стоимость бизнеса более чем в полтора раза, в 2020 г. в 2,5 раза, а в 2021 г. в 80 раз. В будущем бизнес может стать убыточным.

Библиографический список

1. *Афоничкин А.И., Журова Л.И., Михаленко Д.Г.* Финансовый менеджмент в 2 ч. Ч. 2. Финансовая политика предприятия: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 297 с.

2. *Трошина О.В.* Финансы организаций (предприятий): учеб. пособие. Пермь: ПГНИУ, 2021. 198 с. URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/troshina-finansy-organizacij.pdf>.

А.Е. Казаков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление строительной организацией на основе оптимизации технологической подготовки производства

Аннотация. Рассмотрены вопросы управления процессами конструкторской, технологической и организационной подготовки производства строительной организации, место данных процессов в системе управления организацией в целом и взаимосвязь с результатами финансового-хозяйственной деятельности организации.

Ключевые слова: строительная организация; технологическая подготовка; система управления.

Управление любой организацией – это сложная система, состоящая из разных блоков и направленная, в конечном счете, на достижение результата в виде устойчивого развития на рынке и максимизации прибыли. Эту же цель так или иначе преследует и управление производством, эффективность которого обеспечивает снижение затрат и ускорение производственного цикла.

При этом важно отметить, что управление производством также должно учитывать специфику рынка и влияние факторов внешней и внутренней среды [1].

Основной особенностью подготовки производства в строительстве является сложная многоэтапная конструкторская и технологическая подготовка. Соответственно, именно от ее оптимизации будет зависеть

скорость производства работ, что напрямую влияет на конечный финансовый результат [2].

Исследование проводилось на базе организации ООО «Брусника. Специализированный застройщик», которая специализируется на строительстве жилых многоэтажных домов.

Рассмотрим некоторые (наиболее важные) финансовые результаты организации (см. таблицу).

**Выборочные финансовые результаты
ООО «Брусника. Специализированный застройщик»**

Показатель	Значение, тыс. р.		Изменение	
	2020	2021	тыс. р.	%
Выручка	21 085 727	19 923 685	–1 162 042	–5,5
Расходы по обычным видам деятельности	17 283 329	17 248 296	–35 033	–0,2
Прибыль (убыток) от продаж	3 802 398	2 675 389	–1 127 009	–29,6

Анализ показывает, что выручка за год снизилась на 5,5%, при этом себестоимость снизилась только на 0,2%, что может говорить о неэффективном управлении этапами технологической подготовки строительства.

Соответственно, при разработке системы стратегического управления процессами конструкторской, технологической и организационной подготовки производства на предприятии ООО «Брусника. Специализированный застройщик» целесообразно сконцентрироваться на снижении себестоимости за счет ускорения производства (поскольку специфика строительного рынка накладывает отпечаток, и в соотношении выручки и себестоимости всегда наблюдается дисбаланс, темпы роста себестоимости опережают темпы роста оборота).

В современной практике многие застройщики переносят готовые строительные элементы (готовые металлические каркасы, готовые железобетонные конструкции и др.) на подготовку и prefабрикацию с целью снижения и перераспределения издержек.

В этом случае сам процесс строительства превращается в монтаж на месте элементов серийного производства. Данное предложение требует более детального анализа, поэтому в рамках статьи ограничимся системной оценки и внедрения (см. рисунок).



Система разработки и внедрения процессов префабрикации

Стратегия переноса производства строительных элементов и конструкций на префабрикацию сокращает издержки, упрощает контроль и работы по производству.

Научный руководитель: *И.Н. Ткаченко*

Библиографический список

1. *Гусакова Е.А., Павлов А.С.* Основы организации и управления в строительстве: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: в 2 ч. М.: Юрайт, 2017. Ч. 1. 258 с.
2. *Припадчева И.В.* Управление процессом выполнения производственного проекта // Вестник Брянского государственного университета. № 1. 2019. С. 319–322.

Э.А. Карташова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Этапы формирования системы мотивации участников проектной деятельности в компании

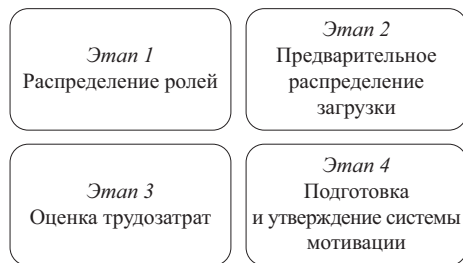
Аннотация. Рассмотрены этапы и особенности построения эффективной системы мотивации участников проектной деятельности в компании.

Ключевые слова: мотивация в проектной деятельности; система мотивации; этапы формирования.

Построение эффективной системы мотивации проектного персонала в проектно-ориентированных компаниях зависит от многих факторов, включая особенности проектов компании, их масштабы, сроки

реализации, тип оргструктуры компании, уровень проектной зрелости и т.д. [1]. При этом, стоит отметить, что грамотная организация процесса формирования системы мотивации проектных команд тоже играет большую роль.

В построении эффективной системы мотивации проектного персонала руководителю необходимо учитывать этапы развития команды [3]. Так, Е.Е. Шушкевич выделяет такие этапы как формирование, бурление, нормирование, функционирование. Кроме того, необходимо учитывать и этапы формирования самой системы мотивации команды [2] (см. рисунок).



Этапы формирования системы мотивации проектного персонала¹

На первом этапе определяется число сотрудников, которые будут задействованы в реализации проекта от его начала и до завершения, требующих мотивационного вознаграждения. Для этого, исходя из календарного графика проекта, необходимо назначить ответственных специалистов за каждый вид важных работ. При этом к системе мотивации могут быть привлечены работники, чье участие важно для определенных этапов, без которых переход с одной вехи к другой невозможен.

Второй этап формирования системы мотивации проектного персонала подразумевает расчет времени, которое потратит работник на выполнение того или иного вида работ. В данном случае цифры могут быть примерными и определены экспертным путем. Также важно отметить, что здесь можно использовать процентное соотношение временного показателя деятельности.

На третьем этапе потребуется размер средней заработной платы участников проектной команды. Эта информация необходима для объективной оценки стоимости труда каждого сотрудника. Здесь важно понимать, что работник должен оценить уровень премии, выплаченной ему за проект в соответствии с его квалификацией и приложенными усилиями.

¹ Сост. по: [3].

В результате, к завершению третьего этапа руководитель подходит к формированию бюджета проекта по заработной плате, той части оплаты труда, который участник проектной команды получит при любом стечении обстоятельств, так как это его основной и стабильный доход на данном предприятии.

В предлагаемой схеме формирования системы мотивации проектного персонала также присутствует четвертый этап, заключающийся в подготовке и утверждении системы мотивации. В частности, мотивационный фонд должен стать «второй зарплатой» для сотрудника на время реализации проекта.

Именно на этом этапе происходит построение системы вознаграждений для участников проектной команды. Для этого в систему вводятся дополнительные критерии, обязательные к исполнению:

1. Вся сумма мотивационного фонда должна быть распределена пропорционально среди участников проекта, в зависимости от их вклада, в течение всего срока реализации проекта.

2. Выплата каждой части бонусов должна быть привязана к выполнению важной вехи проекта.

3. Должен быть определен коэффициент трудового участия сотрудников проектной команды по факту завершения каждого из этапов проекта.

4. После успешной реализации проекта должен быть произведен перерасчет базовой части заработной платы (оклада) с целью его повышения на определенный процент.

Все этапы системы мотивации должны быть прописаны в Положении о мотивации участников проектной деятельности организации или другом локально-нормативном документе об оплате труда персонала.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

Библиографический список

1. *Савченко Я.В.* Факторы формирования и функционирования системы мотивации в проектном управлении // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы I Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. (Екатеринбург, 24 мая 2018 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2018. Т. 2. С. 93–97.

2. *Танчук О.Г., Маковкина С.А.* Мотивация проектных команд // ЭГО: Экономика. Государство. Общество. 2017. № 2. С. 1.

3. *Шушкевич Е.И.* Особенности мотивации членов команды на различных этапах ее развития // Современные социально-гуманитарные исследования: теоретико-методологические и прикладные аспекты: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 30 ноября 2019 г.): в 2 ч. Белгород: ООО «Агентство перспективных научных исследований», 2019. Ч. I. С. 145–154.

Факторы устойчивого развития предприятия в условиях «несистемного» кризиса

Аннотация. В условиях нестабильной рыночной экономики важной задачей развития компаний является прогнозирование будущего финансового состояния, правильный выбор стратегии и модели поведения на рынке. Успешность компании, эффективное использование факторов производства, стоимость капитала и оценка стоимости компании оценивается менеджерами и инвесторами с помощью определенных экономических показателей устойчивого развития. В данной статье рассмотрены факторы устойчивого развития предприятия в условиях «несистемного» кризиса.

Ключевые слова: кризис; «несистемный» кризис; устойчивое развитие; факторы устойчивого развития; исследование устойчивости.

В современном мире появляется все больше разногласий, связанных с ростом производства материальных благ, уменьшением количества доступных природных ресурсов, ростом материального неравенства населения и ухудшением экологической обстановки в мире. Данные проблемы с подвигли весь мир озадачиться проблемой устойчивого развития экономических систем.

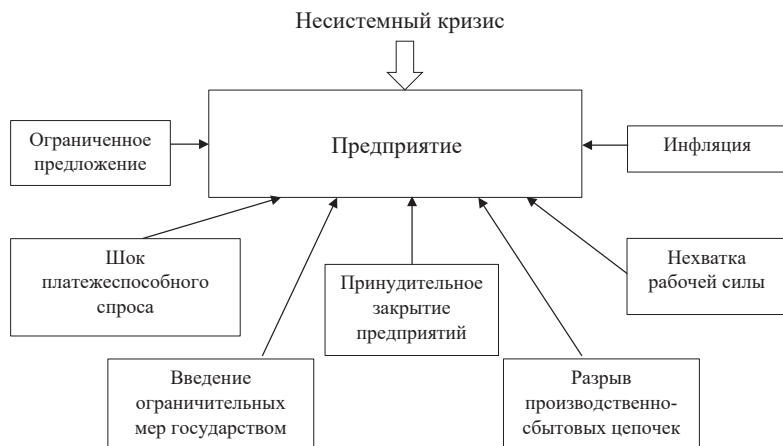
Одной из важнейших задач является выявление и анализ потенциальных проблем, вследствие чего необходимо оперативно оценивать возможности предприятия для определения вариантов повышения их устойчивого развития. Эффективность функционирования предприятия во многом определяется степенью грамотности управления хозяйственной деятельностью, поддержанием устойчивого конкурентного состояния и сохранением преимуществ перед конкурентами. Исходя из этого можно сказать, что «устойчивое развитие» является одним из ключевых инструментов в оценке эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

В последние годы экономика развитых стран переживает беспрецедентный спад из-за пандемии новой коронавирусной инфекции (SARS-CoV-2). Экономическое развитие России также сопряжено со значительным влиянием беспрецедентных по масштабу экономических санкций, введенных рядом развитых стран. Указанные негативные явления являются причиной так называемого «несистемного» кризиса.

«Несистемный» кризис – кризис, вызванный форс-мажорными обстоятельствами (пандемии, природные катаклизмы, стихийные бедствия, техногенные аварии и катастрофы), вследствие которого реакция

государства на угрозу выражается в официальном установлении ограничительных мер по предупреждению или ликвидации чрезвычайной ситуации, связанной с непредсказуемыми последствиями для экономики и всего общества в целом [1].

На рисунке представлены факторы, влияющие на устойчивое развитие предприятия в условиях «несистемного» кризиса.



Факторы, влияющие на устойчивое развитие производственного предприятия в условиях «несистемного» кризиса [3]

Введение ограничительных мер государством, в связи с распространением пандемии COVID-19: закрытие границ, запреты на зарубежные перелеты, соблюдение социальной дистанции, максимальное ограничение всех массовых мероприятий, принудительное закрытие предприятий и перевод работников на удаленную систему работы, сильно повлияли на отрасли промышленности.

Шок платежеспособного спроса является одним из ключевых факторов снижения промышленного производства. Потребители сокращают свои расходы на фоне снижения доходов, страха заразиться вирусом и возросшей неопределенности. Это приводит к снижению спроса на продукцию и услуги во многих отраслях экономики и промышленности, в частности.

Согласно классификации Международной организации труда, промышленность относится к числу отраслей, в которых работники в наибольшей степени страдают от последствий кризиса. В этом секторе занято 463 млн чел., или 13,9% от общего числа занятых в мире [2]. Карантинные меры, закрытие магазинов, отмена заказов и снижение за-

рабочней платы снижают потребительский спрос, что напрямую влияет на положение работников промышленного сектора.

Цепочки создания стоимости вынуждены адаптироваться к меняющейся ситуации в режиме реального времени. По данным Всемирного экономического форума (ВЭФ), растущий спрос на средства индивидуальной защиты и вентиляторы привел к переоснащению промышленных предприятий.

По прогнозам ВЭФ, нынешний кризис будет способствовать более широкому внедрению робототехники и искусственного интеллекта в производственно-сбытовые цепочки. Такие технологии позволят сократить участие людей в производственных и маркетинговых процессах, снизить риск передачи инфекции и зависимость от человеческих ресурсов, а также позволят быстро адаптироваться к внезапному сокращению или увеличению спроса.

В условиях рассматриваемого «несистемного кризиса» промышленные предприятия в России были сильно дестабилизированы таким масштабным фактором как темпы инфляции. Инфляция оказывает свое влияние на большое множество используемых финансовых показателей предприятия. Процесс инфляции негативно сказывается на таких факторах, относящихся к деятельности предприятия как: общее повышение уровня цен в стране вследствие девальвации рубля; недооценка стоимости материальных активов предприятия; потеря финансовыми активами своей стоимости; себестоимость продукции предприятия является заниженной из-за чего искусственно растет сумма прибыли и увеличиваются бремя налогообложения; будущие доходы предприятия будут снижены.

Инфляция плотно вжилась в экономическую ситуацию в России, в связи с этим при планировании динамики устойчивого развития любого предприятия необходимо всегда оценивать влияние этого фактора.

Многие организации схожи во мнении, что за основу стратегических мер для восстановления хозяйственной деятельности предприятия необходимо взять международные трудовые нормы, которые носят характер устойчивости и справедливости. Данные стандарты направлены на поддержку интересов людей к экономическому развитию, а также отражают баланс между интересами работников, поддержкой предприятия и ростом спроса.

Таким образом, в условиях «несистемного» кризиса на устойчивость развития предприятия оказывают влияние ряд факторов. Для эффективного функционирования в условиях их воздействия компания должна обеспечения снижение негативного влияния данных факторов.

Научный руководитель: *Л.А. Раменская*

Библиографический список

1. *Бобылев С.* Устойчивое развитие: парадигма для будущего // *Мировая экономика и международные отношения.* 2017. Т. 61, № 3. С. 107–113.
2. *Высочина М.В., Сулыма А.И.* Развитие методического подхода к оценке устойчивого развития интегрированных бизнес-структур // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции.* 2020. № 1 (50). С. 150–157.
3. *Гиротра К., Нетесин С.* Оптимальная бизнес-модель: Четыре инструмента управления рисками. М.: Альпина Паблишер, 2021. 216 с.

Ю.А. Муслов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Угрозы и новые возможности формирования стратегий предприятий в условиях неопределенности

Аннотация. Проведен анализ возможных угроз и применения нововведений, продуктивных мер и методик в целях формирования и принятия эффективных для предприятия стратегических решений в условиях кризиса или неопределенности. Рассмотрена методика стратегического планирования с описанием ее апробации в среде предприятия в кризис.

Ключевые слова: пандемия; кризис; управленческие решения; убытки; доходы; стратегии; предприятие.

Малый и средний бизнес большинства стран Европы понес значительные убытки из-за периода самоизоляции, падения спроса из-за снижения доходов, затрат на реализацию мер по предупреждению случаев заражения коронавирусом на рабочих местах, сложностей с подачей отчетности, в том числе налоговой сферы, неопределенности в управленческих решениях в целом. Часть обозначенных проблем решается «мерами государственной поддержки малых и средних предприятий – наиболее представительных из пострадавших» [2, с. 109]. Для наиболее пострадавших секторов вводятся кардинальные меры поддержки, позволяющие стабилизировать деятельность конкретных предприятий.

Однако вышеуказанные проблемы и трудности способствовали изменению формата деятельности предприятий путем обращения к новым возможностям формирования стратегических планов в условиях неопределенности и трансформации угрозы бизнеса в благоприятное преобразование. Онлайн-среда во многих производственных сферах предоставляет новые бизнес-возможности и становится обычным явлением.

При этом уже сегодня можно отметить, что общее снижение доходов населения привело к снижению потребительской активности и повышению потребительской конкурентоспособности, что, скорее всего, приведет к тому, что с рынка уйдут малые и средние предприятия.

В сегодняшней ситуации важно, чтобы руководители могли быстро менять процессы, создавать стимулы, сочетать методы контроля с делегированием полномочий, грамотно реализовывать механизмы обзора работы и быстро выдавать бизнес-результаты в максимально эффективной форме. Есть предпосылки и результативность предприятий, которая позволяет думать, что они эмпирическим путем выберут лучшие модели удаленной работы, по крайней мере, в типичных бизнес-сценариях.

Из вышеизложенного можно сделать как минимум один очень важный вывод – инструменты коллективной работы активно совершенствуются в нынешний период жестких ограничений. Появляются передовые отраслевые практики, которых раньше не было.

Поэтому процесс стратегической разработки управленческих решений требует переосмысления классических инструментов стратегического планирования. Наиболее эффективным методом оценки внешней и внутренней среды среди всех прочих является SWOT-анализ (аббревиатура, состоящая из первых букв английских слов: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) [3, с. 299].

Метод SWOT-анализа применяется в несколько этапов (см. таблицу).

Применения метода SWOT-анализа в условиях кризиса

Этап применения метода	Действия / Стратегические решения
1-й этап – начальный	Обнаружение и анализ внутренних угроз и уязвимостей в среде внутреннего контроля предприятия
2-й этап – оценочный	Обнаружение и оценка угроз и возможностей во внешней среде предприятия
3-й этап – стратегический (результативный)	Создание матрицы стратегических возможностей и угроз, которая помогает определить способность предприятия использовать деловые возможности и учитывать угрозы внешней среды в условиях кризиса

В кризис применять данную методику в своем предприятии необходимо в максимально короткие сроки, увеличение временных периодов между принятиями решениями по каждому из периодов может иметь обратный эффект. SWOT-анализ максимально продуктивен в условиях кризиса. Необходимо провести «анализ внутренней и внешней сре-

ды организации, а затем принять быстрое максимально эффективное управленческое решение» [1, с. 1319].

Для лидеров, готовых на смелые шаги, кризис – это возможность коренным образом изменить корпоративную культуру и стратегические методы работы. Скорость и своевременность являются ключевыми факторами при проведении SWOT-анализа во время кризиса.

Таким образом, снова и снова мы сталкиваемся с тем, что кризис заставляет менеджеров и партнеров по бизнесу переосмысливать и пересматривать методы управления. Грамотные руководители способны повышать эффективность системы управления, масштабировать предприятие до оптимальных размеров, создать более сильную культуру производительности и последовательно отказываться от старых концепций.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

Библиографический список

1. Бухвальд Е.М. Переживет ли малый бизнес России шок 2020 года? // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 5. С. 1319–1336.
2. Солонина С.В., Брысина Д.А. Влияние пандемии COVID-19 на работу малого и среднего бизнеса // Фундаментальные исследования. 2021. № 3. С. 108–114.
3. Фадеев И.В. Стратегическое управление предприятием в условиях риска неопределенности (на примере пандемии коронавируса) // E-Scio. 2020. № 9 (48). С. 299–308.

И.Ю. Николаев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Развитие рынка дорожно-строительной техники в условиях новых вызовов

Аннотация. Статья посвящена анализу вызовов, с которыми сталкивается рынок дорожно-строительной техники и описанию основных направлений развития компаний данной отрасли.

Ключевые слова: дорожно-строительная техника; вызовы; рынок; направления развития.

Дорожно-строительная отрасль и смежная с ней горнодобывающая отрасль в России развиваются быстрыми темпами, и это отражается на рынке специализированной техники: меняются требования к технике, потребности в определенных ее видах. К тому же сфера дорожно-строительной отрасли остается довольно финансово привлекательной, так

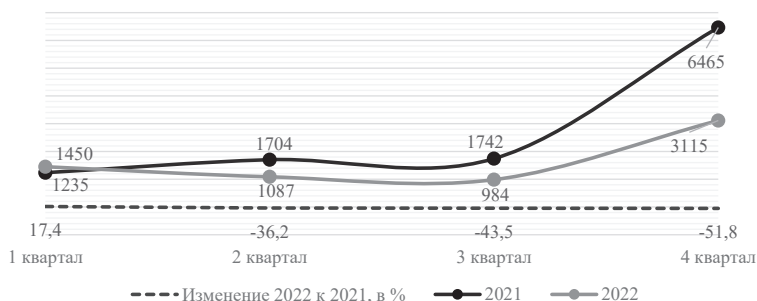
как поддерживается федеральными и региональными национальными проектами. Например, согласно данным сайта «национальные проекты. рф»¹ с 2021 по 2024 г. по национальным проектам «Безопасные качественные дороги» и «Модернизация транспортной инфраструктуры» планируется построить и восстановить порядка 3,4 тыс. км дорог федерального значения.

По итогам 2022 г., согласно данным Ассоциации европейского бизнеса, продажи спецтехники сократились на 33,3% (см. рисунок).

В первом квартале 2022 г. продажи выросли на 17,4% по сравнению с 2021 г., но после февральских событий, которые повлекли за собой приостановку деятельности и дальнейший уход многих дилеров стран ЕС, начали снижение.

Во втором квартале падение составило 36,2% продаж предыдущего года. Далее случилось усиление санкций и полный запрет на поставки отдельных видов машин. Продажи дорожно-строительной спецтехники сократились на 43,5% по сравнению с прошлым годом.

Как итог, продажи дорожно-строительной и спецтехники в России за IV квартал 2022 г. сократились на 51,8%². С рынка ушло довольно большое количество европейских производителей, на смену им приходят российские, белорусские, турецкие и китайские бренды.



Продажи дорожно-строительной техники

Таким образом, в настоящий момент можно выделить несколько направлений развития на рынке дорожно-строительной техники:

¹ Национальные проекты России. URL: <https://xn--80aapampemcchfino7a3e9ehj.xn--p1ai/projects> (дата обращения: 19.04.2023).

² Пресс-релизы // Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ). URL: <https://aeb.ru/ru/media/press-releases/sales-of-new-construction-equipment/> (дата обращения: 19.04.2023).

Первое направление – это замена на отечественных и белорусских поставщиков части рынка ушедших брендов. Многие заводы в кратчайшие сроки пересматривали производство, чтобы минимизировать зависимость от иностранных запчастей или наладить поставки через партнеров в дружественных странах. Негативным следствием стало то, что пришлось приостановить часть выпускаемой продукции в связи с отсутствием узлов отечественного производства, но это и подстегнуло производителей к внедрению наработок собственного производства. По подсчетам «Росспецмаша», российские заводы и заводы Республики Беларусь отгрузили на внутренний рынок за 2022 г. 35 456 машин, что на 21% больше, чем в 2021 г.¹

Второе направление – китайские производители. По данным информации об импорте строительной техники, предоставленной «Исследовательской компанией ID-Marketing»², доля поставок дорожно-строительной техники из Китая в некоторых сегментах, достигла 70%, что значительно превышает показатели предыдущих лет. Хотя участники тематических конференций высказывают обеспокоенность и говорят о необходимости продолжения господдержки российских производств. Однако с уходом топ-брендов, компании-дилеры вынуждены рассматривать китайских производителей, как альтернативу для поддержания бизнеса, что в свою очередь повлечет за собой улучшение качества сервиса, что на данный момент отталкивает покупателей от данной техники. Активизировались и другие страны. Так, по данным «Исследовательской компании ID-Marketing»³, поставки из Турции составили 41% импорта экскаваторов-погрузчиков с января по сентябрь 2022 г.

Третье направление – рост цен и параллельный импорт. По оценкам самих игроков рынка, они выросли более чем на 15% на фоне увеличившихся сроков поставок. Но эта цифра ниже, чем инфляция в других сферах машиностроения.

В соответствии с этими направлениями развития постепенно начинает изменяться структура рынка, и, скорее всего, тенденции сохранятся.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

¹ *Россия: экспресс-отчет* // Российская ассоциация производителей специализированной техники и оборудования. URL: <https://rosspetsmash.ru/rossiya> (дата обращения: 19.04.2023).

² *Импорт спецтехники. IV квартал 2022 года* // Экскаватор Ру. Портал о спецтехнике. 2023. 24 марта. URL: https://exkavator.ru/main/news/inf_news/143103_import_spetsstehniki_iv_kvartal_2022_goda.html (дата обращения – 19.04.2023 г.).

³ *Там же*.

Система показателей как инструмент контроля за реализацией стратегических планов

Аннотация. Данная статья рассматривает систему показателей как инструмент контроля за реализацией стратегических планов в организации. В статье описывается, как система позволяет оценить эффективность достижения целей и задач, определенных в стратегическом плане, а также как она позволяет своевременно корректировать действия для достижения лучших результатов.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей; стратегические цели организации; стратегический контроль.

Сбалансированная система показателей (система сбалансированных показателей, ССП, англ. balancedscorecard, BSC) – является системой, позволяющей оценивать эффективность осуществляемой компанией деятельности исходя из стратегии и видения, эта методика управления производительностью организации, разработана Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном в 1990-х гг.

Основная идея ССП заключается в том, чтобы установить баланс между различными видами показателей, которые взаимодействуют друг с другом и поддерживают достижение стратегических целей организации [1].

Система сбалансированных показателей состоит из четырех основных категорий показателей:

- 1) финансовые показатели;
- 2) показатели потребителей;
- 3) показатели внутренних бизнес-процессов;
- 4) показатели обучения и развития.

ССП предоставляет организации инструмент для оценки ее производительности и определения, где следует сосредоточить усилия, чтобы достичь стратегических целей и где сконцентрировать внимание руководства компании на обеспечении реализации миссии [3].

Однако ССП как инструмент контроля должна соответствовать определенным требованиям, среди которых наиболее важными являются охват всех четырех аспектов деятельности (финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы и обучение и развитие), наличие причинно-следственных связей между показателями, баланс между финансовыми и нефинансовыми показателями и пр. [2].

Применение ССП дает несколько преимуществ компании:

- определение ключевых показателей производительности;
- установление связей между различными видами показателей;
- возможность управления производительностью в режиме реального времени;
- улучшение коммуникации между различными уровнями организации;
- увеличение мотивации персонала.

Комплекс присущих ССП особенностей состоит в том, что данная система:

- интегрирует информацию финансового и нефинансового характера;
- позволяет выбирать ограниченное количество показателей для мониторинга;
- связана с повышенным вниманием к значимым для компании стратегическим вопросам.

Система сбалансированных показателей ориентирована на решение ряда задач:

Задачи применительно к специалистам в сфере управления, они связаны с:

- разработкой и принятием обоснованных управленческих решений;
- мотивацией сотрудников на достижение стоящих перед компанией стратегических целей;
- осознанием сущности стратегии компании;

2. Задачи применительно к высшему руководству и собственникам, которые связаны с:

- повышением качественного уровня управленческой информации;
- обеспечением взаимосвязи между такими уровнями управления, как оперативный и стратегический;
- получением в оперативном режиме полного представления о том, в каком состоянии находится компания.

Применение такого инструмента стратегического контроля как BSC повышает эффективность реализации стратегии развития современной компании.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

Библиографический список

1. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию: пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. М.: Олимп-Бизнес, 2004. 294 с.
2. Карпенко Я.В. Методы оценки результативности управленческих инноваций на лесопромышленных предприятиях: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2006. 23 с.

3. Epstein M. J., Manzon J.-F. The Balanced Scorecard & Tableau de Bord: A Global Perspective on Translating Strategy into Action. INSEAD Working Paper Series, 1997. 20 p.

П.П. Степнов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Работа высокотехнологичных предприятий авиастроительной отрасли в условиях экономических санкций

Аннотация. Дается представление о влиянии мировых экономических отношений на стабильное развитие инновационных отраслей промышленности, на примере авиастроительной отрасли. Дана оценка важности поддержки правительства страны системообразующих отраслей экономики.

Ключевые слова: авиастроение; малая авиация; экономические санкции.

В свете современных тенденций развития мировых экономических отношений, когда российские высокотехнологические предприятия остаются без научного взаимодействия с зарубежными партнерами, остро встает вопрос обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий.

Инновационное развитие деятельности по созданию уникальной продукции и технологий ее производства позволяет обеспечить существенный временной и ресурсный заделы и, как следствие, повысить прибыльность всего производства.

Н.М. Тюкавкин в своей работе¹ выделяет следующие уровни управления, характеризующие организацию экономической безопасности технологических процессов:

- уровень государства, где экономическая безопасность характеризуется управлением развития экономики на основе инновационных процессов;
- уровень субъектов РФ, где выделяется система мер, направленных на создание условий развития экономики существующего региона;
- уровень отдельного промышленного комплекса, где выделяются меры для обеспечения устойчивого развития, наличия и использование ресурсной базы предприятий конкретного комплекса промышленности.

¹ Тюкавкин Н.М. Управление экономической безопасностью инновационных процессов высокотехнологичных промышленных предприятий // Недвижимость: экономика, управление. 2020. № 1. С. 20–23.

Одним из ключевых элементов обеспечения инновационного развития Российской Федерации является авиастроительная отрасль. На начало 2022 г. число предприятий отрасли составляет 268, а общая численность сотрудников 415,4 тыс. чел. Она играет важную роль в формировании машиностроительного комплекса страны благодаря тесной связи с обеспечивающими ее развитие отраслями экономики. Кроме того, развитие авиастроительного комплекса страны, в свете ухода гигантов отрасли с российского рынка, остро востребовано для обеспечения транспортной доступности всех регионов страны.

В настоящее время, жесткая зарубежная санкционная политика стала главным негативным фактором, влияющим на развитие отечественной авиационной отрасли. Ограничения импорта критически важных технологий, эмбарго на иностранные комплектующие изделия и материалы, а также оборудование в рамках инвестиционных проектов поставило под угрозу устойчивое развитие российской авиационной отрасли. С целью обеспечения экономической безопасности развития авиастроения было принято постановление Правительства РФ от 22 ноября 2022 г. под № 2114 «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации „Развитие авиационной промышленности“». В рамках изменений, первоочередной задачей ставится восполнение парка воздушных судов российских авиаперевозчиков за счет использования разработок предыдущих поколений и одновременного развертывания программ максимального импортозамещения материалов, технологий, комплексов и систем бортового оборудования для обеспечения выпуска, на последующих этапах, современных российских самолетов.

С целью обеспечения экономической безопасности и развития инновационного комплекса региона, Уральским заводом гражданской авиации на базе особой экономической зоны «Титановая долина» создается промышленный технопарк «Авиатор»¹. Основной целью является открытие новых высокотехнологических промышленных производств, развитие научно-технической и инновационной деятельности. В программе развития технопарка до 2026 г. – развертывание крупного производственного предприятия полного цикла изготовления перспективных воздушных судов малой авиации, таких как ЛМС-901 «Байкал» и ТВРС-44 «Ладога».

«Байкал», который должен встать на замену советскому Ан-2, будет оснащаться силовой установкой отечественного производства – ВК-800 (разработанной Уральским заводом гражданской авиации совместно с «ОДК-Климов»). Самолет ЛМС-901 в силах справиться с широким

¹ Официальный сайт Минпромторга РФ. URL: <http://minpromtorg.gov.ru/>.

кругом задач от пассажирских и грузоперевозок до применения в санитарной авиации, авиалесоохране, авиационных сельхозработах, патрулирования и мониторинга территорий. Использование данного воздушного судна призвано повысить транспортную доступность отдаленных регионов страны и развивать местные воздушные линии. По предварительным оценкам, потребность российского рынка, на ближайшие десять лет, составит порядка 230 самолетов, международного – не менее 500 воздушных судов.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

А.В. Тюленева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Формирование и распределение прибыли предприятия

Аннотация. Формирование и распределение прибыли на российских предприятиях происходит с учетом законодательства и под влиянием экономических изменений, как на мировых рынках, так и на внутреннем.

Ключевые слова: прибыль; доходы; расходы; финансовый результат; предприятие.

Устойчивое развитие любого современного предприятия невозможно без эффективного и грамотного перераспределения имеющихся ресурсов.

Прибыль – это ключевой показатель эффективности работы предприятия. Она является мерой того, насколько успешно организация использует свои ресурсы и выполняет свои задачи по производству товаров и услуг.

Множество определений экономической категории «прибыль» подчеркивает многоаспектность данного понятия. Одни авторы под прибылью понимают положительную разницу между доходами и расходами организации в денежном выражении [3]. Другие авторы определяют прибыль как конечный результат деятельности предприятия, за счет прибыли выплачиваются дивиденды собственникам, происходит расширенное воспроизводство предприятия, предоставляются социальные льготы работникам [4].

Процессы формирования прибыли на промышленных и торговых предприятиях отличаются. Ключевые отличия формирования прибыли на промышленных и торговых предприятиях заключаются в их основной деятельности, способах производства и обеспечения качества продукции, а также в управлении запасами и продажах товаров.

На промышленных предприятиях прибыль формируется за счет производства и продажи продукции, которая производится собственными силами. При этом важным показателем является уровень производительности, качество продукции, оптимизация расходов на производство и сбыт.

На торговых предприятиях прибыль формируется от продажи товаров, приобретаемых у других производителей. Прибылью для торговли служит разница между ценой продажи товаров и их стоимостью приобретения, а также затраты, связанные с приобретением и продажей. Основными показателями являются объем продаж, ценообразование, управление запасами, уровень обслуживания клиентов [2].

Сегодня существует несколько подходов к формированию и распределению прибыли. На предприятии при первом подходе создаются специальные фонды, такие как фонд накопления, фонд потребления, резервный фонд. Второй подход заключается не в разделении имеющейся прибыли компании между фондами, а в формировании единого многоцелевого фонда, в котором концентрируется как прибыль, уже используемая для накопления, так и свободные средства, которые могут быть использованы как для накопления, так и для потребления [1].

Если при анализе отчета о финансовых результатах наблюдается превышение себестоимости над выручкой – это негативное явление. Влияние роста цен на сырье и материалы приводит к снижению валовой прибыли. А увеличение коммерческих расходов может быть связано с увеличением расходов на тару, увеличение управленческих расходов – индексацией заработной платой. Увеличение этих расходов вызывает снижение прибыли от продаж.

Чтобы точнее оценить эффективность предприятия, используются системы показателей, основанных на рентабельности.

Понимание таких показателей, как прибыль и рентабельность, позволяет управлять финансами предприятия и принимать эффективные решения по улучшению бизнеса.

Рентабельность – один из ключевых показателей способности генерировать прибыль. Сравнение рентабельности с макроэкономическими показателями имеет большое значение для инвесторов и предпринимателей. Данный подход помогает понять, как компания вписывается в экономическую модель страны. Важным аспектом улучшения прибыльности и рентабельности является контроль затрат, стремление к их оптимизации и снижению. Сокращение издержек может иметь положительный эффект на прибыль, а, следовательно, и на рентабельность бизнеса.

Формирование и распределение прибыли являются важными этапами в работе предприятия. Корректное формирование заработной платы, расходов и доходов и адекватное распределение прибыли помогут повысить эффективность работы предприятия и улучшить его финансовое состояние.

Научный руководитель: *Э.Р. Закирова*

Библиографический список

1. *Князева Ю.Г.* Подходы к формированию и распределению прибыли хозяйствующего субъекта: Российская и зарубежная практика // Символ науки. 2018. № 1-2. С. 78–84.
2. *Мерзлякова М.К.* Особенности формирования доходов и расходов на промышленном предприятии // Вестник магистратуры. 2018. № 12-4 (87). С. 221–222.
3. *Славкина А.В.* Формирование прибыли и факторы, ее определяющие // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. №6-2. С. 160–167.
4. *Шеина Е.Г., Кошелева В.И.* Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. 2017. № 3 (78). С. 89–98.

А.А. Шихов, А.В. Фишер

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Работа банков России в условиях ограничений. Опыт Сбербанка

Аннотация. Представлена характеристика существующей банковской системы России и ее работа в условиях жестких международных ограничений на примере конкретной организации – банка. Данная тема актуальна в настоящий момент в связи неординарностью сложившейся для финансовых организаций ситуаций.

Ключевые слова: финансовая система; банк; санкции; ограничения; опыт работы.

Банковский сектор играет огромную роль в функционировании экономики России. Функционируя в стране с континентальной моделью управления, банки крайне важны при мобилизации и распределении свободных денежных средств. В 2022 г. банковская система столкнулась с серьезным вызовом – были введены беспрецедентные ограничения в отношении российской экономики целым рядом крупнейших европейских стран, в результате чего банковские структуры утратили часть функционала, а клиенты лишились ряда банковских услуг.

Российская банковская система является двухуровневой – во главе структуры находится мегарегулятор – Центральный Банк РФ, который регулирует второй уровень – коммерческие банки. В банковском секторе страны можно наблюдать две противоположные динамики: в то время, как активы под управлением банков постоянно увеличиваются (с 2008 по 2022 г. количество активов выросло в 6,5 раз), уменьшается количество работающих на рынке участников (с 2010 по 2022 г. количество банков уменьшилось более чем в 3 раза). В связи с этим можно сделать вывод, что на российском рынке имеется тенденция к укрупнению уже существующих коммерческих банков.

В 2022 г. множество коммерческих банков столкнулись с персональными и косвенными ограничениями, наложенными европейскими странами. Ряд банков потерял возможность совершать валютные переводы, приложения банков были удалены из крупных маркетплейсов приложений, были заморожены иностранные активы, введен запрет на работу с зарубежными компаниями. Более того, банки потеряли возможность выпускать карты платежных систем Visa и Mastercard. В связи с уже имеющимися проблемами сектора, такими как зависимость от иностранных технологий, жесткая политика Центрального Банка в отношении регулирования коммерческого сектора, а также и неэффективно-выстроенные бизнес-модели банков, банковский сектор понес колоссальные потери в первом полугодии в 1,5 трлн р., однако благодаря мерам, предпринятым ЦБ, и гибкостью ряда банков сектор смог выйти на показатель чистой прибыли в 203 млрд р. по итогам года.

Яркий пример того, как банки выстроили свою работу в условиях ограничений, – опыт крупнейшего коммерческого банка страны ПАО «Сбербанк России». Имея сильные показатели роста за прошлые годы и грамотно выстроенное проектное управление, он смог снизить свои издержки в текущей ситуации: предоставил возможность выпуска виртуальных карт, продлил сроки действия уже существующих пластиковых карт, продал непрофильные, невыгодные активы, перевел часть активов в собственность сторонней компании. Следуя принципам клиентоцентричности, банк также принял меры для сохранения лояльности клиентов: предоставил возможность установки приложения на Android и IOS, дал клиентам возможность работы с иностранными ценными бумагами, переведя счета другому брокеру, а также запустил ряд новых сервисов. В результате по итогам года банк вышел из серьезного убытка и получил прибыль 270 млрд р., что в совокупности с показателями первых двух месяцев 2023 г. говорит о дальнейшей оптимизации работы банка и возвращению к докризисным показателям в текущем году.

Остальные банки в той или иной степени уже последовали примеру Сбербанка, или же могут последовать ему в дальнейшем, работая как над оптимизацией структуры существующих активов, так и над сокращением издержек. Малые региональные банки за счет отсутствия прямых санкций могут существенно расширить свой бизнес, предлагая клиентам те продукты, которые недоступны крупным игрокам рынка. Крупные банки же могут повысить лояльность клиентов путем разработки новых продуктов и решений, позволяющих уходить от воздействия санкций, крайне перспективным будет также выход на новые рынки – Крымский полуостров, представляющий в настоящий момент «чистый лист» для банков России.

Долгосрочное развитие банков, вероятно, будет следовать докризисным тенденциям – это развитие банковских экосистем, укрупнение банковского сектора, а также уменьшение количества его участников или наличие крупных сделок по слиянию и поглощению между существующими банками.

Научный руководитель: *Я.В. Савченко*

Направление 8. Рынки, фирмы, бизнес-модели: факторы устойчивого развития в условиях новой нормальности

А.И. Каржавин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Потребительский рынок региона: логистические и коммерческие вызовы в условиях появления многополярного миропорядка

Аннотация. Кровеносная система любой страны – дороги и инфраструктура. От того, какой транспорт использует эти «кровенотоки», будет зависеть развитие экономики в целом. Предлагаю ознакомиться с рынком коммерческого транспорта России и оценить его будущее.

Ключевые слова: грузовые перевозки; Китай; Европа; логистические цепочки; рынок; санкции.

Грузовые перевозки как внутри страны, так и за рубеж, играют существенную роль в экономическом благополучии любой страны. Особенно это касается России, с ее огромными расстояниями, многоликостью отраслей народного хозяйства, выгоднейшим географическим положением и наличием большого количества соседей. Большая часть перевозок осуществляется автомобильным транспортом, основная единица которого это либо отдельно взятый грузовик, либо фура – седельный тягач с полуприцепом. Так, согласно статистике Министерства транспорта Российской Федерации, в 2020 г. грузооборот внутри страны составил 271,8 млрд тонно-километров, а в 2021 г. уже 285,3 млрд тонно-километров, что составляет 5% от общего грузооборота страны. Больше грузов перемещается только посредством трубопроводного и железнодорожного транспорта.

Естественно, грузовой транспорт, как и любой другой, нуждается в постоянном обновлении. Качество модернизации автопарков страны будет сопрягаться в конечном итоге с эффективностью перевозок, их надежностью и, несомненно, с репутацией экономической зрелости экономики России в целом.

Особой популярностью у перевозчиков нашей страны пользуются такие модели грузовиков и тягачей как, MAN, Scania, Mercedes, Daf, Volvo, Renault, Iveco, КАМАЗ и полуприцепы марок Schmitz, Krone, Kogel, ТОНАР. Все, кроме ТОНАР и КАМАЗ, – европейские модели, в основном, германские. Именно немецкие марки можно считать эталонными. До начала 2022 г. в России действовало несколько заводов по производству некоторых тягачей европейских брендов и крупноузловая сборка полуприцепов. Однако к середине 2022 г., в связи с постепенным уходом с российского рынка практически всех зарубежных европейских брендов, на рынке грузового транспорта возник сильнейший дефицит. Цены на остатки новой техники взлетели на 50–70%, и, как следствие, на технику с пробегом тоже. На горизонте замаячила перспектива устаревания всего автопарка наподобие афганского, северокорейского или кубинского, что могло бы привести к замедлению и подорожанию транспортных перевозок, – главного элемента макрологистики.

Подмога рынку новых грузовиков пришла из двух мест, причем, примерно, одновременно. Первое – Правительство России официально разрешает параллельный импорт. Второе – Китай, грузовая техника которого, начала моментально занимать уже пустующую нишу. И если параллельный импорт в полной мере заработал к октябрю–ноябрю 2022 г., то увеличению поставок китайских грузовиков могла препятствовать только полузакрытая граница. Летом 2022 г. поставки шли только через Амурскую область, Казахстан и Иркутскую область, и из-за введенных антиковидных ограничений, КПП работали не все и не в полную силу. Однако вал заказов рос сумасшедшими темпами и очередь на таможне увеличивалась в геометрической прогрессии. Так, если до 2022 г., китайская грузовая техника пользовалась посредственным спросом (хотя продажи увеличивались), то к началу 2023 г., доля продажи новых тягачей и самосвалов из этой страны уже превысили 50 % на российском рынке, обогнав в том числе КАМАЗ. Китайские поставщики таких моделей как Schacman, Sitrak, Faw, Foton, Howo и прочих марок выбрали отличное время для завоевания российского рынка. Я считаю, что помимо приятного курса рубля к юаню (около 8–9 р. за юань вплоть до декабря 2022 г.), китайские автопроизводители воспользовались старым проверенным способом захвата рынка – демпинг. Так, седельный тягач Sitrak с колесной формулой (который позиционируется как клон тягача MAN) можно было заказать за 6,6–6,7 млн р. (за опт меньше). Таких цен на иномарки рынок уже не знал несколько лет. При этом до февраля 2022 г. новый тягач MAN в средней комплектации можно было приобрести за 13–14 млн р.

Параллельный импорт же заработал не сразу. Не было понимания как работать, как везти технику, как оплачивать партнерам в Европу, особенно когда нет уверенности в завтрашнем дне. Однако за пару месяцев крупнейшие российские продавцы грузовой техники, а также некоторые частные лица, смогли наладить хрупкие коридоры поставок.

К октябрю 2022 г. на российском рынке появляется ассортимент свежей техники с небольшим пробегом, а вскоре и новой. Снова европейские бренды появились на нашем рынке. Более того, низкий курс евро (58–65 р. за евро все лето и осень 2022 г.) сделал тягачи и полуприцепы привлекательны к покупке и перекрыл все затраты на новые логистические цепочки.

Основными каналами были и остаются до сих пор беларусско-польская граница (на сегодняшний день практически закрытая), новороссийский морской порт, куда доставляют технику от турецких посредников, порты на каспийском море, а также техника, поступающая из Казахстана. Каждый поставщик техники сам находит и пользуется логистической цепочкой, в которой немаловажную роль играет и перевод средств в европейские банк, и, естественно, не раскрывает всех деталей, так как все новые и новые западные санкции могут прикрыть и эти каналы.

На март 2023 г. можно с уверенностью сказать, что дефицит новой техники отсутствует, есть только повышенный спрос. Устаревание российского автопарка также откладывается. На сегодняшний день с учетом ослабления национальной валюты (евро и юань выросли на 20%), а также повышением утилизационного сбора с 1 января 2023 г. на иностранные полуприцепы и самосвалы, стоимость новой зарубежной техники конечно же увеличилась. Так популярный тягач Sitrak стал стоить уже 9 млн р. и в наличии найти его уже не просто (заказы расписаны на месяцы вперед), а тот же новый MAN – 16 млн р. Но главное, что удалось избежать негативных последствий незаконных западных санкций. Это доказывает, что в современном мире, глобализация в котором пронизывает практически все страны, невозможно полностью перекрыть логистические потоки многих товаров.

Научный руководитель: *А.И. Матвеева*

Модель снижения рисков при покупке юридического лица в условиях новой нормальности

Аннотация. Процедура внешнего финансирования и реорганизация компании как способ снижения рисков при приобретении юридического лица.

Ключевые слова: финансовые риски; бизнес-модель; реорганизация; приобретение стопроцентной доли в действующем юридическом лиц.

Приобретение предприятия – это шаг развития и укрепления бизнеса. Часто стоит задача покупки именно перспективных и недооцененных организаций с целью их развития, либо приобретение наиболее эффективной части бизнеса в действующих организациях. Такое решение позволяет укрепить свои позиции на рынке, но как правило сопряжено с большим количеством рисков, которые возникают при покупке действующего бизнеса. Основной задачей при совершении таких сделок является поиск решений по нивелированию рисков для нового собственника.

Действующий бизнес скрывает большое количество рисков, значимость и масштабность которых можно будет оценить только со временем. На стадии сделки проанализировать возможность появления рисков после ее совершения в большинстве случаев невозможно. В частности, ретроградно к новым собственникам могут быть предъявлены претензии со стороны фискальных, правоохранительных органов и других участников рынка.

Как правило новому собственнику признать сделку незаключенной, а тем более вернуть денежные средства не представляется возможным¹. Актуальным становится поиск новых путей решений снижения рисков при приобретении юридического лица.

Один из вариантов сокращения риска – проведение реорганизации компании в формате выделения юридического лица с целью его последующей продажи. Технология которой будет рассмотрена подробнее.

Данная процедура имеет ряд преимуществ²:

¹ «Уралавтотор» въехал в конфликт. URL: https://ruscompromat.com/articles/uralavtodor_vehal_v_konflikt (дата обращения 12.12.2022).

² Как провести реорганизацию в форме выделения // Журнал «Юрист компании». 2022. 21 мар. URL: <https://www.law.ru/article/21905-reorganizatsiya-v-forme-vydeleniya/> (дата обращения 12.12.2022).

- 1) деятельность юридического лица не приостанавливается;
- 2) появляется возможность поменять структуру бизнеса;
- 3) к переводу в выделяемое юридическое лицо подлежат ровно те активы, которые новый собственник желает приобрести с целью получения прибыли.

До проведения самой реорганизации между покупателями и продавцами подписывается соглашение с указанием ключевых условий сделки. Как правило, к моменту сделки покупателем уже принято решение о приобретении именно той части бизнеса, которая ему необходима для получения заданной доходности на вложенный капитал. Существенными условиями соглашения – четкое описание покупаемого актива, то есть стопроцентной доли участия в новом юридическом лице, которое будет учреждено по итогам реорганизации. В форме выделения из материнской компании бизнеса, к которому будут переданы имущественные и неимущественные права материнской компании. В состав будущего бизнеса могут входить только необходимые покупателю активы, а также необходимые ему права и обязанности старой компании продавца. Все, в чем покупатель не видит целесообразности покупки остаются в составе юридического лица продавца.

Цена будущего бизнеса, подлежащая дальнейшей выплате покупателю, не должна отличаться от заранее заявленной цены и согласованной. Любые изменения в балансе и в движении денежных средств, например, таких как сумма денежных средств, полученных на расчетный счет, сумма финансовых заимствований, должны быть учтены в дальнейшем промежуточном балансе.

Продолжительность сделки между подписанием соглашения и фактическим созданием нового юридического лица составляет не менее 3 мес. И в это время материнская компания не прекращает осуществление коммерческой деятельности.

Продавец покупает будущее юридическое лицо с согласованными и заданными характеристиками, но процедура оплаты отложена, так как на текущий момент покупаемого юридического лица не существует. С другой стороны, продавец, совершая реорганизацию материнской компании, не имеет никаких гарантий получения денежных средств.

С целью минимизации риска и решения данного вопроса покупатель оплачивает покупку путем предоставления безотзывного документарного покрытого аккредитива, открытого по поручительству покупателя в банке в пользу компании продавца¹.

¹ Вишкарёва И.А. Перспективы развития торгового и структурного финансирования клиентов российских банков: дис. ... канд. экон. наук. М., 2012 168 с.

Стороны исходят из возможности оплаты цены сделки покупателем любым из возможных источников финансирования, в том числе собственное, заемное, средства третьих лиц и т.д. Это существенно повышает вероятность поиска денежных средств. По описанным параметрам была проведена реальная сделка приобретения юридического лица. В момент сделки выяснилось, что некоторые банки в России готовы рассматривать такие варианты сделок при покупке юридического лица.

Научный руководитель: *Н.Г. Протас*

К.В. Мамонтов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург.

Методические аспекты управления эффективностью использования площади для стоянки автомобилей

Аннотация. Предложена методика повышения эффективности использования площади автотранспортного предприятия, предназначенной для стоянки автомобилей. Доказано, что коэффициент плотности расстановки автомобилей, применяемый в существующих методиках расчета площади стоянки, не является детерминированным, а меняется в зависимости от числа автомобилей в автопарке и их габаритных размеров (грузоподъемности).

Ключевые слова: управление эффективностью, методика, автотранспортные предприятия, площадь стоянки автомобилей.

Эффективность деятельности любого автотранспортного предприятия на современном рынке оценивается целым комплексом показателей. Одним из них, влияющих на результативность работы АТП, является рациональное использование производственных площадей под зону хранения автомобилей.

Поскольку увеличение объема производства в автотранспортных предприятиях достигается, в основном, за счет увеличения числа автомобилей, вопрос их рационального размещения на территории автопарка стоит все более остро. В этой связи, расчет размеров площади для стоянки автомобилей с целью сокращения затрат на содержание избыточных площадей, сокращения объемов затрат на 1 ед. транспортных средств снижает себестоимость транспортной продукции и повышает конкурентоспособность предприятия в целом.

Площадь зоны хранения автомобилей F_x при укрупненных расчетах определяют по формуле¹:

¹ Болбас М.М., Савич Е.Л. Проектирование предприятий автомобильного транспорта: генеральный план автотранспортного предприятия. Минск: БНТУ, 2014. 31 с.; СНиП 21-02-99. Стоянки автомобилей. М., 2012. 18 с.

$$F_x = f_o \times A_{\text{ст}} \times K_n,$$

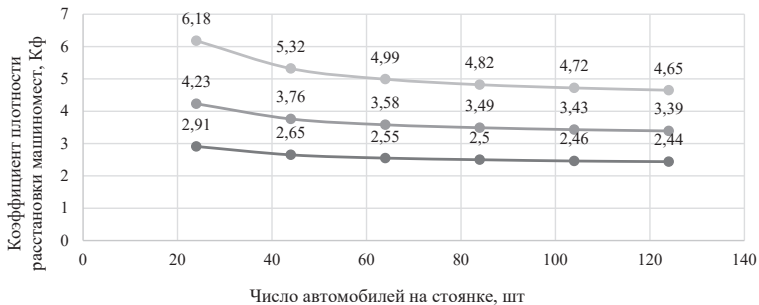
где f_o – площадь, занимаемая автомобилем (по габаритным размерам), м^2 ; $A_{\text{ст}}$ – число автомобилей на стоянке; $K_n = 2,5 \dots 3,0$ – нормативный коэффициент плотности расстановки авто.

Существующие методические материалы не содержат рекомендаций, когда принимать коэффициент 2,5, а когда 3. Такое положение при большом числе автомобилей в парке, дает в итоге погрешность в размере до $(2,5/3 \times 100\%)$ 17%. При действующих ценах на земельные участки, аренду, налог на землю такая погрешность в расчетах неизбежно приведет к существенным финансовым затратам.

В основу теоретического исследования положена гипотеза о том, что коэффициент плотности расстановки автомобилей, применяемый для расчета площади автостоянки, является не дискретной, а непрерывной величиной, меняющейся в зависимости от габаритных размеров и числа машин на стоянке.

Исследования выполнялись для случаев, когда автопарк состоит из автомобилей одинаковой грузоподъемности (от малой до большой), а также для смешанного автопарка. При моделировании и расчетах площадей стоянок использовались действующие нормы расстановки автомобилей.

Результаты исследований показали, что значения коэффициентов плотности расстановки автомобилей, найденные путем графического моделирования и расчетов, существенно отличаются от нормативных, равных $(2,5 \dots 3,0)$. Для исследуемого диапазона числа автомобилей в автопарке получено, что значения этих коэффициентов, фактически лежат в пределах $(2,44 \dots 6,18)$ (см. рисунок).



Динамика изменения коэффициента плотности расстановки:

6,18...4,65 – для автомобилей малой грузоподъемности;

2,91...2,65 – для автомобилей большой грузоподъемности;

4,23...3,39 – для смешанного автопарка

Применив методику расчета площади стоянки с учетом динамики коэффициента плотности расстановки автомобилей к анализу использования площади автостоянки конкретного автопредприятия, были выявлены резервы площади в размере 42,8%. Их использование позволит повысить рентабельность автостоянки с 14,54 до 25,51%, и получить годовой экономический эффект свыше 4,6 млн р.

Выполненные исследования показали, что:

1. Нормативный коэффициент плотности расстановки автомобилей, принимаемый в настоящее время в пределах 2,5...3,0 не является детерминированным, а динамично меняется в зависимости от числа автомобилей, частоты их встречаемости в автопарке и их грузоподъемности (габаритных размеров) в пределах от $K_{\phi} = 2,44 \dots 6,18$.

2. С ростом числа автомобилей в автопарке значение коэффициента плотности их расстановки уменьшается независимо от габаритных размеров автомобилей (грузоподъемности).

3. Удельная площадь стоянки, приходящаяся на один автомобиль, а соответственно и ее стоимость, с ростом числа автомобилей в автопарке снижается. В итоге будет снижаться и стоимость общей площади стоянки.

4. Использование для расчета площади стоянки коэффициента плотности расстановки автомобилей с учетом его динамики позволяет получить большой экономический эффект и, следовательно, повысить эффективность деятельности автопредприятия в целом.

Научный руководитель: *А.Г. Мокроносов*

Направление 9. Разработка и эксплуатация информационных систем в экономике

Д.М. Антропов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Технология OLAP как фактор обеспечения конкурентоспособности экономических информационных систем

Аннотация. Рассматриваются возможности технологии OLAP при анализе данных в экономических информационных системах; описывается, как использование OLAP-технологий может помочь улучшить принятие решений в экономической сфере и повысить конкурентоспособность компаний; обсуждаются перспективы влияния OLAP на развитие информационных систем.

Ключевые слова: информационные системы; экономика; OLAP-технологии; многомерный анализ данных.

Информационные системы в экономике являются одним из основных инструментов повышения конкурентоспособности, обеспечивая новый уровень сбора, хранения и обработки больших объемов данных. Однако, для достижения максимальной эффективности в использовании этих данных, необходимо применять специальные технологии анализа и обработки данных. Одной из таких технологий является OLAP (On-Line Analytical Processing), которая позволяет осуществлять многомерный анализ данных и получать ценную информацию для принятия решений в экономической сфере.

Термин OLAP был введен в 1993 г. британским ученым Эдгаром Коддом. OLAP – это технология анализа данных, которая позволяет пользователям быстро и эффективно анализировать большие объемы данных из различных источников. Она основана на многомерной структуре данных, которая позволяет пользователям анализировать данные в различных измерениях и создавать сводные таблицы, диаграммы и графики, чтобы лучше понимать отношения между данными и принимать более обоснованные решения [1].

Ключевыми особенностями OLAP-анализа является то, что он позволяет пользователям быстро переключаться между различными измерениями данных и агрегировать данные по многим различным пока-

зателям. OLAP-анализ может быть использован для различных целей: *анализ бизнес-процессов, анализ финансовых показателей, анализ рынка и маркетинговых исследований* [2].

OLAP-анализ предоставляет следующие функции для глубокого анализа данных. *Агрегация и фильтрация данных* позволяют агрегировать данные из различных источников в единый набор данных и в последующем фильтровать данные по различным параметрам, таким как дата, регион, продукт и т.п., а также анализировать большие объемы информации и выявлять общие тенденции и паттерны. *Группировка данных* представляет информацию по различным категориям (клиент, продукт, временной период и т.д.), для анализа на разных уровнях детализации и выявления более сложных связей и зависимостей. *Расчеты и аналитические функции*: OLAP-технологии предоставляют широкий набор функций для выполнения расчетов и анализа данных, таких как расчеты среднего значения, медианы, дисперсии и других статистических показателей [1]. Важно, что OLAP-технология включает в себя *создание отчетов* и дашбордов для визуализации данных и предоставления информации пользователям, что сокращает время на анализ данных и улучшает качество принимаемых решений. OLAP-анализ реализуется с помощью различных *инструментов*, таких как Microsoft Excel, Power BI, Tableau, SAP Business Objects и многих других¹.

Преимущества использования OLAP-технологий в экономике огромны: сокращение времени на анализ данных и принятие решений, повышение точности прогнозирования, эффективности бизнеса и улучшение качество предоставляемых услуг.

Применение OLAP-технологий в экономике находит широкое применение в различных областях: в производственных предприятиях, где многомерный анализ данных может помочь в оптимизации производственных процессов и улучшении эффективности производства; при анализе данных по потребляемым ресурсам, времени производства и объемам производства, для оптимизации процессов и увеличения производительности; в управлении складами и инвентаризации для выявления закономерностей в объемах закупок, продаж и запасах на складе, а также планирования оптимальных закупок и продаж; для анализа продаж и потребительского спроса, выявления закономерностей в покупательском поведении и потребительском спросе в целях маркетинговой политики; в определении рентабельности бизнеса, анализе финансовых показателей и прогнозировании финансовых результатов. Они позво-

¹ Введение в многомерный анализ // Хабр. 2011. 22 авг. URL: <https://habr.com/ru/post/126810/> (дата обращения: 29.03.2023).

ляют осуществлять анализ о расходах, доходах, прибыли и других финансовых показателях, что позволяет компаниям лучше понимать свой финансовый статус и принимать обоснованные решения для улучшения своих финансовых результатов¹.

Перспективность OLAP в их возможности интегрироваться с такими технологиями как машинное обучение, искусственный интеллект, блокчейн и Big Data, с облачными решениями, что позволяет бизнесам использовать OLAP без необходимости вложения в собственное оборудование.

Научный руководитель: *Н.М. Сурнина*

Библиографический список

1. *Барсегян А.А., Куприянов М.С., Степаненко В.В., Холод И.И.* Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining. СПб.: БХВ-Петербург, 2007. 336 с.
2. *Семченков С.Ю.* Вопросы организации промежуточной области хранения для OLAP систем // Математическое и программное обеспечение вычислительных систем. 2008. № 1. С. 139–143.

S.I. Morozov

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Digital inequality as a new type of socio-economic differentiation of society

Summary. The aim of the article is to study the current state of digital inequality, factors of influence and trends in its transformation as a component of socio-economic differentiation of the population in the world and in Russia in order to make optimal management decisions.

Keywords: information inequality; index of development of information and communication technologies; index of readiness for the information society; information literacy of the population; digital divide; society.

Information inequality is one of the natural classifications of social inequality and exists in any society. Actually, it is difficult to imagine even two people with the equivalent sources of information or information resources – life experience, education, professional qualifications, social and career status.

¹ *Применение OLAP-технологий* // KAI Development. URL: https://kaidev.ru/Pages/Article.aspx?p=OlapSystem_applications (дата обращения: 29.03.2023).

In the Russian literature, the term “digital divide” usually corresponds to the concepts of “information inequality”, “digital inequality” and “digital divide”, which are used as synonyms. It seems that the concepts used in this case do not quite reflect the essence of the described phenomenon. The first is too broad in content and does not link inequality with the development of ICT. Others are more accurate in translation, but too narrow in interpretation. Perhaps it is more correct to talk about information and digital inequality as a certain kind of inequality caused precisely by the development of new ICTs [1].

One of the most authoritative studies on measuring the level of ICT development in the countries of the world and their information and digital inequality is the report of the International Telecommunication Union (ITU). Since 2009 ITU annually publishes a rating of the development of countries in the field of ICT, based on the ICT Development Index (IDI). If the first ITU report, presenting data for 2002 and 2007, covered 154 countries, then the last one already covered 175 countries or almost 90% of the 195 currently recognized independent countries¹.

The methodology of IDI compilation is aimed at measuring: the level and progress in the field of ICT in individual countries in comparison with other countries; the digital gap between countries; the potential for ICT development and the extent to which countries can use ICT to accelerate growth and development². The IDI calculation is based on combining 11 indicators from three areas(sub-indexes) into a single criterion: access to ICT (five indicators), use of ICT (three indicators) and ICT use skills (three indicators). According to the IDI values, all countries of the world are divided into four groups: with a high level of ICT development, above-average, medium and low level of ICT development (see Table)³.

Research shows that in Russia, access to the Internet does not depend on gender, but gender identity affects the directions of its use. Thus, women are less likely than men to use the Internet to search for information [3]. Accordingly, the pace of introduction of new ICTs varies in different regions of the country, and the place of residence largely determines the opportunities and limitations of access to them. Thus, information and digital inequality in Russia has a regional aspect⁴.

¹ ITU survey: Measuring the Information Society Report 2016. URL: <https://bntnp.org/publication/itu-survey-measuring-the-information-society-report-2016-2/>.

² The ICT Development Index (IDI): conceptual framework and methodology // ITU. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016/methodology.aspx>.

³ Ibid.

⁴ Regional Economy. Commentaries by Bank of Russia Main Branches. April 2021. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/32226/report_15042021.pdf.

Information and digital inequality of the countries of the world in 2007 and 2016

No.	Groupings by level of ICT development	IDI Value				Number of countries	
		2007		2007		2007	2016
		Range	Range	Range	Range		
1	High	5.29-7.50	6.40	6.94-8.84	7.8	33	44
2	Above average	3.41-5.25	4.1	5.04-6.9	5.92	33	43
3	Average	2.05-3.34	2.7	2.88-5.03	4.05	44	45
4	Low	0.83-2.03	1.34	1.07-3.5	2.06	44	44
5	In general	0.83-7.5	3.4	1.07-8.83	4.94	154	175

Source: Measuring the Information Society Report. 2016. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2016/MISR2016-w4.pdf>; Measuring the Information Society Report. The ICT Development Index. 2009 / International Telecommunication Union. URL: https://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2009/MIS2009_w5.pdf

In general, information and digital inequality in Russia corresponds to income inequality (regional and individual), but is smoothed out as a result of the impact of other factors (gender and educational), as well as the implementation of state policy. To conclude, the Internet today is a huge database that opens up tremendous opportunities for learning and self-realization. The digital divide leads to a decrease in the quality of life. From this follows the differentiation of society: some have more opportunities, better health care and education than others. To avoid the division of society, measures should be taken to reduce the digital divide:

- reduce the prices of computers, and providing access to ICT depends primarily on the cost of technology and the cost of digital services [4];
- introduce special educational programs to improve information (computer) literacy,
- primarily for pensioners, non-working people, unemployed, retired military personnel, low-income citizens, persons with disabilities;
- increase places in information technology (IT) education and improve the quality of education to get more good specialists¹;
- make the functionality easier and more convenient to use [2].

Scientific Advisor: *I.A. Skvortsova*

¹ *Sungsup Ra, Lim Cher Ping. Six Ways to Deploy ICT for Quality Education // Asian Development Blog. URL: <https://blogs.adb.org/blog/6-ways-deploy-ict-quality-education>.*

References

1. *Dobrinskaya D.E., Martynenko T.S.* Defining the Digital Divide in Russia: Key Features and Trends // *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2019. No. 5. P. 100–119. (In Russ.)
2. *Klimovitskiy S.V., Osipov G.V.* Digital inequality and its social consequences // *Humanities, socio-economic and social sciences*. 2019. No. 2. P. 47–51. (In Russ.)
3. *Volchenko O.V.* Dynamics of digital inequality in Russia // *Monitoring of Public Opinion Economic and Social Changes*. 2016. No. 5. P. 163–182. (In Russ.)
4. *The Digital Divide. The Internet and Social Inequality in International Perspective* / M. Ragnedda, G. W. Muschert (eds.). London: Routledge, 2013. 344 p.

А.А. Обожина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы цифровизации налоговой системы в условиях турбулентности глобальной экономики

Аннотация. Налоговая система трансформируется под современный мир для повышения своей эффективности. Изменения в данной сфере кардинально поменяли устои сбора налогов. Цифровизация администрирования налогового сбора имеет как свои плюсы, так и минусы.

Ключевые слова: налоги; цифровизация; взимания; налоговая система.

Цифровизация налоговой системы РФ – важная задача, позволяющая правительству совершенствовать систему контроля и прозрачности налогообложения экономической деятельности [2], а также снижать трансакционные затраты экономических агентов по уплате налогов и получению налоговых льгот. Цель исследования – проанализировать проблемы цифровизации налогообложения в условиях турбулентности экономики.

Федеральная налоговая служба (ФНС России) проводит крупномасштабную работу по совершенствованию налоговой системы с помощью внедрения цифровых сервисов. Влияние цифровизации на развитие налоговой системы рассматривается в четырех аспектах [1, с. 89]:

- внедрение и оказание цифровых государственных услуг Федеральной налоговой службой (далее – ФНС) России;
- автоматизированная система налогового контроля;
- создание благоприятных налоговых условий для стимулирования инвестиций в цифровые технологии;
- определение и разработка механизма налогообложения новых продуктов, операций, возникших в связи с применением цифровых технологий.

В ходе эмпирического анализа выявлены следующие тренды цифровой трансформации налоговой системы.

Появление онлайн-касс способствовало упрощению взимания налогов и сокращению теневой экономики, увеличению поступления НДС в розничном секторе на 38% за первый год работы¹. Однако, существуют такие проблемы, как нехватка самих фискальных накопителей и сотрудников по их установке и ремонту, а также сложность регистрации и утечка информации.

Цифровизация контроля и возврата НДС осуществляется с помощью системы АСК НДС-3, которая просчитывает цепочку образования НДС и повышает контроль за его уплатой [5]. Кроме повышения уровня контроля сократились сроки возмещения налога².

Цифровая трансформация налогов наблюдается во внедрении электронного документооборота и развитии систем налогового мониторинга [3; 4], что снижает затраты на обработку и хранение информации³.

Наиболее значимым цифровым нововведением является Единый налоговый счет (ЕНС), который предполагает формирование счетов в налоговых органах для уплаты налогов. Однако, налоговая система столкнулась с проблемой неэффективности: «отдельные бюджеты не получали деньги вовремя, а у налогоплательщика набегали пени, в некоторых случаях приостанавливались операции по счетам»⁴.

Данные нововведения позволили упростить взаимоотношения между налоговыми органами и налогоплательщиками, информация о налоговых отчислениях стала более доступной, уплата самих налогов была упрощена. По статистике ФНС России с 2017 по 2022 г. поступление налогов за счет внедрения цифровых технологий выросло с 17,3 трлн р. до 25,021 трлн р., что является прямым доказательством эффективности цифровизации.

¹ *Цифровая трансформация налоговых органов стала главной темой XII пленарного заседания Форума по налоговому администрированию ОЭСР // Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/8587982/ (дата обращения 10.04.2023).*

² *Холявко А. Компании смогут узнать, как их контрагенты платят и возмещают НДС // Ведомости. 2018. 13 дек. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/12/13/789270-kompanii-nds> (дата обращения 10.04.2023).*

³ *ФНС России стремится к созданию налоговой системы, при которой издержки на уплату налогов станут минимальны, – Даниил Егоров // Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/10959804/ (дата обращения 10.04.2023).*

⁴ *Даниил Егоров обсудил с губернаторами оперативные вопросы по внедрению Единого налогового счета // Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/13188029/ (дата обращения 10.04.2023).*

Однако появляются новые риски: риски утечки конфиденциальной информации и данных, риски добросовестного поведения субъектов отношений, риски роста временных затрат на обработку информации и др.

Научный руководитель: *О.В. Комарова*

Библиографический список

1. Гулькова Е.Л., Карп М.В., Типалина М.В. Налоговые вызовы цифровой экономики // Вестник университета. 2019. № 4. С. 89–95.
2. Костоусова Ю.А., Комарова О.В. Цифровизация государственного финансового контроля: институциональный анализ // Журнал экономической теории. 2019. Т. 16, № 4. С. 842–848.
3. Кузнецов Л.Д. Налоговые органы в новом цифровом пространстве // Молодой ученый. 2020. № 45 (335). С. 318–321. URL: <https://moluch.ru/archive/335/74765/> (дата обращения: 10.04.2023).
4. Назаров А.Д. Цифровые технологии ФНС для мониторинга бизнеса // ВІ-технологии и корпоративные информационные системы в оптимизации бизнес-процессов цифровой экономики: материалы IX Междунар. науч.-практ. очно-заочной конф. (Екатеринбург, 2 декабря 2021 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. С. 113–117.
5. Чумикова Е.Д., Самойлова В.Ю., Тотикина Т.Е. Внедрение цифровых технологий в процессы налогового администрирования Российской Федерации // Молодой ученый. 2022. № 49 (444). С. 108–110. URL: <https://moluch.ru/archive/444/97431/> (дата обращения: 10.04.2023).

Ц. Сун

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Стратегические приоритеты КНР в политике занятости в сельских районах

Аннотация. Предпринята попытка исследовать влияние проблем занятости на социально-экономическое развитие местности. Проанализированы основные проблемы, свойственные сельским районам Китая, и предложены возможные пути их разрешения или нивелирования. Оценено влияние проблемы занятости в сельской местности на ее социально-экономическое развитие.

Ключевые слова: занятость в сельской местности; социально-экономическое развитие; модернизация промышленности; городское и сельское строительство; проблемы занятости.

В настоящее время в большинстве сельских районов Китая сохраняется относительно традиционный способ ведения сельского хозяйства, что приводит к низкой эффективности сельскохозяйственного производства и сельской промышленности, нехватке рабочих мест в сельской

местности, снижению жизнеспособности сельского хозяйства и серьезной растрате ресурсов населения [2, с. 9].

Другой серьезной проблемой являются неблагоприятные условия для ведения бизнеса из-за отсутствия социальной и государственной поддержки в сельских районах Китая [1, с. 25].

Кроме этого, в сельской местности наблюдается общее старение населения и отток молодых людей, что приводит к снижению численности рабочей силы и экономической жизнеспособности и потребительской способности [1, с. 26].

Для решения этих проблем эффективным может быть укрепление индустриальной экономики и привлечение талантливых специалистов, государственное стимулирование малого бизнеса, а также развитие сельской инфраструктуры [4, с. 52–53].

Важными мерами по решению отмеченных проблем могут быть внедрение молодых талантливых специалистов для развития промышленной структуры сельской местности, расширение возможностей трудоустройства, развитие туризма и других смежных отраслей [3, с. 130].

Таким образом, в сельских районах Китая на современном этапе развития образовался ряд проблем, которые требуют принятия государством определенных и эффективных мер. Решение этих проблем представляет собой ключ к успешному социально-экономическому развитию обозначенных территорий.

Научный руководитель: *А.Ю. Коковихин*

Библиографический список

1. *Jiang J.* A study of countermeasures against college graduates serving new rural construction as part of the rural regeneration strategy. *Decision-making research*. 2018. No. 2. P. 24–26.

2. *Lai S.* The study of factors and countermeasures affecting the development of rural industry in the context of rural revival // *Rural Economy and Technological Progress*. 2019. No. 1. P. 8–13.

3. *Zhang Y.* Investigation of factors of influence and measures to counteract the return of college students of rural nationality to their hometowns to open their own business against the background of «double creativity» // *China Collective Economy*. 2018. No. 28. P. 129–132.

4. *Zhao L., Wang C., Gong W.* Discussion of the impact of rural revitalization on the employment of rural college students returning to their hometowns // *Statistics and Application*. 2018. No. 5. P. 51–55.

Особенности проектирования рекомендательной системы с использованием графовых баз данных

Аннотация. В настоящем исследовании авторами представлены основные этапы разработки и ключевые аспекты процессов проектирования рекомендательной системы, основанных на графовых базах данных.

Ключевые слова: рекомендательные системы; графовые базы данных; графы; базы данных; машинное обучение; алгоритмы и структуры данных.

Рекомендательные системы (РС) – инструменты, которые используются для предложения пользователям контента, который им может понравиться, на основе их прошлого поведения или их предпочтений. РС являются одним из наиболее важных и широко используемых инструментов в области анализа данных и машинного обучения [4].

Графовые базы данных (ГБД) – базы данных, которые позволяют хранить и обрабатывать связи между объектами. В контексте РС, ГБД могут использоваться для хранения информации о пользователях, элементах и связях между ними, таких как история просмотров пользователей и схожесть между элементами. ГБД также могут использоваться для определения связей между объектами, что позволяет решать задачи, связанные с поиском путей и анализом сообществ [3].

Проектирование РС с использованием ГБД может быть сложным процессом, требующим знаний в области баз данных и алгоритмов машинного обучения [2], но при правильном подходе, это может привести к созданию эффективной и масштабируемой системы рекомендаций [1]. Для этого были определены основные этапы разработки:

1. Определение целей и требований. Необходимо определить, какую задачу должна решать РС, какие данные необходимы для ее работы, какие алгоритмы и модели будут использоваться.

2. Определение структуры графа. Необходимо определить, какие сущности будут храниться в графе, какие связи между ними будут учитываться, какие свойства каждой сущности будут храниться в графе.

3. Импортирование данных в граф. Данные загружаются в ГБД. Для этого используются различные инструменты, к которым относятся специально разработанные языки, для обработки графовых моделей.

4. Применение алгоритмов для получения рекомендаций. Необходимо определить, какие алгоритмы и модели будут использоваться для получения рекомендаций, и применить их к графу.

5. Оценка и оптимизация. Необходимо оценить эффективность системы, а также провести оптимизацию ее работы. Для этого могут использоваться различные метрики, такие как точность, полнота и др. способы определения показателей эффективности [6].

Методы проектирования РС с использованием ГБД могут включать в себя следующие шаги:

1. *Определение структуры графа.* Необходимо определить, какие сущности будут храниться в графе, какие связи между ними будут учитываться, какие свойства каждой сущности будут храниться в графе.

2. *Применение алгоритмов для получения рекомендаций.* Алгоритмы помогают определить, какие объекты наиболее релевантные для пользователя на основе его предыдущих действий и интересов. Некоторые из наиболее эффективных алгоритмов, используемых в этой области, включают в себя коллаборативную фильтрацию, анализ схожести и контентную фильтрацию.

3. *Оценка результатов проектирования системы.* Данный этап позволяет улучшить качество рекомендаций и повысить эффективность системы в целом [5].

РС стали неотъемлемой частью многих приложений в наши дни. Они предлагают пользователям персонализированные рекомендации на основе их предыдущих действий и интересов. В последние годы ГБД получили широкое распространение благодаря своей способности эффективно моделировать и обрабатывать связанные данные и ГБД могут оказать значительное влияние на разработку рекомендательных систем.

Научный руководитель: *Е.В. Кислицын*

Библиографический список

1. *Кислицын Е.В.* Информационно-технологический сектор России: трансформация конкурентной среды и оценка структурных сдвигов // Journal of New Economy. 2021. Т. 22, № 2. С. 66–87.

2. *Кислицын Е.В.* Разработка архитектуры агентной имитационной модели конкурентоспособности промышленного предприятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 10 (444). С. 129–136.

3. *Робинсон Я., Вебнер Д., Эфрем Э.* Графовые базы данных: пер. с англ. 2-е изд. М.: ДМК Пресс, 2016. 256 с.

4. *Фальк К.* Рекомендательные системы на практике: пер. с англ. М.: ДМК Пресс, 2020. 448 с.

5. *Френкс Б.* Укрошение больших данных. Как извлекать знания из больших данных с помощью глубокой аналитики: пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 352 с.

6. *Bruggen R.V.* Learning Neo4j. Packt Publishing Ltd., 2014. 222 p.

Содержание

Направление 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий

Азанова Е.А. Система менеджмента качества как инструмент повышения конкурентоспособности университета.....	3
Берсенёва И.М. Совершенствование деятельности образовательной организации на основе менеджмента	5
Головина А.В. Особенности использования ХАССП на предприятиях общественного питания малого бизнеса.....	8
Датиашвили М.Т. Моделирование эффективной организации производственных процессов транспортной компании	10
Дивисенко С.В. Статистические методы управления качеством как инструмент конкурентоспособности продукции	12
Заложных В.Ю. Качество продукции как конкурентное преимущество предприятия.....	15
Ибраева А.А., Худякова Т.С. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности интернет-магазинов	17
Ломовцева С.В. Управление качеством и конкурентоспособность предприятия металлообработки.....	20
Лоскутова В.А. Качество и безопасность кормов для птицы.....	22
Майорова М.В. Статистические методы и их применение: классификация и обоснование выбора	25
Мальцева М.Р., Омелькова А.М. Инновационные методы маркетинга для повышения конкурентоспособности компании	27
Малютина М.В. Бережливое производство и конкурентоспособность Свердловской области	29
Мамарасулов Д.Н. Моделирование бизнес-процессов транспортно-экспедиционных услуг.....	32
Мананникова Е.А., Фролочкина Т.Н. Управление качеством и конкурентоспособность организаций высшего образования: тренды, проблемы и пути их решения	34
Миронова Е.В. Управление качеством и конкурентоспособность металлургического предприятия Уральского региона.....	36
Онохова Е.В. Управление качеством и конкурентоспособностью в образовательных организациях.....	38
Полтавец О.Д. Управление качеством и конкурентоспособностью (на примере производственной организации)	40

Халевина А.А. Управление качеством как фактор повышения конкурентоспособности предприятия.....	42
Хаматнурова Д.Р. Процессный подход – основа внедрения риск-менеджмента на предприятии	45
Якимова П.Д., Тельминова Е.А. Конкурентоспособность предприятий общественного питания.....	48

Направление 2. Экономико-правовые основы развития конкуренции и повышения конкурентоспособности организаций

Мотина А.И. Налоговая конкуренция как вектор движения к миру с низкими налогами.....	51
Mustafina A.R. Economic and social problems. Inflation in Russia and the Sverdlovsk region.....	53
Обоскалов Д.А. Исследование географических границ рынка сбыта продукции ПАО «КБ „Уральский банк реконструкции и развития“».....	55
Ошлоков Д.Ю. Роль интернет-маркетинга как фактора повышения конкурентоспособности организации	58
Петрова А.В. Экономические основы развития конкуренции и повышения конкурентоспособности в сфере здравоохранения.....	59
Свистунова Я.В. Анализ уровня конкурентоспособности акционерного общества «Производственная фирма „СКБ Контур“» ...	63

Направление 3. Экономическая безопасность

Боковикова П.С. Экономическая безопасность предприятий сервиса	66
Гусейнли К.М. Современные тенденции и цифровая защищенность вузов при обеспечении экономической безопасности	68
Джалилов Б.В. Необходимость оценки уровня экономической безопасности предприятий.....	71
Елфимов Н.В. Экономическая безопасность цифрового рубля: сущность, риски, угрозы, проблемы и пути их минимизации	73
Ермаченков А.В. Угрозы экономической безопасности государства и меры по их минимизации.....	76
Иванова Я.А. Экономическая безопасность: ее сущность и обеспечение	78
Касливцева Е.Е. Эффективность системы управления рисками предприятия по производству строительных материалов	80

Махмутова А.З. Оценка существующих рисков и угроз экономической и информационной безопасности на рынке E-commerce	82
Пысова П.А. Совершенствование системы управления рисками деятельности организации по управлению эксплуатацией жилого фонда.....	84
Русецкий Е.В., Адуев М.Ю. Оценка экономической безопасности и конкурентоспособности региона на примере Новосибирской области	87
Согомонян Д.Г. Экономическая безопасность организации сферы оказания медицинских услуг	90
Шевченко Е.А. Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации	92
Шурманова С.В. Управление рисками организации розничной торговли	94
Юников Н.В. Риски деятельности компании в сфере оказания транспортных услуг	96

Направление 4. Социальное измерение конкурентоспособности

Бабаев А.Я. Социальное измерение конкурентоспособности ОАО «РЖД».....	99
Бердышева А.А., Годяцкая В.Б., Кисловская С.О. Молодежные субкультуры как социальный феномен	101
Бирюкова Е.Р. Использование интернета студентами	103
Дегтярева П.Г., Крет В.О. Отношение молодежи к ранним бракам.....	105
Дубровина В.Э., Милишенко В.Е. Проблемы в жизни современного студента	108
Евсеева Д.Г. Пользование интернет-магазинами: риски и мошенничество	110
Ипанова Е.А., Булдакова А.А. Отношение молодежи к религии	112
Кагилева А.В., Гордеева Д.А., Воронина С.П. Влияние социальных сетей на повседневную жизнь уральцев	113
Калинина Ю.В. Чтение литературы среди молодежи	115
Колотов М.С. Конкурентоспособность системы здравоохранения Российской Федерации: государственные учреждения против частных.....	117

Корнякова Е.С., Чепкасова Е.М. Чтение литературы как вид досуга современной молодежи	119
Макарихин А.Д. Отношение иногородних студентов к проживанию и быту в общежитии	121
Носкова П.А., Кучарбаева К.М. Особенности экономического поведения студентов	124
Нохрин В.В. Предпочтения потребителей на рынке сыров	126
Подолинская А.А., Метелев П.В. Проблемы студентов Уральского государственного экономического университета	127
Савельев А.В. Игровые предпочтения	130
Якунин С.В., Черевач Е.А. Доступность и качество образования в современном университете: мнение студентов	131

Направление 5. Актуальные проблемы экономической теории

Алетдинова О.И. Проблемы формирования золотовалютных резервов страны в условиях мирового кризиса	134
Анисимова К.Р. Проблемы реализации национальных проектов в российской экономике.....	137
Балыбердина Е.А. Влияние пандемии коронавируса на уровень безработицы	139
Бахманова Е.Ю. Поведенческая экономика: методология исследования	142
Вишнева Е.А. Как повысить конкурентоспособность региона? ..	144
Ганиева А.И. Искусственный интеллект в государственной политике России	145
Заика Е.А. Особенности формирования и распределения доходов населения Российской Федерации в условиях социально-ориентированной экономики	148
Зеленцов К.В. Виртуальные предприятия: сущность, инфраструктура, проблемы развития	151
Качусова Я.Р. Мировые экономические кризисы	154
Кириенко А.А. Безработица и способы ее снижения в Свердловской области	156
Кныш А.А. Поведенческая основа взаимодействия в виртуальной среде.....	158
Кондакова А.Н. Безработица среди молодежи как проблема современного рынка труда	160
Кукурузняк А.Д. Теория управляемого выбора Р. Талера	163

Мартынова Е.С. Меры борьбы с безработицей в Свердловской области.....	165
Мельников Н.М., Алиев А.Р. Актуальные проблемы экономической теории.....	167
Метла Д.А. Роль иностранных инвестиций в экономике России ...	169
Скоробогатова Е.А. Особенности развития инфляции в Свердловской области	171
Смагина С.Н. Проблемы оценки человеческого капитала и его развития	173
Шавкунова А.А. Об основной проблеме экономической теории.....	176
Шумкина К.Е. Инновационные возможности менеджмента и маркетинга	178

Направление 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Ашека Д.И. Стратегия как элемент управленческой деятельности предпринимателя.....	180
Бердышев М.В. Устойчивое развитие проекта.....	182
Быкова Т.А. Устойчивое развитие предприятия общественного питания	185
Владимирова А.С. Риски в устойчивом развитии предприятия...	187
Вшивцева А.О. Влияние конкурентных сил на образовательный проект.....	190
Голдина А.М. Способы продвижения проекта социального предпринимательства	193
Гонечук М.К. Система показателей оценки результативности государственной поддержки субъектов малого предпринимательства в регионе.....	195
Дедюхина Ю.Д. Конкурентный анализ образовательной интернет-платформы	199
Зайдуллина Б.И. Процесс разработки стратегии компании	202
Zylev A.Yu. Small business in Russia	204
Иванова С.Е. Тенденции рынка сотовой связи в современных условиях	206
Ильичева А.П. Модель устойчивого развития SMM-агентства.....	209
Казарина О.А. Цифровые инструменты исследования рынка ...	211
Котишевская Ю.Ю. Факторы развития рынка систем контроля доступа в Свердловской области	214
	293

Нечаева А.М. Экологическая составляющая в предпринимательском проекте	216
Пелевина Д.С. Модель ценностного предложения предпринимателя	218
Розибаев Ш.У. Устойчивое развитие спортивного предпринимательства	220
Себостьян Д.А. Монополистическая конкуренция на рынке сотовой связи	222
Ткачев А.В. Особенности стратегического поведения предпринимателей	224
Шатрова А.Я. Научно-технический потенциал Уральского федерального округа как фактор устойчивого развития	227
Юлдашева М.О. Особенности определения целевого сегмента на потребительских рынках	230
Юров А.П. Развитие предпринимательства как вектора конкурентоспособности территории	233

Направление 7. Корпоративная экономика и управление бизнесом

Белова А.В. Применение бизнес-модели «бритва и лезвие» в корпоративном управлении	236
Берсенев И.С. Взаимосвязь стратегического и оперативного уровней управления компании	238
Власов И.А. Разработка подходов к развитию организации в условиях конкурентной среды	240
Волкова Е.С. Бизнес-модель «Оплата по факту использования»	241
Востриков К.К. Управление строительной организацией на основе сбалансированной системы показателей	243
Закирова Э.Р., Кузнецова А.С. Система источников финансирования промышленных предприятий	246
Казаков А.Е. Управление строительной организацией на основе оптимизации технологической подготовки производства	248
Карташова Э.А. Этапы формирования системы мотивации участников проектной деятельности в компании	250
Мара И. Факторы устойчивого развития предприятия в условиях «несистемного» кризиса	253
Муслов Ю.А. Угрозы и новые возможности формирования стратегий предприятий в условиях неопределенности	256

Николаев И.Ю. Развитие рынка дорожно-строительной техники в условиях новых вызовов.....	258
Старостин М.П. Система показателей как инструмент контроля за реализацией стратегических планов.....	261
Степнов П.П. Работа высокотехнологичных предприятий авиастроительной отрасли в условиях экономических санкций.....	263
Тюленева А.В. Формирование и распределение прибыли предприятия.....	265
Шихов А.А., Фишер А.В. Работа банков России в условиях ограничений. Опыт Сбербанка	267

Направление 8. Рынки, фирмы, бизнес-модели: факторы устойчивого развития в условиях новой нормальности

Каржавин А.И. Потребительский рынок региона: логистические и коммерческие вызовы в условиях появления многополярного миропорядка	270
Лобов Е.В. Модель снижения рисков при покупке юридического лица в условиях новой нормальности	273
Мамонтов К.В. Методические аспекты управления эффективностью использования площади для стоянки автомобилей.....	275

Направление 9. Разработка и эксплуатация информационных систем в экономике

Антропов Д.М. Технология OLAP как фактор обеспечения конкурентоспособности экономических информационных систем ...	278
Morozov S.I. Digital inequality as a new type of socio-economic differentiation of society	280
Обожина А.А. Проблемы цифровизации налоговой системы в условиях турбулентности глобальной экономики	283
Сун Ц. Стратегические приоритеты КНР в политике занятости в сельских районах	285
Фаткуллин Р.В. Особенности проектирования рекомендательной системы с использованием графовых баз данных	287

Научное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

М а т е р и а л ы
XXVI Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 26–29 апреля 2023 г.)

Часть 1

*Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность
предприятий и территорий;*

*2. Экономико-правовые основы развития конкуренции
и повышения конкурентоспособности организаций;*

3. Экономическая безопасность;

4. Социальное измерение конкурентоспособности;

5. Актуальные проблемы экономической теории;

6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий;

7. Корпоративная экономика и управление бизнесом;

*8. Рынки, фирмы, бизнес-модели:
факторы устойчивого развития в условиях новой нормальности;*

9. Разработка и эксплуатация информационных систем в экономике

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка Ю.С. Баусовой

Поз. 63. Подписано в печать 29.09.2023.

Формат 60 × 84 1/16. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 15,6. Усл. печ. л. 17,2. Печ. л. 18,5. Тираж 10 экз. Заказ 412.

**Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45**

**Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета**