

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



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

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

(Екатеринбург, 16–18 апреля 2025 г.)

Часть 1



ОБРАЗОВАНИЕ.
БИЗНЕС.
ВЛАСТЬ.
НАУКА.
ИНСТИТУТЫ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Екатеринбург
2025

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



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

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

(Екатеринбург, 16–18 апреля 2025 г.)

Часть 1

Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-экспертиза товарных рынков и конкурентоспособности организации; 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: на пути к цифровому будущему

Екатеринбург
2025

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 XXVIII Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 16–18 апреля 2025 г.) : в 3 частях / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации и др.; ответственные за выпуск : Я.П. Силин, В.Е. Ковалев. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2025. — Часть 1. Направления : 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-экспертиза товарных рынков и конкурентоспособности организации; 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: на пути к цифровому будущему. — 273 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, 2025
© Уральский государственный
экономический университет, 2025

Направление 1.

Управление качеством

и конкурентоспособность предприятий и территорий

Е. Р. Бирюкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Использование целевого подхода к повышению конкурентоспособности малого предприятия трубной промышленности

Аннотация. На основе ранее проведенного анализа деятельности малого предприятия трубной промышленности ООО «Магистраль» автором определены цель и задачи улучшения конкурентной позиции организации. Рассмотрены мероприятия по решению поставленных задач.

Ключевые слова: качество управления; конкурентоспособность предприятия; целевой подход; качество коммуникационной политики; малое предприятие; трубная промышленность.

В современных условиях повышение конкурентоспособности является одним из стратегических направлений управления любым предприятием. Целевой подход к управлению является актуальным для этой деятельности.

В ходе исследования проведен анализ деятельности ООО «Магистраль» и возможных направлений развития для повышения конкурентоспособности. Результаты анализа позволили сформулировать цель организации на данном этапе — улучшение конкурентной позиции среди малых предприятий трубной промышленности Челябинской области на основе стратегий развития дифференцирования и фокусирования бизнеса¹.

Для достижения цели определены следующие задачи: повышение узнаваемости организации на рынке; выстраивание системы взаимодействия с другими организациями; совершенствование товарного ассортимента [2, с. 413]. Рассмотрим задачи более подробно.

Первая задача — повышение узнаваемости организации на рынке. В условиях современного мира, где предпочтения потребителей меняются очень быстро, объемы информации постоянно растут, коммуникационная политика организации — важное условие успешного функци-

¹ Челябинский завод трубодеталей «Магистраль». URL: <https://magistral74.ru/> (дата обращения: 25.01.2025).

онирования. Организация должна способствовать доведению нужной информации до потребителей. Для выполнения первой задачи необходимо разместить на официальном сайте цены на продукцию, а также провести рекламную кампанию. Каждое из мероприятий включает в себя перечень работ. Так, например, проведение рекламной кампании включает в себя анализ рынка, определение целей и целевой аудитории, разработку концепции рекламы, выбор аспектов, которые важно подчеркнуть для клиентов и партнеров, поиск дизайнеров и копирайтеров, выбор каналов коммуникации, составление макетов и изготовление рекламных материалов, запуск рекламы, анализ эффективности проведенной рекламной кампании [1, с. 72]. Каждая из работ может быть разделена на более мелкие работы, поэтому перечень не является исчерпывающим. Проведение этих мероприятий позволит организации повысить узнаваемость, привлечь новых клиентов и партнеров, тем самым увеличить объемы продаж, выручку и прибыль.

Вторая задача — выстраивание системы взаимодействия с другими организациями, налаживание сотрудничества. Мероприятия для выполнения задачи: поиск потенциально заинтересованных во взаимодействии организаций; разработка коммерческих предложений и писем о сотрудничестве; разработка системы коммуникаций. Поиск потенциально заинтересованных во взаимодействии организаций включает в себя исследование рынка, анализ конкурентов, участие в профессиональных мероприятиях, составление списка потенциальных партнеров; разработку коммерческих предложений и писем о сотрудничестве — создание шаблонов, написание персонализированных писем для каждой организации, рассылку писем в электронном или бумажном варианте; разработку системы коммуникаций — выбор каналов коммуникаций, создание платформы, документальное сопровождение. Ожидаемый результат — создание эффективной системы сотрудничества с заинтересованными организациями, как следствие, рост числа партнеров, появление новых рынков сбыта за счет синергетического эффекта, рост объемов продаж.

Третья задача — совершенствование товарного ассортимента. В условиях изменения потребительских предпочтений под влиянием внешних факторов следование тенденциям, запросам и требованиям является критически важным условием существования на рынке. Так, организации следует внедрить в производство трубную продукцию из современных материалов, например, из полимеров. Прежде всего, необходимо проанализировать спрос, оценить целесообразность запуска новой производственной линии и затрат, с этим связанных. Если

ожидаемый спрос есть, тогда необходимо разработать техническую документацию, получить лицензии и разрешения, закупить оборудование, инструменты, оснастку, провести переподготовку персонала, найти поставщиков сырья и организовать поставки. Целесообразным будет изготовление пробной партии продукции из новых материалов для минимизации возможных финансовых потерь. Изменение товарного ассортимента позволит выйти в новые сегменты рынка.

По всем предложенным направлениям автором рассмотрены целевые показатели для контроля достижения цели и изучены риски, которые могут возникнуть в ходе выполнения вышеописанных задач с разработкой структуры управления идентифицированными рисками организации.

Библиографический список

1. Голубков Е. П. Основы маркетинга. М.: Финпресс, 2003. 688 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие. М.: ЭКСМО, 2005. 544 с.

Научный руководитель: *Т. И. Арбенина*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Гладких

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Конкурентоспособность некоммерческого микропредприятия дополнительного профессионального образования

Аннотация. Рассматривается проблема конкурентоспособности некоммерческих микропредприятий, работающих в сфере дополнительного профессионального образования.

Ключевые слова: качество услуг; дополнительное профессиональное образование; метод рейтинговых оценок; конкурентоспособность некоммерческой организации.

Повышение конкурентоспособности организации дополнительного профессионального образования (ДПО) требует комплексного подхода, который охватывает различные аспекты деятельности учреждения — от качества образовательных услуг до управления персоналом и маркетинга.

Согласно исследованию Businessstat, в период с 2019 по 2023 г. количество организаций, занимающихся реализацией дополнительных

профессиональных программ в России, выросло на 16,8%, достигнув отметки в 7,1 тыс. по сравнению с 6 тыс. ранее¹. Это связано с тем, что учебные центры при крупных компаниях начали предлагать образовательные программы не только своим сотрудникам, но и на открытом рынке, чему способствовал быстрый рост онлайн-образования.

В рамках исследования был проведен анализ конкурентоспособности фирмы ЧОУ ДПО «УЦПК». В организации реализуются такие программы дополнительного профессионального образования, как обучение требованиям охраны труда, пожарной безопасности, гражданской обороны и т. д. Учреждение является некоммерческим микропредприятием, основной деятельностью которого выступает «Образование профессиональное дополнительное».

В процессе анализа рынка услуг ДПО были выделены несколько стратегических групп предприятий. Группа А характеризуется тем, что реализует достаточно ограниченное количество программ как для организаций, так и для физических лиц и отличается высоким уровнем по соотношению цена/качество. Группа В включает в себя организации, ориентированные преимущественно на физических лиц для повышения их квалификации и компетенций. Группа С включает учебные заведения при крупных предприятиях и ориентацию программ на конкретные потребности. Группа D ориентирована на оказание услуг для физических лиц, преимущественно используя системы дистанционного обучения. ЧОУ ДПО «УЦПК» относится к организациям группы А. На рынке Пермского края представителями данной группы являются: ЧОУ ДПО «РЦО»; АНО ДПО «УЦТО»; ЧОУ ДПО «ЦКО»; ЧОУ ДПО «УЦПК». Основным видом деятельности этих организаций является — образование профессиональное дополнительное. Услуги оказываются как организациям (юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям), так и физическим лицам². Для оценки конкурентного положения ЧОУ ДПО «УЦПК» на рынке услуг ДПО использовался метод рейтинговой оценки.

Сильные стороны ЧОУ ДПО «УЦПК»: стоимость обучения (предоставлены услуги для клиентов с разным уровнем дохода); интеграция с рынком труда (организация оперативно реагирует на изменяющийся спрос на рынке и изменения законодательства); персонал (проводится

¹ Анализ рынка дополнительного образования в России в 2020–2024 гг., прогноз на 2025–2029 гг. // BusinesStat. С. 11. URL: https://businesstat.ru/images/demo/additional_professional_education_russia_demo_businesstat.pdf?ysclid=m0xo72r5me807063907 (дата обращения: 29.03.2025).

² ЧОУ ДПО «УЦПК» // Rusprofile. URL: <https://www.rusprofile.ru/id/5545958> (дата обращения: 29.03.2025).

необходимая подготовка штатного персонала согласно требованиям законодательства или приглашаются сторонние преподаватели). Слабыми сторонами являются использование современных технологий (предпочтение отдается традиционному обучению, онлайн обучение занимает малую часть); отзывы и репутация (известность среди постоянных клиентов, отсутствует маркетинговое продвижение организации и формирование репутации в общедоступных источниках для новых клиентов).

Проведенный анализ конкурентной позиции ЧОУ ДПО «УЦПК» на рынке позволил нам определить следующую цель управления конкурентоспособностью на ближайшие три года: выйти на ведущую позицию среди организаций своей стратегической группы. В качестве подцелей определены: обеспечение удовлетворенности и лояльности клиентов организации; привлечение новых клиентов из целевых сегментов рынка.

Данные цель и подцели могут быть достигнуты за счет формирования конкурентных преимуществ в рамках стратегии дифференцирования, т.е. за счет выведения наиболее важных для целевых сегментов параметров деятельности организации на лучшие характеристики, обеспечивающие создание более высокой потребительской ценности. Для реализации данной конкурентной стратегии необходимо решить следующие задачи: повысить узнаваемость организации на рынке дополнительного профессионального образования; расширить ассортимент предлагаемых курсов и форматов обучения, в том числе онлайн; ценовую политику организации в отношении целевых сегментов рынка.

Для решения поставленных задач для ЧОУ ДПО «УЦПК» предлагаются следующие мероприятия: закупка необходимого оборудования и программного обеспечения для перевода обучения в онлайн формат и создания новых курсов; проведение рекламных акций для повышения узнаваемости фирмы; проведение более гибкой ценовой политики в отношении клиентов.

Предложенные рекомендации позволят ЧОУ ДПО «УЦПК» улучшить положение на рынке дополнительного профессионального образования и выстроить эффективную систему управления конкурентоспособностью в постоянно изменяющихся условиях рынка данной отрасли.

Научный руководитель: *Т. И. Арбенина*,
кандидат экономических наук, доцент

Самооценка качества менеджмента

Аннотация. В представленной статье обсуждаются методы и подходы к самооценке качества менеджмента. В данной работе самооценка рассматривается как один из инструментов определения стратегических альтернатив развития предприятия и повышения конкурентоспособности.

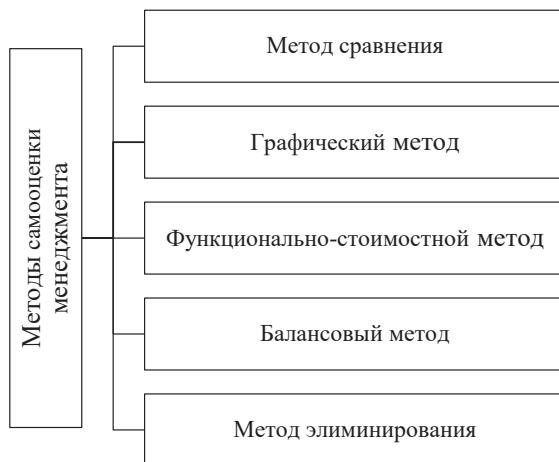
Ключевые слова: качество менеджмента; самооценка менеджмента; конкурентоспособность; стратегические альтернативы.

Вопросы самооценки качества менеджмента на предприятии представляют собой актуальную тему исследования. Самооценка позволяет принимать обоснованные управленческие решения на основании объективной оценки работы предприятия, удовлетворенности персонала, поставщиков и общества. Высокая значимость самооценки как инструмента повышения эффективности работы организации доказывает актуальность выбранной темы научного исследования.

Целью настоящей статьи является исследование значимости для организации системы самооценки качества менеджмента как инструмента повышения эффективности управления и укрепления конкурентоспособности предприятия в современных социально-экономических условиях.

Сущность самооценки менеджмента качества заключается в систематическом и всестороннем анализе деятельности организации с целью оценки ее соответствия установленным стандартам и требованиям, выявления сильных и слабых сторон, а также определения возможностей для улучшения. Обозначенный процесс самооценки качества менеджмента позволяет организации объективно оценить свою эффективность, качество продукции и услуг, уровень удовлетворенности потребителей и сотрудников, а также взаимодействие с поставщиками и обществом в целом. Полученные результаты являются фундаментальной основой для определения практических направлений развития организации, улучшения результатов хозяйственной деятельности. Регулярная организация самооценки качества менеджмента позволяет внедрять инновации, совершенствовать технологический процесс и гарантировать повышение устойчивости организации.

На практике широко применяется многообразие методов для самооценки менеджмента качества. Данные методы представлены на рисунке.



Методы самооценки менеджмента [1]

Порядок организации проведения самооценки закреплён в стандартах качества. В соответствии с «Методикой проведения самооценки», представленной в третьем издании ИСО 9004, необходимо определить область проведения самооценки и вид оценки: оценка со стороны высшего руководства (быстрый анализ), либо детальная оценка¹. Различные виды самооценки могут проводиться независимо, одновременно или последовательно. Многообразие методов позволяет проводить сравнительный анализ полученных результатов, интерпретировать их и анализировать содержание. Полученные данные анализа путем применения многообразия методов, представленных на рисунке, позволяет выделить сильные и слабые стороны работы предприятия в целом, а также оценить качество управленческой деятельности по отдельным вопросам. Диагностика управленческой системы, основанная на объективных показателях и стандартизированных подходах и применении представленных на рисунке методов, способствует формированию внутренней прозрачности, выявлению резервов роста и устранению неэффективных элементов [2, с. 75]. В этом контексте самооценка качества менеджмента выступает не только механизмом внутреннего контроля, но и стратегическим инструментом, направленным на обеспечение устойчивого развития организации. Она напрямую влияет на формирование и укрепление конкурентоспособности предприятия, поскольку

¹ ГОСТ Р ИСО 9004-2019. Менеджмент качества. Качество организации. Руководство по достижению устойчивого успеха организации.

позволяет своевременно адаптироваться к изменениям внешней среды, совершенствовать бизнес-процессы, формировать ценностные предложения для потребителей и интегрировать инновационные подходы в практику управления. Конкурентоспособность в данном ключе становится результатом высокой зрелости системы управления качеством, ее способности к саморефлексии, гибкости и ориентации на стратегические приоритеты. Регулярное проведение самооценки позволяет трансформировать внутренний потенциал в устойчивые рыночные преимущества, повышает адаптивность предприятия к вызовам и способствует его успешному позиционированию в конкурентной среде.

Проведенный анализ подходов к анализу качества менеджмента позволяет сделать вывод о том, что самооценка представляет собой один из значимых инструментов повышения конкурентоспособности предприятия.

Библиографический список

1. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / пер. с англ. Н. Макаровой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
2. Краснокутская Е. В., Николаева Ю. А. Управление качеством: современные подходы и методы. М.: Дашков и Ко, 2022. 298 с.

Научный руководитель: *Е. Н. Шарафутдинова*,
кандидат химических наук, доцент

Г. А. Курьяков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Процессный подход для повышения качества и конкурентоспособности продукции

Аннотация. Приведена характеристика ассортимента продукции и система мониторинга процесса производства противовирусного препарата на предприятии ООО «Завод Медсинтез». Разработанная система мониторинга процесса производства противовирусного препарата обеспечит повышение качества и конкурентоспособности продукции.

Ключевые слова: процесс; качество; мониторинг; конкурентоспособность.

Использование процессного подхода является одним из основных источников долгосрочных конкурентных преимуществ предприятия. Это обосновывает актуальность исследования. Процессный подход — позволяет организации управлять взаимосвязями и взаимозависимостями

ми между процессами системы, так что результативность деятельности организации будет повышена [1, с. 76]. Процессный подход связан с описанием существующих процессов предприятия [2, с. 9].

Процессный подход дает следующие преимущества:

- улучшение эффективности процессов: процессный подход позволяет оптимизировать процессы, находить узкие места и препятствия, устранять их и повышать эффективность работы всего предприятия;

- снижение затрат: процессы анализируются на наличие избыточных операций, двойной работы и других неэффективных действий, что позволяет снизить издержки и повысить экономическую эффективность предприятия;

- улучшение качества продукции: процессный подход позволяет постоянно улучшать качество продукции за счет оптимизации процессов, мониторинга и контроля и уменьшения количества несоответствий;

- лучшее удовлетворение потребителей: процессы, оптимизированные с точки зрения потребностей клиентов, повысят удовлетворенность клиентов, что приведет к повышению лояльности и конкурентоспособности;

- процессный подход способствует улучшению коммуникации и сотрудничества между работниками разных подразделений, что может повысить результативность работы всего предприятия.

Цель работы — анализ процессов производства на ООО «Завод Медсинтез». Предприятие выпускает следующий ассортимент продукции.

1. *Лекарственные препараты:*

- противовирусные средства;
- антибиотики;
- противоопухолевые препараты;
- средства для лечения сердечно-сосудистых заболеваний;
- средства для лечения заболеваний центральной нервной системы;
- противодиабетические препараты;
- иммунологические препараты;

2. *Активные фармацевтические субстанции:*

- субстанции для производства готовых лекарственных форм;
- полупродукты для фармацевтической промышленности;

3. *Дополнительные товары:*

- медицинские изделия;
- косметическая продукция;
- пищевые добавки.

На заводе ООО «Завод Медсинтез» функционирует комплексная система управления качеством, контроль качества осуществляется

на всех этапах производства. В таблице приведена система мониторинга процесса производства противовирусного препарата «Триазавирин».

Система мониторинга процесса производства противовирусного препарата «Триазавирин»

Показатель процесса	Целевое значение показателя	Нормативный документ	Метод измерения	Периодичность измерения	Коррекция
1. Температура охлаждения	26±36 °С	ГОСТ 52249-2009	Записи в техническом журнале	Каждая партия	Повторное охлаждение, ремонт оборудования
2. Время сушки	8–12 ч	ГОСТ 52249-2009	Лабораторный анализ проб, определение внешнего вида	Каждая партия	Наладка оборудования / утилизация
3. Качество упаковки	Читаемость этикеток	ГОСТ 52249-2009	Визуальный контроль единицы продукта	Каждая партия	Ремонт оборудования и повторная маркировка
4. Контроль качества продукции	Брак не более 5 %	ГОСТ 52249-2009	Оценка внешнего вида, лабораторный анализ	Каждая партия	Отклонение партии
5. Хранение и реализация	100 %	ГОСТ 52249-2009	Отчетная документация, накладные	Каждая партия	Ремонт оборудования

Таким образом, разработка системы мониторинга производства противовирусного препарата будет способствовать снижению несоответствий и повышению качества и конкурентоспособности продукции, обеспечит рост производительности, эффективности и результативности выполнения производственного процесса.

Библиографический список

1. Каменнова М. С., Крохин В. В., Машков И. В. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум: в 2 ч. Ч. 1. М.: Юрайт, 2023. 282 с.
2. *Общий менеджмент: учебное пособие* / Л. С. Ружанская, Н. Г. Фонова, И. В. Бурлакова и др.; под общ. ред. Л. С. Ружанской, И. В. Котляревской. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 116 с.

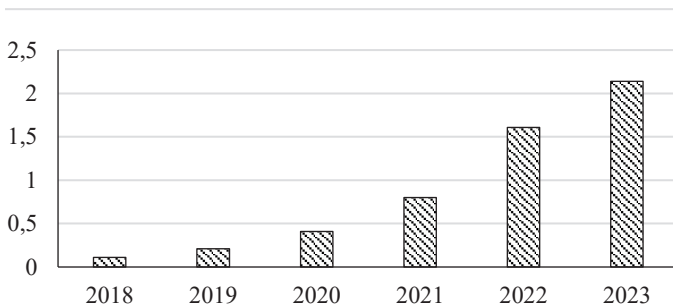
Научный руководитель: *Л. Г. Протасова*,
доктор технических наук, профессор

Некоторые аспекты бизнес-модели компании Wildberries

Аннотация. Wildberries — крупнейший маркетплейс в России, который продолжает активно расширяться на международных рынках. Успех компании обусловлен гибкой бизнес-моделью, продуманными стратегиями роста и высокой адаптивностью к изменениям экономической среды. В данной статье рассмотрены факторы успеха Wildberries на рынке электронной торговли.

Ключевые слова: Wildberries; маркетплейс; бизнес-модель; обеспечение качества услуги.

В последние годы рынок маркетплейсов в России показывает существенный рост. Компания Wildberries, которая была основана в 2004 г., является крупнейшим маркетплейсом в России. «Онлайн-покупки становятся более выгодными для потребителя не только с точки зрения экономии времени, но и с точки зрения возможности выбора, сравнения производителей и поиска оптимального соотношения цены и качества»¹ [1, с. 214]. Изначально на маркетплейсе продавалась женская одежда европейских брендов. Со временем Wildberries превратился в полноценный маркетплейс, предлагающий товары в различных категориях. На рисунке можно увидеть рост онлайн-продаж на маркетплейсе за конкретный период.



Онлайн-продажи на Wildberries в 2018–2023 гг., трлн р.²

¹ Агабабаев М. С. Интернет-маркетинг как инструмент привлечения клиентов // Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы IV Уральского экономического форума (Екатеринбург, 20–21 октября 2022 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. С. 214.

² Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов // Data Insight. URL: <https://top100.datainsight.ru/#tab274521637> (дата обращения: 23.02.2025).

Бизнес-модель Wildberries способствует компании оставаться конкурентоспособной за счет гибкости и быстрой адаптации к изменениям на рынке. Гибкость бизнес-модели компании проявляется в следующих направлениях:

— логистическая гибкость — развитие собственных складов, пунктов выдачи заказов, что снижает зависимость от сторонних перевозчиков. Количество новых пунктов выдачи заказов (ПВЗ) Wildberries увеличилось примерно на 10% к началу 2023 г., достигнув более 32 тыс. работающих точек¹;

— адаптация ассортимента — изначально Wildberries продавал одежду, но со временем расширил ассортимент до бытовой техники, косметики, продуктов питания и даже автомобилей;

— гибкость ценообразования — система скидок и персонализированных предложений, доступность цен для широкой аудитории.

Компания активно расширяет свое присутствие за пределами России. На данный момент Wildberries работает в Европе, странах СНГ и Азии. Для укрепления позиций на международном рынке используются: адаптация ассортимента под локальные предпочтения, конкурентные условия для местных поставщиков, развитие логистической инфраструктуры в новых регионах².

Международная экспансия делает бизнес конкурентоспособным, позволяя быстро адаптироваться к новым рынкам и извлекать выгоду из различных экономических условий. Открытие новых стран снижает риски, так как компании не зависят от одной экономики. Выход на новые рынки способствует росту доходов и внедрению передовых решений, заимствованных из международного опыта.

Компания Wildberries активно осваивает технологические инновации, используя их как фундамент для роста и собственной конкурентоспособности.

Возможность отслеживать покупки и отмены заказов, создавать индивидуальные списки товаров на основе предыдущих предпочтений, а также система скидок для постоянных клиентов, размер которых зависит от частоты покупок и количества отмен способствуют удержанию клиентов и повышению их лояльности.

¹ Савицкая А. Псылки придержали раздачу // Коммерсантъ. 2023. 6 февр. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5810528> (дата обращения: 23.02.2025).

² В каких странах находится ВБ. Wildberries: география присутствия и масштабы глобальной экспансии // Telegra.ph. 2025. 9 янв. URL : <https://telegra.ph/V-kakih-stranah-nahoditsya-VB-Wildberries-Geografiya-Prisutstviya-i-Masshtaby-Globalnoj-EHkspansii-01-09?ysclid=m7hmlowt9585684456> (дата обращения: 23.02.2025).

Wildberries применяет искусственный интеллект для персонализированных рекомендаций, анализируя историю покупок, предпочтения и поведение пользователей. Благодаря этому система подбирает товары, которые наибольшим образом соответствуют интересам каждого клиента.

Wildberries применяет технологии Big Data для анализа поведения покупателей. Это позволяет компании точно понимать, какие товары востребованы, и своевременно обновлять ассортимент.

Таким образом, стремление к работе на глобальном уровне, интеграция проверенных инноваций в бизнес-процессы и другие стратегии позволяют Wildberries стремительно расширять географию своей деятельности, улучшать качество сервиса и расширять спектр предоставляемых услуг. Это укрепляет позиции компании на рынке и обеспечивает ее непрерывное развитие и стабильное укрепление бренда.

Научный руководитель: *М. С. Агабабаев*,
кандидат экономических наук, доцент

В. С. Радолов, В. Н. Чайников

Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары

Техническое регулирование и устойчивая конкурентоспособность промышленной продукции

Аннотация. Рассматривается влияние технического регулирования на качество и конкурентоспособность промышленной продукции. Устойчивое развитие выделяется как центральное место в обеспечении долгосрочного успеха. Регулирование, инновации и устойчивость имеют решающее значение для конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: техническое регулирование; качество продукции; конкурентоспособность; устойчивое развитие; региональная экономика.

Техническое регулирование, в частности стандартизация, играет важную роль в обеспечении качества и конкурентоспособности промышленной продукции. В условиях санкций и глобальной напряженности цепочки поставок и рынки находятся под напряжением. Конкурентоспособность влияет на предприятия, регионы и страны. Устойчивость имеет решающее значение для текущего и будущего успеха.

Техническое регулирование включает стандарты и регламенты, гарантирующие качество и безопасность. Стандартизация устанавливает единые критерии сопоставимости и надежности, например: ГОСТ Р

ИСО 9001-2015 (Система менеджмента качества), ГОСТ Р ИСО 31000-2019 (Менеджмент риска), ГОСТ Р 57313-2016 (Инновационный менеджмент), способствуют оптимизации процессов и повышению качества продукции, повышают доверие потребителей и укрепляют позиции компаний на рынке [1, с. 64].

Стандартизация поддерживает инновации благодаря четким рамочным условиям. Компании, которые внедряют стандарты на ранних этапах, получают конкурентные преимущества, поскольку они могут быстрее реагировать на требования рынка. Высококачественная продукция, подкрепленная техническим регулированием, является ключевым фактором конкурентоспособности предприятий, как это показано на рис. 1.



Рис. 1. Схема воздействия технического регулирования

Примером конкурентоспособности российской промышленности является производство сельскохозяйственной техники ООО «КЗ «Ростсельмаш» в Ростовской области. Современные, высококачественные и инновационные комбайны и тракторы конкурируют по всему миру. Высокая плотность производства стимулирует инвестиции, создает рабочие места и стимулирует региональный экономический рост. Экспорт укрепляет российскую экономику за счет увеличения доли рынка в мировом сельскохозяйственном секторе.

Устойчивость имеет решающее значение для долгосрочной конкурентоспособности. Наряду с нынешним успехом компаниям необходимо решать такие проблемы, как нехватка ресурсов, изменение климата и изменение потребительских предпочтений. Устойчивые производственные процессы, контролируемые техническим регулированием, снижают затраты и воздействие на окружающую среду и повышают привлекательность продукции [2, с. 89].

Компании, которые внедряют стандарты устойчивого развития на ранних этапах, позиционируют себя как лидеры рынка и обеспечивают себе конкурентные преимущества [3, с. 176]. Устойчивая конкурентоспособность требует тесной взаимосвязи между техническим

регулированием, инновациями и стратегическим планированием, как это представлено на рис. 2.

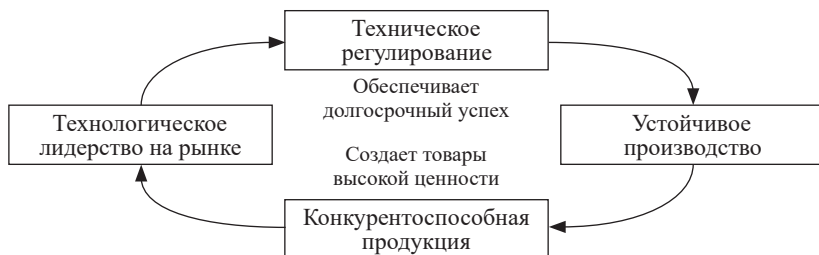


Рис. 2. Цикл устойчивой конкурентоспособности

Техническое регулирование и стандартизация обеспечивают качество и конкурентоспособность промышленной продукции, стимулируют региональную и национальную экономическую мощь. Внедрение международных стандартов, инновационных процессов и устойчивых стратегий обеспечивает долгосрочные конкурентные преимущества, технологический суверенитет и глобальное лидерство на рынке.

Библиографический список

1. Баженова В. С., Пивоваров Н. А. Государственное регулирование инновационно-технологического развития в современных условиях. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2006. 197 с.
2. Радолов В. С., Чайников В. Н. Управление качеством на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях организации // Региональные проблемы преобразования экономики. 2023. № 3 (149). С. 85–92.
3. Ускова Т. В. Управление устойчивым развитием региона. Вологда: ВолНЦ РАН, 2009. 355 с.

Научный руководитель: В. Н. Чайников,
доктор экономических наук, доцент

Роль корпоративной культуры в обеспечении качества продукции и услуг

Аннотация. Рассмотрено влияние корпоративной культуры на качество продукции и конкурентоспособность организации на примере государственной корпорации «Ростех».

Ключевые слова: корпоративная культура; СМК; качество; конкурентоспособность.

Изучение корпоративной культуры началось в начале XX в. в США, тогда как в России в 1920–1930-х гг. развивалась преимущественно социология управления организацией. До 1970 г. упоминания об организационной (корпоративной) культуре в литературе встречались редко и носили косвенный характер. Для предприятий нашей страны корпоративная культура явление относительно новое, поскольку в последнее десятилетие наблюдается интенсивная деятельность по созданию и реализации системы, состоящей из принципов, которые формируют модели поведения сотрудников и устанавливают стандарты их работы. Корпоративная культура — это совокупность общих для всех членов организации ценностей, убеждений и норм поведения, формирующихся в процессе преодоления внутренних и внешних трудностей на пути к успеху¹. Корпоративная культура является неотъемлемой частью системы менеджмента качества (СМК) любого предприятия. Внедрение СМК без организационной культуры приводит к формальному соблюдению стандартов, не ориентированному на реальные улучшения.

В таблице представлен анализ влияния принципов менеджмента качества на корпоративную культуру и конкурентоспособность.

В нашей стране одной из компаний, демонстрирующих высокое качество благодаря сильной корпоративной культуре, является государственная корпорация «Ростех», что подтверждается премией за самую эффективную корпоративную культуру в крупном бизнесе, учрежденную отраслевым журналом «Директор по персоналу»².

¹ Персикова Т. Н. Корпоративная культура: учебник. М.: Логос, 2020. С. 35.

² Ростех получил премию за самую эффективную корпоративную культуру в крупном бизнесе // Ростех. 2023. 6 дек. URL: <https://rostec.ru/media/news/rostekh-poluchil-premiyu-za-samuyu-effektivnuyu-korporativnuyu-kulturu-v-krupnom-biznese/#start> (дата обращения 20.02.2025).

Влияние СМК на корпоративную культуру

Принцип менеджмента качества	Отражение в корпоративной культуре	Влияние на качество	Влияние на конкурентоспособность
1. Ориентация на потребителя	Бренд организации, уникальный имидж, принципы клиентоориентированности	Постоянный сбор обратной связи и анализ потребностей клиентов позволит выявлять недостатки в продукции и улучшать ее качество	— увеличение лояльности и доверия потребителей; — рост спроса на продукцию (услуги); — быстрая адаптация к изменениям рынка; — устойчивость к кризисам; — привлекательность организации для квалифицированных кадров и как следствие их приток
2. Лидерство	Стандарты поведения, система мотивации, создание атмосферы доверия и ответственности	Снижение текучести кадров, своевременное формирование кадрового резерва. Укрепление внутреннего единства	
3. Взаимодействие людей	Развитие культуры открытости, инициативы и постоянного обучения. Создание системы по получению и обработке обратной связи.	Свободный обмен информацией между сотрудниками для быстрого выявления проблем и поиска путей их решения.	
4. Процессный подход	Сотрудники понимают свою роль в команде, в общем деле и разделяют ценности компании	Повышение эффективности, улучшение координации между отделами, ориентация на результат. Процессы управляемы и основаны на четко заданных показателях	
5. Улучшение	Культура инноваций, где сотрудники предлагают улучшения без страха наказания за ошибки	Постоянное обучение и развитие сотрудников формирует приверженность к стандартам качества	
6. Принятие решений, основанных на свидетельствах	Внедрение систем аналитики и управления данными	Снижение рисков. Увеличение количества стратегических решений	

С 2017 г. Ростех сформировал единый для всех организаций Корпорации (более 800 в разных регионах страны) свод ценностей и разработал обучающий курс для руководителей и работников. В ГК «Ростех» взаимосвязь между корпоративной культурой и качеством реализована на базе АО «РТ-Техприемка» в виде центра компетенций системы управления качеством корпорации. Центр знаний отвечает за разработ-

ку стандартов, сертификацию систем менеджмента, мониторинг качества, контроль технологий, оценку соответствия и установление единых целевых показателей качества для организаций Корпорации¹. Также в сотрудничестве с МИРЭА — РУТ и СПбГЭТУ «ЛЭТИ» создан образовательно-профессиональный трек «Ростех. Качество», направленный на подготовку специалистов в области управления качеством.

Таким образом, корпоративная культура, которая разработана в соответствии с требованиями СМК и адаптирована к потребностям конкретной организации позитивно сказывается на качестве, конкурентоспособности и помогает предприятиям эффективнее решать стратегические задачи для обеспечения потребностей в разнообразных отраслях.

Научный руководитель: *Е. Н. Шарафутдинова*,
кандидат химических наук, доцент

В. В. Чащина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Технологии моделирования процессов как новый управленческий инструментарий

Аннотация. Компании, развивающиеся в борьбе за конкурентное место на рынке, ищут наиболее эффективные методы управления на пути к устойчивому развитию. В данной статье описываются принципы ESG-трансформации как концепции управления предприятием в связке с инструментарием менеджмента качества.

Ключевые слова: управление качеством; ESG-трансформация; инструментарий; методология.

Исходя из динамики популяризации и роста эффективности внедрения и использования подходов нового менеджмента на малых и крупных предприятиях, возникающие проблемы на уровне управления приобретают большую актуальность. Несмотря на количество и разнообразие методологических пособий и притока специалистов в области управления качеством, в настоящее время решение вопросов менеджмента остается трудоемкой задачей для многих руководителей.

По причине, описанной выше, на уровне управленческих процессов (в том числе системы менеджмента качества) возникают проблемы разного рода, которые требуют своевременного решения. В случае, если

¹ *История* компании АО «РТ-Техприемка». URL: <https://rttec.ru/about/history/> (дата обращения 12.03.2025).

на предприятии существуют проблемы на уровне менеджмента, то несоответствия линейных процессов, а также, отсутствие стабильности, решить будет довольно сложно. По данной причине поиск путей минимизации проблем управления качеством является жизненно важным для любой компании, желающей получить высокие результаты своей деятельности.

Для повышения максимальной эффективности работы компании необходимо уделять пристальное внимание процессам, моделирование которых представляет одно из направлений, наряду с анализом, оптимизацией и реорганизацией.

ESG (Environmental, Social and Governance) — концепция управления организацией, в основе которой находятся окружающая среда, общество и управление, и в числе приоритетов выдвигаются экологическая и социальная ответственность [1]. Одной из основных целей ESG-трансформации бизнеса является интеграция ключевых стратегий в деятельность компании.

В рамках тематики данной статьи проведена корреляция принципов ESG-трансформации с методологией и нормативной базой систем менеджмента по стандартам ISO. Информация представлена в таблице.

Корреляция принципов ESG с методологией систем менеджмента

Направление ESG-трансформации	Система менеджмента ISO	Нормативная база
1. Влияние на окружающую среду	Системы экологического менеджмента	ГОСТ Р ИСО 14001-2016
2. Социальные аспекты	1. Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья 2. Руководство по социальной ответственности	1. ГОСТ Р ИСО 45001-2020 2. ГОСТ Р ИСО 26000-2012
3. Управление организацией	1. Системы менеджмента качества 2. Менеджмент риска	1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 2. ГОСТ Р ИСО 31000-2016

Таким образом, ответом на вопрос многих организаций, находящихся на стадии ESG-трансформации, о методологии и более подробных принципах, рекомендованных к применению, будет изучение и апробация концепций систем менеджмента ИСО. Применяя принципы описанных систем менеджмента организации успешно пройдут трансформацию, соблюдая все основополагающие аспекты ESG.

Не менее важным аспектом устойчивого развития компании является обеспеченность двух субъектов управления: руководства и непосредственных исполнителей [2]. На уровне непосредственных исполнителей

важно поддерживать принцип лидерства, саморазвития и лояльности, что также соответствует принципам систем менеджмента.

Кроме того, в рамках системы инструментов управления качеством существует достаточное количество технологий, способных удовлетворить все направления ESG-трансформации, и есть возможность сочетать с применением систем инструментов менеджмента качества [3, с. 96]. Инструментарий ESG довольно молодой и пока не имеет широкой теоретической базы, что вызывает трудности в части ознакомления с этой концепцией.

Выбор промышленным предприятием инструментария устойчивого развития осуществляется в зависимости от того, какие бизнес-процессы компании подлежат оптимизации и какого эффекта можно будет достичь в результате их применения.

Библиографический список

1. *Марченков С. А.* ESG-трансформация бизнеса в современных экономических и социальных реалиях // Вестник науки. 2023. Т. 2, № 10 (67). С. 43–45.
2. *Дегтярев П. А.* Инструменты ESG-трансформации промышленных предприятий в условиях их перехода на принципы бережливого производства // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 87–96.
3. *Шарафутдинова Е. Н., Плиска О. В.* Системы инструментов управления качеством: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. 180 с.

Научный руководитель: *Л. А. Донскова*,
кандидат сельскохозяйственных наук наук, доцент

Направление 2. Бизнес-экспертиза товарных рынков и конкурентоспособность организации

П. С. Белгаит

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ уровня экономической концентрации рынка оптовой торговли автомобильными деталями

Аннотация. В условиях трансформации национальной экономики, вызванной санкциями, цифровизацией и импортозамещением, ключевым фактором устойчивости оптовой торговли автомобильными деталями становится адаптация к изменениям рыночной структуры. Целью исследования является оценка уровня концентрации рынка, выявление доминирующих игроков и анализ конкурентной среды.

Ключевые слова: оптовая торговля; автомобильные детали; рыночная концентрация; индекс Герфиндаля — Гиршмана; конкурентоспособность.

Оптовая торговля автомобильными деталями играет важную роль в обеспечении стабильности цепочек поставок между производителями, сервисными центрами и розничными сетями. В условиях санкционного давления и цифровизации отрасль сталкивается с ростом консолидации рынка, что требует анализа текущей структуры для разработки стратегий повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса. Исследование фокусируется на оценке уровня концентрации рынка и его влияния на конкурентные возможности участников.

Для анализа использованы данные Росстата, Минпромторга РФ и открытых источников (List-Org). Основным показателем — индекс Герфиндаля — Гиршмана (*HHI*) — рассчитывается по формуле (1)¹.

$$HHI = \sum_{(i=1)}^n (Cr_i)^2, \quad (1)$$

где (Cr_i) — доля i -й компании на рынке (рассчитывается по формуле (2)).

Значение $HHI > 2000$ указывает на высокую концентрацию.

$$Cr_i = \frac{\text{Выручка компании}}{\text{Общая выручка}} \times 100\%. \quad (2)$$

¹ *Портер М.* Конкурентная стратегия. М.: Альпина Паблишер, 2020. 456 с.

В 2025 г. в России зарегистрировано 16 413 организаций, занимающихся оптовой торговлей автомобильными деталями (ОКВЭД 45.32). В 2023 г. крупнейшие игроки контролировали 44,4 % рынка, а в 2024 г. их доля увеличилась до 46,22 %, что свидетельствует о росте консолидации (см. таблицу).

**Показатели экономической концентрации рынка оптовой торговли
автомобильными деталями в 2023–2024 гг.**

Организация	2023			2024		
	Выручка, млн р.	Доля рынка (Сгi), %	ННi	Выручка, млн р.	Доля рынка (Сгi), %	ННi
ООО «Авторусь ритейл»	18530	13,53	183,15	20269	12,95	167,71
ООО «Колеса даром.ру»	12965	9,47	89,66	21912	14,00	196,00
ООО «Автодок-сеть»	10540	7,70	59,26	10788	6,89	47,51
ООО «Атлант»	10540	7,70	59,26	8472	5,41	29,30
ООО «Сура-Моторс-Авто»	8216	6,00	36,01	10900	6,96	48,50
ООО «ТД Риат-запчасть»	3196	2,33	5,45	3303	2,11	4,45
ООО «Перспектива»	2483	1,81	3,29	3928	2,51	6,30
ООО «Адвента»	2416	1,76	3,11	3327	2,13	4,52
ООО Консул	2307	1,68	2,84	4421	2,82	7,98
ООО «Авто ЗН»	2248	1,64	2,70	2500	1,60	2,55
ООО «Автомаг»	2243	1,64	2,68	2400	1,53	2,35
ООО «Приволжье-Транс-Сервис НН»	1880	1,37	1,89	1900	1,21	1,47
ООО «Урал-Лада»	1865	1,36	1,86	1748	1,12	1,25
ООО «КТЦ»	1798	1,31	1,72	1800	1,15	1,32
ООО «Казань-Шинторг»	1712	1,25	1,56	1700	1,09	1,18
ООО «ПКФ Слово»	1642	1,20	1,44	1600	1,02	1,05
Итого	136920	61,77	455,88	156515	64,51	523,43

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com>, 2025 (дата обращения 12.03.2025); Федеральная служба государственной статистики, 2023, 2024. URL: <https://rosstat.gov.ru/?ref> (дата обращения 12.03.2025).

Пять крупнейших игроков рынка (ООО «Авторусь ритейл», ООО «Колеса даром.ру», ООО «Автодок-сеть», ООО «Атлант», ООО «Сура-Моторс-Авто») в 2023 г. контролировали 44,4 % рынка, а в 2024 г. их совокупная доля увеличилась до 46,22 %. Рост индекса ННi с 455,88 до 523,43 подтверждает тенденцию к усилению концентрации, однако рынок остается слабо концентрированным (НН < 1500). Увеличение доли крупных игроков создает барьеры для

малого бизнеса, такие как конкуренция с федеральными сетями и высокие логистические издержки.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

А. О. Белоусова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка позиции ООО «ПСК „Базис“» на рынке строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области

Аннотация. Представлены результаты анализа рынка строительства жилых и нежилых объектов в Свердловской области, выполненного с применением методологии Федеральной антимонопольной службы России. В ходе исследования были определены конкурентные позиции ООО «ПСК „Базис“» на данном рынке, а также предложены рекомендации по укреплению конкурентного положения компании.

Ключевые слова: строительство жилых и нежилых зданий, ООО «ПСК „Базис“», конкурентные позиции, конкуренция.

ООО «Производственно-строительная компания „Базис“» была зарегистрирована в г. Екатеринбурге Свердловской области в 2020 г. с основным видом экономической деятельности (по коду ОКВЭД ред. 2 — 41.20) «Строительство жилых и нежилых зданий»¹. Для анализа конкурентной ситуации на рынке строительства жилых и нежилых объектов применим методологию, разработанную Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации для определения уровня концентрации товарного рынка².

Используя в качестве источника информации данные сайта раскрытия информации построим таблицу, характеризующую выручку топ-20 строительных организаций Свердловской области за 2023 г., имеющих самые большие объемы строительно-монтажных работ.

¹ Организация ООО «ПСК „Базис“» // List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/company/12629903> (дата обращения: 08.03.2025).

² Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: приказ ФАС России от 28 апреля 2010 г. № 220.

**Расчетные данные для оценки рыночной позиции
ООО «ПСК „Базис“»**

Наименование организации	Выручка от продаж, тыс. р.	Доля рынка, в %	CR3	<i>HHI</i>
1. ООО «Желдорстрой»	7076590	24,53	24,53	601,69
2. ООО «Уралтехстрой»	2523070	8,75	8,75	76,49
3. ООО «Астон. Екатеринбург»	2224890	7,71	7,71	59,48
4. ООО «Специализированный застройщик „Астон. Событие“»	1802850	6,25		39,05
5. ООО «ЕЭМ»	1554370	5,39		29,03
6. ООО «Новый застройщик»	1491550	5,17		26,73
7. ООО «Инженер»	1361320	4,72		22,27
8. ООО «Специализированный застройщик „Астон. Сезоны 2“»	1342470	4,65		21,65
9. ООО «НовэлСтрой»	1330250	4,61		21,26
10. ООО «Уральская региональная строительная компания — Екатеринбург»	1115130	3,87		14,94
11. ООО «Специализированный застройщик „Астон. Отрадный“»	963969	3,34		11,16
12. ООО «РТС»	950670	3,30		10,86
13. ООО «Мироновские дачи»	898301	3,11		9,70
14. ООО «Специализированный застройщик „Астон. Сезоны 3“»	861531	2,99		8,92
15. ООО «Специализированный застройщик „Зуброво-2“»	744886	2,58		6,67
16. ООО «ДиА-Строй»	690099	2,39		5,72
17. АО «Пуск»	633419	2,20		4,82
18. ООО «Креатив строй»	594553	2,06		4,25
19. ООО «Екбстройсервис»	549067	1,90		3,62
20. ООО «ПСК „Базис“»	140586	0,49		0,24
Итого	28849571	100,00	40,99	978,53

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 08.03.2025).

В соответствии с различными значениями коэффициента рыночной концентрации и индекса рыночной концентрации Герфиндаля — Гиршмана выделяются следующие уровни концентрации товарного рынка: высокий — при $70\% \leq CR3 \leq 100\%$ или $2000 \leq HHI \leq 10000$; умеренный — при $45\% \leq CR3 < 70\%$ или $1000 \leq HHI < 2000$; низкий — при $CR3 < 45\%$ или $HHI < 1000$ [2]. Исследуемый рынок имеет следующие значения показателей: Коэффициент концентрации $CR3 =$

40,99% < 45%, индекс рыночной концентрации Герфиндаля — Гиршмана $HNI = 978,53 < 1000$.

Следовательно, исследуемый рынок по уровню экономической концентрации является низко концентрированным, характеризующимся наличием большого количества мелких игроков. Особенности такого рынка являются: высокий уровень конкуренции, когда множество компаний предлагают схожие услуги, что вынуждает участников рынка бороться за потребителя; низкие барьеры входа, когда отсутствие доминирующих игроков облегчает выход на рынок новым участникам, что усиливает конкуренцию; узкая специализация, связанная с тем, что компании вынуждены фокусироваться на узких нишах или сегментах для выживания; ограниченные ресурсы, когда мелкие игроки, такие как ООО «ПСК „Базис“», обладают ограниченными финансовыми и маркетинговыми ресурсами, что затрудняет их рост; высокая чувствительность к цене, при которой потребители легко переключаются между поставщиками, ориентируясь на цену, что усиливает ценовую конкуренцию.

Лидерами продаж строительно-монтажных работ выступают ООО «Желдорстрой», ООО «Уралтехстрой» и ООО «Астон. Екатеринбург». Исследуемая организация занимает незначительную долю рынка строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области, что подтверждается ее долей в 0,49% и низкими показателями выручки (140,6 млн р.) по сравнению с лидерами продаж. Компания находится на 20-м месте среди 20 крупнейших строительных организаций региона, что свидетельствует о ее слабой конкурентной позиции. Таким образом, можно сделать вывод, что рынок строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области характеризуется высокой конкуренцией и низкой концентрацией, что создает сложные условия для таких мелких игроков, как ООО «ПСК „Базис“». Для успешного развития компании необходимо разработать стратегию, направленную на усиление конкурентных преимуществ, оптимизацию затрат и специализацию в узких сегментах рынка.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

Оценка рынка разборки и сноса зданий Свердловской области

Аннотация. Исследуется рынок разборки и сноса зданий Свердловской области. Данные работы являются неотъемлемой частью строительной отрасли. Делается вывод, что из топ-10 по объемам продаж три организации — ООО «Урал-взрывпром», ООО «Перестройка», ООО «Стройкомплект» — занимают более 50% рынка. По методологии ФАС России такой рынок является умеренно концентрированным.

Ключевые слова: рынок разборки и сноса зданий; ООО «ТК Строй»; конкуренты; доля рынка.

В Свердловской области, как и в других регионах с активным развитием инфраструктуры, разборка и снос зданий являются неотъемлемой частью строительной отрасли. Этот процесс включает в себя демонтаж старых конструкций, утилизацию строительных материалов и подготовку площадок для нового строительства. На данный момент эта деятельность характеризуется высоким уровнем конкуренции, а также высоким уровнем спроса, что связано с увеличением объемов жилищного и промышленного строительства и необходимостью модернизации устаревших объектов.

Одним из представителей данной сферы является компания ООО «ТК Строй», которая была зарегистрирована 11 октября 2018 г. в Екатеринбурге. Основным видом экономической деятельности ООО «ТК Строй» (ОКВЭД 43.11) является разборка и снос зданий. Дополнительными видами деятельности организации выступают строительство жилых и нежилых зданий (41.20), строительство автомобильных дорог и автомагистралей (42.11), подготовка строительной площадки (43.12) и многое другое. ООО «ТК Строй» занимает одну из ведущих позиций среди местных подрядчиков благодаря своему опыту и широкому спектру предоставляемых услуг¹. Рассмотрим динамику основных экономических показателей компании с 2018 по 2023 г. (табл. 1).

Из табл. 1 видно, что выручка ООО «ТК Строй» за исследуемый период значительно выросла, одновременно с этим возросла и себестоимость продаж. В 2023 г. организация получила выручку в сумме

¹ Организация ООО «ТК СТРОЙ» // List-Org — проверка контрагентов. — URL: <https://www.list-org.com/company/12030735> (дата обращения: 30.03.2025).

312 млн р., что на 155 млн р., или на 98,3%, больше, чем годом ранее¹. Также на основании рассчитанной автором рентабельности продаж, можно сделать вывод о том, что в 2022 г. расходы компании превысили доходы, что привело к убыткам. Отрицательная рентабельность и чистая прибыль говорят о неэффективной работе бизнеса в 2022 г.

Таблица 1

**Динамика основных показателей экономической деятельности
ООО «ТК Строй», тыс. р.**

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	4 736	170 035	108 975	161 163	157 547	312 475
Себестоимость продаж	4 678	154 405	99 290	150 102	146 803	298 999
Валовая прибыль (убыток)	58	15 630	9 685	11 061	10 744	13 476
Чистая прибыль (убыток)	40	2 244	2 834	418	-897	651
Рентабельность %	0,84	1,32	2,60	0,26	-0,57	0,21

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 30.03.2025).

Для оценки конкурентоспособности рассмотрим долю ООО «ТК Строй» и ее конкурентов на исследуемом рынке. Построим рейтинг из 10 крупнейших организаций (табл. 2).

Таблица 2

**Топ-10 компаний в Свердловской области по разборке и сносу зданий
(ОКВЭД — 43.11)**

Наименование организации	Выручка, тыс. р.	Доля организации на рынке, %
1. ООО «Уралвзрывпром»	3 818 140	35,17
2. ООО «Перестройка»	1 043 960	9,62
3. ООО «Стройкомплект»	913 049	8,41
4. ООО «ТК Строй»	312 475	2,88
5. ООО «Северстройлига»	300 548	2,77
6. ООО «Спецдом-Дорстрой»	271 548	2,50
7. ООО «Вертикаль»	266 188	2,45
8. ООО «Стройинвест»	263 022	2,42
9. ООО «УСР»	214 961	1,98
10. ООО «МАН»	190 946	1,76
Итого	10 854 705	100,00

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 31.03.2025).

¹ *Контрагент* ООО «ТК Строй» // Audit-it.ru. URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1186658075581_ooo-tk-stroy#general-info (дата обращения: 31.03.2025).

Из табл. 2 видно, что более половины рынка занимают три лидирующие компании: ООО «Уралвзрывпром», ООО «Перестройка», ООО «Стройкомплект». ООО «ТК Строй» в свою очередь занимает четвертую позицию на рынке, существенно уступая трем ведущим компаниям.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на убытки в 2022 г., ООО «ТК Строй» занимает высокую позицию на рынке разборки и сноса зданий в Свердловской области. Конкуренция на рынке остается высокой, и для укрепления своих позиций компании необходимо оптимизировать свои операционные процессы и улучшить финансовые результаты.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

В. В. Зорова

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Страхование торговых кредитов как инструмент повышения конкурентоспособности территорий

Аннотация. Исследуется роль страхования торговых кредитов в укреплении конкурентоспособности территорий через снижение финансовых рисков и стимулирование международной торговли. На основе анализа данных страховых компаний, научных исследований и рыночных практик выявлены ключевые механизмы влияния страхования на экономическую устойчивость регионов. Рассмотрены такие аспекты, как минимизация дефолтных рисков, расширение доступа к финансированию и поддержка экспортной деятельности. Результаты показывают, что интеграция страхования торговых кредитов в региональные стратегии способствует привлечению инвестиций и повышению доверия к локальным предприятиям.

Ключевые слова: страхование торговых кредитов; конкурентоспособность территорий; дебиторская задолженность; экспортные риски; риск-менеджмент.

Современные экономические вызовы, включая глобализацию и нестабильность финансовых рынков, требуют от территорий поиска инструментов, обеспечивающих устойчивость бизнес-среды¹. Страхование торговых кредитов становится ключевым элементом в управлении

¹ Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. Информационно-аналитический материал // Банк России. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/48987/review_insure_23Q4.pdf (дата обращения: 03.04.2025).

коммерческими рисками, особенно для малых и средних предприятий (МСП), которые сталкиваются с ограниченным доступом к традиционным формам финансирования. Согласно исследованию ВТО, наличие страхового покрытия увеличивает объемы торговли на 15–20%, что подтверждает его роль в стимулировании экономической активности [1].

Классическое страхование предполагает покрытие дебиторской задолженности по отсроченным платежам, включая анализ платежеспособности контрагентов и возмещение убытков при дефолте. Индивидуальные решения адаптируются под специфику бизнеса, например, страхование авансовых платежей или синдикация с другими страховщиками. Генеральные полисы обеспечивают долгосрочное сотрудничество, покрывая все контракты в рамках установленных лимитов.

В экономические эффекты привлечения данного инструмента потенциально входит снижение резервов под убытки за счет передачи рисков страховщикам, увеличение торгового оборота предприятий благодаря расширению клиентской базы и выходу на новые рынки, повышение кредитного рейтинга компаний, что облегчает привлечение банковского финансирования.

Практический анализ влияния страхования торговых кредитов на конкурентоспособность территорий:

— *стимулирование экспорта*. Данный вид страхования позволяет предприятиям предлагать гибкие условия оплаты, что критично для выхода на международные рынки. Например, в Российской Федерации после 2022 г. наблюдается рост спроса на страхование торговых кредитов в связи с реструктуризацией перестраховочной защиты и появлением новых игроков¹;

— *поддержка МСП*. Малый бизнес, используя данный вид страхования, снижает зависимость от банковских гарантий, стоимость которых достигает 2,5%, в сравнении со страховыми тарифами со средним значением в 0,1–1,5% от суммы торгового оборота². Это потенциально способствует локализации производств и созданию рабочих мест;

— *снижение системных рисков*. Мониторинг финансового состояния контрагентов страховщиками минимизирует вероятность каскадных дефолтов, что особенно важно для моноспециализированных регионов.

¹ Российский страховой рынок: итоги 2024 г. // Банк России. URL: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=23460> (дата обращения: 04.04.2025).

² Страхование торговых кредитов // Сбер страхование. URL: <https://sberbankins.ru/products/torgovye-credity/> (дата обращения: 04.04.2025).

Страхование торговых кредитов трансформируется из инструмента риск-менеджмента в фактор территориальной конкурентоспособности. Его внедрение способствует диверсификации экономики, увеличению налоговой базы и укреплению доверия инвесторов.

Библиографический список

1. *Auboin M., Engemann M.* Testing the Trade Credit and Trade Link: Evidence from Data on Export Credit Insurance. WTO Working Paper №ERSD-2012-18.

2. *Павленко К.А.* Страхование дебиторской задолженности // Стратегии бизнеса: анализ, прогноз, управление. 2020. Т. 8, №6. С. 166–169.

Научный руководитель: *Ж. В. Писаренко*,
доктор экономических наук, профессор

М. А. Куреев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка и улучшение экономического положения торговой сети «Магнит»

Аннотация. Исследуется экономическая деятельность торговой сети «Магнит». Сделаны выводы о лидерстве данной сети среди других сетевых магазинов. Вместе с тем отмечено, что доходы компании подвержены колебаниям. Проведена оценка сильных и слабых сторон компании. Предложены рекомендации, направленные на улучшение экономического положения и повышение конкурентоспособности сети.

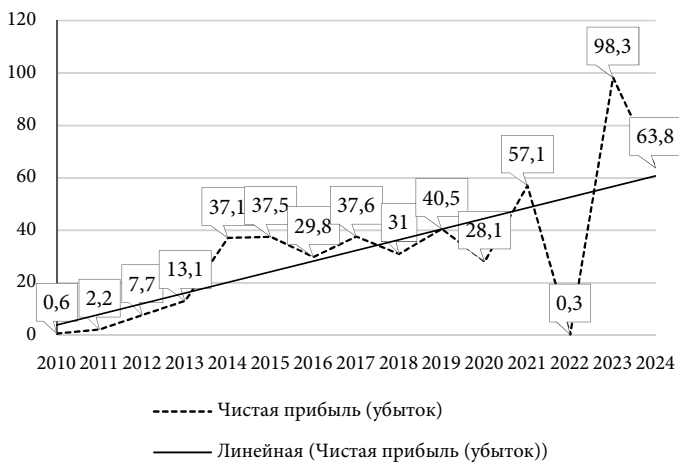
Ключевые слова: розничная торговля; торговая сеть; «Магнит»; конкуренты; конкурентоспособность.

«Магнит» является одной из ведущих российских сетей розничной торговли продуктами питания, занимающая первое место по количеству магазинов и географическому охвату. Компания начинает свою историю в 1994 г. Сергей Галицкий основывает компанию «Тандер» — оптового дистрибьютора косметики и бытовой химии. В 1998 г. был создан бренд «Магнит», происходящий от русского «Магазин низких тарифов». В 2000 г. была открыта 160 торговая точка по России, сейчас же сеть насчитывает свыше 30 тыс. магазинов и сеть продолжает уверенно расширяться¹. Основным видом деятельности (по коду ОКВЭД 68.20.2) выступает «Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом». Дополнительными видами деятель-

¹ *История компании* // Магнит. URL: <https://www.magnit.com/ru/about-company/history/> (дата обращения: 01.04.2025).

ности являются оптовая и розничная торговля. Также Магнит имеет собственную торговую марку (СТМ) — «Моя цена».

По оценке Forbes, компания «Тандер», которой принадлежит сеть магазинов «Магнит» заняла первое место в списке самых прибыльных компаний продуктовой розницы в 2024 г. В минувшем году она заработала 69,2 млрд р. чистой прибыли. Ее ближайшим конкурентом является «Агроторг» — компания, которая входит в X5 Group, с супермаркетами «Пятерочка» (36,6 млрд р.), следом идет «Бест прайс» с магазинами Fix Price (21,9 млрд р.)¹. На рисунке представлено изменение чистой прибыли компании в период с 2010 по 2024 г.



Динамика изменения чистой прибыли ПАО «Магнит»
за 2010–2024 гг., млрд р.²

Временное снижение прибыли в 2022 г., по мнению «Финам», связано с замедлением темпов роста выручки по сравнению с предыдущим 2021 г. Это, в свою очередь, связано со снижением инфляции и с эффектом высокой базы I квартала 2022 г. на фоне закупок впрок. По заявлению компании, замедление выручки и LFL-продаж в апреле-

¹ Самые прибыльные компании продуктовой розницы. Рейтинг Forbes — 2024 // Forbes. 2024. 15 июля. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/516609-samye-pribyl-nye-kompanii-produktovoj-roznicy-rejting-forbes-2024> (дата обращения: 01.04.2025).

² Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/> (дата обращения: 01.04.2025).

мае по сравнению с I кварталом 2023 г. продолжилось. Помимо прочего сказывается покупательская экономия, усиление конкуренции¹.

К конкурентным преимуществам сети магазинов «Магнит» можно отнести: формирование мультиформатного бизнеса, широкое присутствие в регионах, узнаваемость брэнда, эффективная система логистики. Среди слабых сторон «Магнита» по сравнению с компаниями конкурентами можно выделить: отсутствие магазина на экономичном и низком рынках, невысокое разнообразие товаров, низкое количество рекламных компаний и акций.

В целях улучшения экономического положения и конкурентоспособности розничной сети магазинов «Магнит» можно предложить: использование наиболее эффективных маркетинговых мероприятий; постоянный анализ деятельности конкурентов, с целью выявления сильных и слабых сторон в их работе; повышение квалификации персонала — обучение кадров, особенно менеджмента на местах для повышения качества обслуживания и общей удовлетворенности клиентов; присутствие на других сегментах рынка.

Экономический анализ розничной сети «Магнит» показал, что компания работает не очень стабильно в последнее время, однако, стоит отметить, отличные экономические показатели и востребованность среди потребителей, что обеспечило ей высокую конкурентоспособность на российском рынке. При внедрении предложенных рекомендаций компания может повысить свою конкурентоспособность на сложившемся рынке и в целом показать более высокую финансовую устойчивость.

Научный руководитель: *Л. Ф. Шайбакова*,
доктор экономических наук, профессор

¹ *Прибыль «Магнита» снизилась на треть в 2022 году // Финам. 2023. 19 июня.*
URL: <https://www.finam.ru/publications/item/pribyl-magnita-snizilas-na-tret-v-2022-godu-20230619-1332/> (дата обращения: 01.04.2025).

Развитие «экстремального» конкурентного преимущества «Яндекс» на российском рынке

Аннотация. Исследование посвящено анализу ключевых факторов, обеспечивающих экстремальное конкурентное преимущество компании «Яндекс» на российском рынке цифровых технологий. Рассматриваются основные компоненты успеха компании: локализация сервисов, интегрированная экосистема и специализированные решения для российского рынка.

Ключевые слова: Яндекс; конкурентное преимущество; локализация; цифровая экосистема; российский рынок; технологические инновации; пользовательская адаптация.

В условиях современного цифрового рынка «Яндекс» показывает пример создания устойчивого конкурентного преимущества, который базируется на глубоком понимании специфики российского рынка и потребностей местных потребителей. Компания выделяется не просто как поисковик, а как целая экосистема, которая построена с учетом уникальных особенностей русского языка и местной действительности. «Так, вряд ли нас удивляет, что компания „Яндекс“, начинавшая с поискового сервиса и электронной почты, а затем развивавшая услуги облачного хранилища данных („Яндекс Диск“), в настоящее время активно выходит в такие новые для себя области, как онлайн-ритейл („Яндекс Маркет“, „Яндекс Еда“, „Яндекс Лавка“), курьерская доставка („Яндекс Go“), онлайн-бронирование гостиниц („Яндекс Путешествия“))» [3, с. 6].

«Яндекс» создал сильное конкурентное преимущество с помощью локальной географической оптимизации своих сервисов. Собственные карты и навигационные сервисы компании точно учитывают специфику российских городов и регионов, что позволяет не только точно определять местоположение объектов, но и учитывать особенности дорожной инфраструктуры с глубиной локальных знаний, недоступной конкурентам [4].

Интегрированная экосистема сервисов «Яндекса» совмещает поисковик, почту, навигацию, рекламу и сервисы такси в единое целое, что дает возможность собирать и применять данные о поведении пользователей в масштабах всей системы, постоянно улучшая качество сервисов [4].

Система «Яндекс Директ» предоставляет рекламодателям особые возможности для детальной настройки рекламных кампаний на ос-

нове региональных особенностей и языковых нюансов. Такая точная сегментация позволяет достигать наивысшей релевантности в работе с аудиторией.

Особого внимания заслуживают сервисы, которые специально ориентированы на российский рынок. Такие продукты как «Яндекс Такси» и «Яндекс Еда» появились именно в ответ на потребности локального рынка, учитывая особенности городского трафика и различия в спросе на доставку. «„Яндекс“ предлагает и продолжает разрабатывать сервисы, которые нужны пользователям ежедневно и значительно упрощают им жизнь» [1, с. 303.3].

Постоянное развитие за счет локальной обратной связи является еще одним главным фактором успеха компании. Яндекс активно взаимодействует с потребителями, анализирует их отзывы и внедряет необходимые изменения. «Технологическая отрасль, в которой работает фирма, отличается высокой конкуренцией. Структура и динамика отрасли позволили фирме разработать стратегии, которые эффективно повысили ее конкурентное преимущество» [2, с. 53].

За годы работы компания накопила огромную базу данных русскоязычного контента, это позволяет ей лучше понимать контекст, выявлять тренды и предоставлять качественные результаты поиска. «Локальность бренда — технологии поиска остаются заточенными под русскоязычных пользователей. Несмотря на то, что „Яндекс“ стремится занять топовые позиции в мировом поиске, ставка делается на Россию, Белоруссию, Казахстан» [1, с. 303.3].

«Яндекс Метрика» и «Яндекс Вебмастер» — сервисы для бизнеса и аналитики, адаптированы под российский рынок и предоставляют бизнесу возможность получать детальные данные о поведении пользователей. Что помогает компаниям оптимизировать свои маркетинговые стратегии с учетом особенностей целевой аудитории.

Экспериментальный подход к инновациям выделяет Яндекс среди конкурентов. С первых дней своего существования компания активно экспериментирует с новыми технологиями, будь то машинное обучение, искусственный интеллект или интеграция новых сервисов в экосистему. Это позволяет не только предлагать инновационные продукты, но и адаптировать их под реальные потребности российского потребителя, создавая конкурентное преимущество, которое сложно повторить компаниям, ориентирующимся на глобальный рынок [4].

Библиографический список

1. *Александров А. Ю.* Российская компания «Яндекс» глазами студента // Современные тенденции и инновации в науке и производстве: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. (Междуреченск, 26 апреля 2023 г.). Междуреченск: КузГТУ, 2023. С. 303.1–303.4.
2. *Асадуллина И. И., Кузьмина Л. П.* Особенности принятия управленческих решений на примере ООО «Яндекс» // Формирование конкурентной среды, конкурентоспособность и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами: сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 15–16 мая 2023 г.). Пенза: Пензенский ГАУ, 2023. С. 52–56.
3. *Виханский О. С., Каталевский Д. Ю.* Конкурентное преимущество в эпоху цифровизации // Российский журнал менеджмента. 2022. № 1. С. 5–27.
4. *Резник И. В., Ермоловская О. Ю., Ильина В. Ф.* Главные экосистемы РФ: точки и факторы роста. На примере «Яндекс», «СБЕР», VK // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 2. С. 73–79.

Научный руководитель: *З. В. Нестерова*,
кандидат экономических наук, доцент

А. С. Куницкая

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка рыночной позиции профессиональной коллекторской организации ООО «ПКО „ФинТраст“»

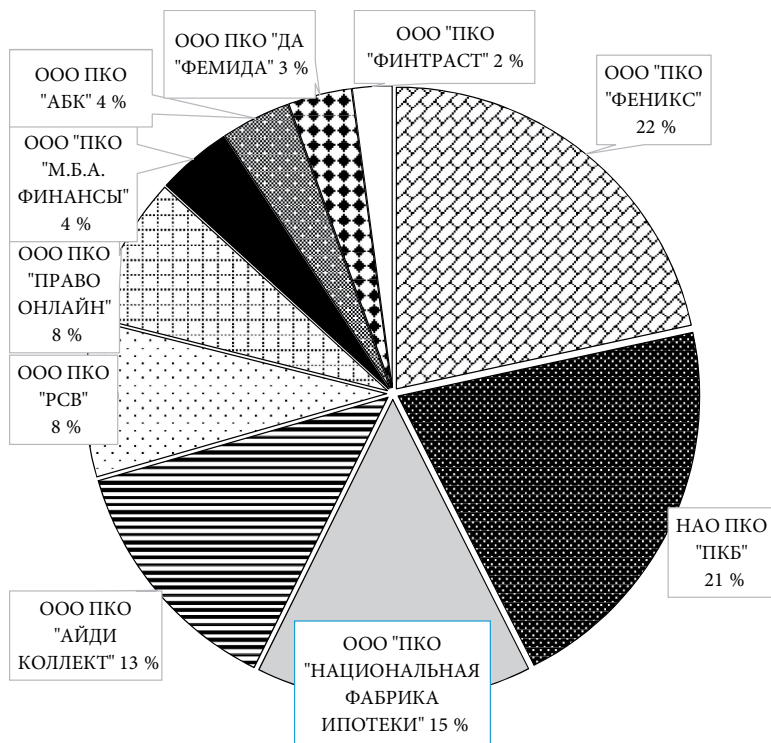
Аннотация. Оценивается экономическое положение и рыночная позиция ООО «ПКО „ФинТраст“», основным видом экономической деятельности которого является деятельность агентств по сбору платежей и бюро кредитной информации (код ОКВЭД 82.91).

Ключевые слова: коллекторская организация; кредитование; сбор платежей; ООО «ПКО „ФинТраст“».

По данным сайта «List-Org — проверка контрагентов», деятельность агентств по сбору платежей и бюро кредитной информации на российском рынке осуществляют чуть более 1000 организаций. Однако рынок изменчив, появляются новые организации, а старые уходят, некоторые компании могут выйти на международный уровень или же остаться и вести свою деятельность исключительно в пределах Российской Федерации, однако в данной статье мы будем рассматривать и оценивать деятельность именно ООО «ПКО „ФинТраст“».

Прежде всего стоит начать с положения ООО «ПКО „ФинТраст“» среди других конкурентов на национальном рынке. Обращаясь к таким

сайтам, как «List-Org — проверка контрагентов» и «Проверка контрагента в системе СПАРК-Интерфакс», мы выяснили, что в 2023 г. на территории Российской Федерации работало 1008 организаций, основная деятельность которых определяется таким же ОКВЭД (а именно 82.91). Среди всех организаций-конкурентов ООО «ПКО „ФинТраст“» занимает 10-е место в России, что отражено на рисунке¹.



Топ-10 крупнейших агентств по сбору платежей
и бюро кредитной информации в Российской Федерации в 2023 г.

Несмотря на то, что ООО «ПКО „ФинТраст“» по объему продаж в 2023 г. вошло в топ-10 лидеров продаж, его доля относительно небольшая и составляет всего 2 % рынка. Оценивая экономическую дея-

¹ Организация ООО «ПКО „ФинТраст“» // List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/company/6016204> (дата обращения: 10.04.2025); ООО «ПКО „ФинТраст“». URL: <https://cafintrust.ru/> (дата обращения: 10.04.2025).

тельность ООО «ПКО „ФинТраст“», можно отметить достоинства и недостатки организации. К положительным факторам можно отнести¹:

- увеличение выручки на 50,38%. Коммерческие и управленческие расходы к выручке характеризовались падением на 48,16%;

- уменьшение совокупного долга на 31,85%. Прослеживается увеличение собственного капитала на 25,57%;

- снижение периода погашения дебиторской задолженности на 21,6%;

- долгосрочные обязательства демонстрируют уменьшение на 34,1%;

- коэффициент абсолютной ликвидности превышает среднерегиональную норму на 160,86%. Коэффициент быстрой ликвидности превышает среднерегиональное значение на 47,54%.

К негативным факторам и проблемам экономической деятельности ООО «ПКО „ФинТраст“» следует отнести:

- сокращение коэффициента абсолютной ликвидности на 65,97%;

- чистая норма прибыли ниже средней нормы по отрасли на 94,43%.

Таким образом, на основании полученной информации, можно говорить о том, что в общем ООО «ПКО „ФинТраст“» имеет позитивное финансовое состояние с достаточно устойчивой позиции на рынке среди иных конкурентов.

Научный руководитель: *Л. Ф. Шайбакова*,
доктор экономических наук, профессор

¹ ООО ПКО ФИНТРАСТ, Екатеринбург // Проверка контрагента в системе СПАРК-Интерфакс. URL: <https://spark-interfax.ru/sverdlovskaya-oblast-ekaterinburg/ooo-pko-fintrast-inn-6672302726-ogrn-1096672015648-23285bc3c4924df7858fe388b885f678> (дата обращения: 10.04.2025).

Анализ экономической концентрации на рынке создания и использования баз данных и информационных ресурсов

Аннотация. Исследуется рынок создания и использования баз данных и информационных ресурсов. Выявлены уровень экономической концентрации данного рынка и основные лидеры рынка. Определен вид рынка.

Ключевые слова: рынок баз данных; рынок информационных ресурсов; экономическая концентрация.

В настоящее время ни одна организация не обходится без внедрения специализированного программного обеспечения, позволяющего не только наладить социально-экономические процессы в организации, но и автоматизировать работу. Процесс реализации и сопровождения программного продукта требует значительных затрат ресурсов, однако благодаря высокой рентабельности данной деятельности рынок является конкурентным. Исследование будет проводиться на основе деятельности организаций по ОКВЭД 63.11.1 «Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов».

В Екатеринбург осуществляют работу по данному виду экономической деятельности 188 организаций. Отсортируем данные по убыванию выручки и составим таблицу из 15 лидеров рынка и их доли, рассчитанной как отношение выручки к общей выручке всех компаний по ОКВЭД 63.11.1, умноженное на сто процентов (см. таблицу). Очевидным лидером рынка является ООО «Сертум-Про», занимающий долю 35,9% от общей суммы выручки лидеров продаж.

Топ-15 организаций, осуществляющих деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов в Екатеринбурге

Наименование организации	Выручка, тыс. р.	Доля организации на рынке (CR), %	Доля организации на рынке ² (HHI)
1. ООО «Сертум-Про»	3 633 080	35,90	1 288,90
2. АО «РИЦ»	598 797	5,92	35,01
3. ООО «МираЛоджик СМ»	596 439	5,89	34,74
4. ООО «Смартнат»	321 298	3,17	10,08
5. ООО «БИТ»	320 675	3,17	10,04
6. ООО «КИТ»	286 341	2,83	8,01

Окончание таблицы

Наименование организации	Выручка, тыс. р.	Доля организации на рынке (CR), %	Доля организации на рынке ² (HHI)
7. ООО «Кейсистемс-Урал»	260 678	2,58	6,64
8. АО «И-сеть»	236 989	2,34	5,48
9. ООО «Айтекс»	234 570	2,32	5,37
10. ООО «ЭБК»	228 370	2,26	5,09
11. ООО «Консультантплюс-Екатеринбург»	160 367	1,58	2,51
12. ООО «Айtimi»	141 353	1,40	1,95
13. ООО «Праймер»	134 488	1,33	1,77
14. ООО «ПБК»	132 579	1,31	1,72
15. ООО «Сделка. Цифровая платформа»	127 935	1,26	1,60
Итого:	10 119 630	7 326	1 418,91

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/search?type=all&work=on&okato=65401&okved=63.11.1&sort=param1&page=4> (дата обращения: 31.03.2025).

Используя методологию ФАС России оценим уровень экономической концентрации исследуемого рынка. Коэффициент экономической концентрации на рынке создания и использования баз данных и информационных ресурсов городского округа Екатеринбург:

$$Cr_4 = 35,90 + 5,92 + 5,89 + 3,17 = 50,88 \%$$

Рассчитаем Индекс Герфиндаля — Гиршмана (HHI), который является общим показателем рыночной концентрации. По мере приближения рынка к состоянию монополии увеличивается степень его концентрации, что снижает количество конкурентов. Он рассчитывается по следующей формуле¹:

$$HHI = S1^2 + S_n^2,$$

где S — доля компаний в исследуемой отрасли.

Индекс рыночной концентрации Герфиндаля — Гиршмана HHI равен 1418,91. Таким образом, можно сделать вывод о том, что исследуемый рынок создания и использования баз данных и информационных ресурсов является умеренно концентрированным.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

¹ Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: приказ Федеральной антимонопольной службы от 28 апреля 2010 г. № 220. Разд. 7.

Оценка рынка строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области

Аннотация. Исследуется рынок строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области, а также уровень его экономической концентрации с использованием методологии ФАС России. Делается вывод о низком уровне экономической концентрации данного рынка, который определяется нами как рынок совершенной конкуренции.

Ключевые слова: строительство жилых и нежилых зданий; экономическая концентрация; совершенная конкуренция; Свердловская область.

Объектом нашего исследования выступает компания АО «Уралметаллургмонтаж 2» (АО «УММ 2»), которая является крупнейшей на Урале генподрядной строительно-монтажной компанией, ориентированной на ввод производственных мощностей в процессе нового строительства и реконструкции промышленных объектов¹. Основным видом экономической деятельности АО «УММ 2» (по коду ОКВЭД) является 41.2 «Строительство жилых и нежилых зданий»². Компания работает на российском рынке, но в большей степени выполняет строительно-монтажные работы в Свердловской и ближайших к ней областях. Для исследования возьмем региональный рынок строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области.

Отсортировав конкурирующие компании исследуемой организации по основному виду экономической деятельности (Строительство жилых и нежилых зданий) и по тому географическому рынку, в рамках которого работает организация (Свердловская область), нами было получено 5 241 организаций. Из данного списка отберем организации с максимальным объемом выручки, полученной по результатам работы за 2023 г. Построим таблицу по 10 организациям — лидерам продаж.

Компания «Уралметаллургмонтаж 2» занимает 4-е место на рынке Свердловской области с выручкой 9 160,86 млн р., что говорит о ее уверенной позиции в данной отрасли. Можно считать «УММ 2» практически лидером на рынке, так как они занимаются в основном вводом производственных мощностей в процессе нового строительства и реконструкцией промышленных объектов и в меньшей степени строительством жилых зданий.

¹ АО «Уралметаллургмонтаж 2». URL: <https://umm2.ru> (дата обращения: 14.03.2025).

² АО «УММ 2» // List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/company/10891> (дата обращения: 14.03.2025).

**Топ-10 организаций Свердловской области
по виду экономической деятельности
«Строительство жилых и нежилых зданий» за 2023 г.**

Наименование организации	Выручка, тыс. р.	Доля рынка, %
1. ООО «ПКФ „Регион“»	18 736 200	7,64
2. ООО «Альфа Строй»	15 077 900	6,15
3. ООО «Центр подрядов „АСК“»	9 418 540	3,84
4. АО «УММ 2»	9 160 860	3,73
5. АО «Корпорация „Атомстройкомплекс“»	8 784 730	3,58
6. ООО «Е-строй»	8 127 200	3,31
7. ЗАО «Отделстрой»	6 418 420	2,62
8. АО «Строительная компания „Стройтэк“»	5 713 550	2,33
9. ООО «СЗ „УГМК-Застройщик“»	5 458 660	2,23
10. ООО «СМУ-1»	4 948 940	2,02

Составлено по: Список действующих организаций ОКАТО: 65; ОКВЭД: 41.2 // List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/search?type=all&work=on&okato=65&okved=41.2&sort=param1> (дата обращения: 14.03.2025).

Доля компании кажется не такой большой — 3,73 %, но, если посмотреть на рынок в целом, все участники занимают не более 10 % каждый. Из этого можно сделать вывод, что на рассматриваемом рынке существует большое количество продавцов, соответственно это рынок совершенной конкуренции.

Используя методологию Федеральной антимонопольной службы России, оценим уровень экономической концентрации данного рынка. Рассчитаем коэффициент концентрации CR_3 (1):

$$CR_3 = \sum_3^1 \max Di = 7,64 + 6,15 + 3,84 = 17,63. \quad (1)$$

Также можно рассчитать индекс Герфиндаля — Гиршмана HNI (2):

$$HNI = \sum_3^1 Di^2 = 7,64^2 + 6,15^2 + 3,84^2 = 110,94. \quad (2)$$

Исходя из полученных значений коэффициента концентрации ($CR_3 = 17,63 < 45\%$) и индекса Герфиндаля — Гиршмана ($HNI = 110,94 < 1000$), можно сделать вывод о том, что исследуемый нами рынок является низко концентрированным с большим количеством игроков. Это еще раз подтверждает сделанный выше вывод о том, что рынок строительства

жилых и нежилых зданий в Свердловской области является рынком совершенной конкуренции. На таком рынке АО «Уралметаллургмонтаж 2» чувствует себя вполне уверенно, имеет хорошие показатели выручки и прибыли, а также сохраняет способность конкурировать с крупными участниками рынка.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

М. А. Тюстин, И. В. Лавров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Использование опыта Канады при осуществлении внешнеэкономической деятельности в России

Аннотация. Наиболее близкой страной для сравнения с Россией является Канада. Благодаря этому можно рассмотреть возможные пути развития российской экономики и увеличить показатель экспорта товаров при осуществлении внешнеэкономической деятельности, взяв за основу опыт Канады.

Ключевые слова: внешняя торговля; экспорт; структура; потенциал.

Наиболее схожей страной с Россией является Канада, поскольку она имеет схожие природно-климатические условия, размеры экономик, площади стран, плотности населения, а также Канада и Россия богаты полезными ископаемыми и другими ресурсами. Для детального сравнения экспорта стран мы используем данные от 2023 г. с The Observatory of Economic Complexity, который показывает детальную структуру внешней торговли стран мира. Среди наиболее различающихся по объему экспорта групп товаров между Россией и Канадой можно выделить: транспорт, машины, растительные продукты, инструменты¹.

Теперь после выявления групп товаров, на которых может сконцентрироваться Россия для экспорта, нужно сначала рассмотреть возможные рынки сбыта этих товаров при условии торговли только с дружественными странами² и наличием существующих конкурентов на этих рынках для расчета целесообразности экспортной деятельности.

Начнем с транспорта, наибольшее различие между Россией и Канадой в экспорте наблюдается у автомобилей. Россия поставляет свои автомобили на рынки Казахстана и Кыргызстана, с долями в миро-

¹ The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en> (дата обращения 25.03.2025).

² Перечень иностранных государств и территорий, совершающих в отношении Российской Федерации, российских юридических лиц и физических лиц недружественные действия, утв. распоряжением Правительства РФ от 5 марта 2022 г. № 430-р.

вом импорте автомобилей 0,4% и 0,15%. Среди крупнейших рынков дружественных стран можно выделить Китай (4,3%), ОАЭ (2,3%) и Саудовскую Аравию (2%). В России преобладает производство бюджетных автомобилей, которые не могут быть конкурентоспособными с китайскими автомобилями, из-за выгоды в Китае автомобилей с электрическими двигателями. ОАЭ и Саудовская Аравия могут быть рассмотрены как потенциальные рынки сбыта.

Следующей категорией являются машины и оборудования, такие как: двигатели с искровым зажиганием, землеройная техника, машины с индивидуальными функциями, центрифуги, радиовещательное оборудование. Двигатель с искровым зажиганием — это компонент автомобиля, поэтому нет необходимости в экспорте данного товара отдельно. Следующим видом машин будет являться землеройная техника или экскаваторы, доля экспорта которых у России на 2 процентных пункта ниже, чем у Канады. Среди дружественных стран, куда можно экспортировать данный товар являются: ОАЭ и Саудовская Аравия. Машины с индивидуальными функциями, в структуре экспорта у России на 2% ниже, чем у Канады, однако из-за широкого спектра данных машин, нельзя дать четкие рекомендации по наиболее приоритетному рынку. Так же на данный момент нельзя дать рекомендаций по центрифугам, поскольку данное оборудование уже представлено у России на многих рынках с хорошими долями. Последний товар этой группы — радиовещательное оборудование. Главный экспортер этого оборудования — Китай, имеющий долю 47,1%, на мировом рынке, от чего выиграть конкуренцию очень сложно.

В растительных продуктах, единственный товар, который имеет низкий объем экспорта Россией является рапс с долей 0,8%, против 15% у Канады. Крупнейшим импортером рапса из Канады является Китай с объемом импорта 3 млрд. долл., который можешь стать рынком сбыта для России¹.

Последней категорией товаров, где Канада значительно превосходит Россию — экспорт различных инструментов. Однако, в ходе анализа было выявлено, что Россия экспортирует такие же виды товаров и дополнительно еще инструменты газовой отрасли, и нет необходимости в анализе новых рынков.

В результате автором было установлено, что Россия экспортирует схожие товары с Канадой, которые могут быть востребованы на мировом рынке: автомобили, экскаваторы и рапс.

¹ *Oilworld* — все масла мира. URL: <https://www.oilworld.ru/analytics/> (дата обращения 20.03.2025).

Конкурентоспособность российских товаров с товарами в предпочтительных странах, отражена в таблице.

Оценка конкурентоспособности российских товаров

Товар	Автомобиль «Лада Веста Life 24»	Экскаватор UMG E330C	Рапс за тонну
Страна	ОАЭ, Саудовская Аравия	ОАЭ, Саудовская Аравия	Китай
Итоговая стоимость на иностранном рынке, р.	1 550 000	17 500 000	40 000
Стоимость конкурентов на иностранном рынке, долл.	15 000	200 000	800
Курс доллара выгодный для экспорта, р.	103,33	87,7	50

Как видно из таблицы, наилучшим вариантом будет являться экспорт рапса в Китай. Менее выгодным вариантом является экспорт экскаваторов, поскольку курс валюты сейчас не выгоден. Для экспорта экскаваторов необходим выгодный курс валюты или снижение логических затрат с субсидированием экспортной продукции от государственных органов. Самым не выгодным товаром оказался автомобиль, его экспорт нецелесообразен в данный момент.

Научный руководитель: *Е. Г. Стремоусова*,
кандидат экономических наук, доцент

М. О. Узрюмова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка рынка строительства коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению рынка строительства коммунальных объектов и оценке конкурентоспособности организации ООО «ЭСК „Энергомост“».

Ключевые слова: конкурентоспособность организации; ООО «ЭСК „Энергомост“»; рыночная среда; конкуренты; анализ; строительство.

Объектом исследования является ООО «ЭСК „Энергомост“», зарегистрированное 10 января 2008 г. на территории Екатеринбурга. Основной вид деятельности соответствует коду ОКВЭД 42.22 «Строительство коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями». Компания занимается созданием объектов различных

уровней сложности на территории Российской Федерации и за рубежом. Основными направлениями работы организации являются: электроэнергетика, нефтегазовое и промышленное строительство, проектирование. Предприятие осуществляет строительство линий электропередач и подстанций различного класса напряжения, магистральных трубопроводов, объектов подготовки нефти и газа, а также выполнением полного комплекса проектно-изыскательных работ¹.

ООО «ЭСК „Энергомост“» работало с такими крупными компаниями, как ПАО «Россети», ПАО «Газпромнефть», ООО «Удоканская медь» и ООО «Зарубежнефть — добыча Харьяга». Для проведения анализа экономических показателей компании за промежуток времени с 2021 по 2023 г., рассмотрим ключевые метрики, представленные в табл. 1, и проанализируем динамику этих показателей.

Таблица 1

**Основные показатели экономической деятельности
ООО «ЭСК „Энергомост“»**

Показатель	2021	2022	2023
Выручка, млн р.	10 068,50	23934,60	29 779,50
Себестоимость продаж, млн р.	8 636,56	20758,70	20 979,20
Валовая прибыль (убыток), млн р.	1 431,97	3175,94	8 800,39
Чистая прибыль (убыток), млн р.	322,15	385,95	1 908,96
Рентабельность, %	3,20	1,61	6,41

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 01.04.2025).

Финансовое положение компании выглядит очень позитивно. Выручка компании значительно увеличилась в 2022 г., показав увеличение более чем на 130% относительно предыдущего года, в 2023 г. рост выручки продолжился, но мы можем наблюдать замедление темпов роста до 24%. Валовая прибыль тоже показывает положительную динамику, особенно в 2023 г., когда она выросла на 176%. Оба этих показателя стабильно растут, что является положительным знаком в развитии компании. Также стоит выделить значительный скачок рентабельности, наблюдаемый в 2023 г., достигнутый за счет увеличения чистой прибыли и не столь высоким уровне изменения выручки, что указывает на оптимизацию использования денежных средств.

Оценим муниципальный рынок строительства коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями (код

¹ ЭСК «Энергомост». URL: <https://energomost.com/> (дата обращения: 01.04.2025).

ОКВЭД 42.22). Всего на данном рынке действуют 63 организации, в табл. 2 представлены 10 компаний, лидирующих по объемам выполненных работ в 2023 г.¹

Таблица 2

Топ-10 лидеров продаж на муниципальном рынке строительства коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями в 2023 г.

Наименование организации	Выручка, млрд р.	Доля организации на рынке, %
1. ООО «ЭСК „Энергомост“»	29,78	64,00
2. АО «УЭСК»	10,34	22,22
3. ООО «РДК „Электрические сети“»	3,13	6,73
4. ООО «ЭСС-инжиниринг»	0,66	1,42
5. ООО «Электросетьстрой-11»	0,59	1,27
6. ЗАО «УралЭнергоСтрой»	0,49	1,05
7. ООО «КСМТ»	0,47	1,01
8. ООО «ИК „Энергия“»	0,46	0,99
9. ООО «УГК-Энергетика»	0,31	0,67
10. ООО «Уралрегионстрой»	0,30	0,64
Итого:	46,53	100,00

Составлено по: List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 01.04.2025).

Из представленной таблицы видно, что более 90 % рынка занимают три компании: ООО «ЭСК „Энергомост“», АО «УЭСК» и ООО «РДК „Электрические сети“». Лидирующее положение с отрывом более чем на 40 % от последующей строки и долей равной 64 % занимает исследуемая компания. Это демонстрирует значительную концентрацию и олигополию на рынке строительства коммунальных объектов. Для исследуемого рынка характерны высокая капиталоемкость и продолжительность реализации, проекты требуют значительных инвестиций, а также необходим длительный период для проектирования, согласования документации и самого строительства.

Исходя из этого можно выделить ряд сильных сторон ООО «ЭСК „Энергомост“»: доминирующая позиция на рынке; возможность экономии на масштабе за счет оптимизации производства; хорошо выстроенный бренд, помогающий в привлечении новых клиентов; наличие денежных средств, которые компания может выделять на исследования

¹ ООО «ЭСК „Энергомост“» // List-Org — проверка контрагентов. URL: <https://www.list-org.com/search?type=all&work=on&okato=65401&okved=42.22&sort=param1> (дата обращения: 01.04.2025).

и разработки, тем самым закрепляя за собой лидирующее положение и охватывая все большую часть рынка. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что компания ООО «ЭСК «Энергомост» находится в сильной позиции на рынке.

Научный руководитель: Л. Ф. Шайбакова,
доктор экономических наук, профессор

М. В. Шутылева

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

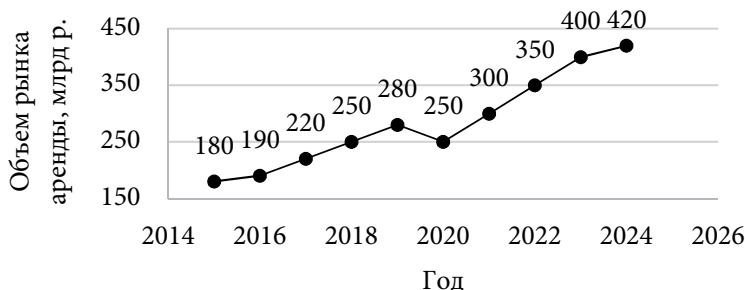
Современное состояние и тенденции развития рынка аренды спецтехники в России

Аннотация. Проведен анализ текущего состояния рынка аренды спецтехники, рассмотрены динамика и основные тенденции его развития. Выявлены особенности и проблемы, с которыми сталкивается отечественный рынок. Выделены вызовы, препятствующие развитию рынка аренды спецтехники в России.

Ключевые слова: рынок аренды спецтехники; спецтехника; тенденции развития рынка; тренды спецтехники; цифровизация.

В современном мире рынок аренды спецтехники играет важную роль в строительной отрасли. Данный рынок в 2025 г. становится один из динамично развивающихся секторов рынка услуг в России. Рынок аренды спецтехники представляет собой сегмент экономики, в котором предприятия и частные лица предоставляют в аренду свою спецтехнику для строительства, дорожных работ, логистики, сельского хозяйства, требующим применение узкоспециализированной и тяжелой техники. Российский рынок аренды спецтехники имеет, как и любой другой, свои особенные характерные черты, например, высокая степень фрагментации. В России в данной отрасли преобладает малый бизнес. Около 85 % рынка аренды спецтехники представлены предприятиями с автопарком спецтехники в 5–20 ед. Кроме того, наблюдается тенденция сильной региональной дифференциации цен на аренду. В отличие от западного рынка, на отечественном рынке частой ситуацией является то, что аренда спецтехники происходит вместе с оператором. Такие особенности делают рынок уникальным и требующим особого подхода к развитию и управлению рынком.

Рассмотрим объем рынка аренды спецтехники (см. рисунок).



Объем рынка аренды спецтехники в России за 2015–2024 гг.

Анализ динамики российского рынка аренды спецтехники за анализируемый период показывает в целом устойчивый рост развития, сформированный под влиянием макроэкономических и геополитических факторов. За 10 лет наблюдается рост объема рынка в 2 раза, несмотря на временные трудности в начале 2020 г., вызванные пандемией во всем мире.

Так на рост в динамике способствовали развитие высотного строительства в 2017 г., чемпионат мира, проводимый в России в 2018 г. В последние два года популярной стала аренда военно-инженерной спецтехники и грузовиков. Предприятия арендуют технику для восстановления инфраструктуры на юго-западе страны. В дальнейшем рост рынка, как отмечает П.В. Макогонова, «будет зависеть от чувствительности компаний и умений адаптироваться к изменениям, а также от инвестиций и государственных программ поддержки малого и среднего бизнеса»¹.

С начала 2020 г. цифровизация коснулась и данного рынка, активно внедряются системы GPS-мониторинга за работой спецтехники. Крупные предприятия начали пользование датчиками износа спецтехники, контроля за работой рабочих, управляющими ею. Для полного же контроля за спецтехникой предприятия все чаще выбирают спутниковые системы мониторинга, например СКАУТ и ГЛОНАСС.

В России все чаще предприятия предоставляют услуги онлайн на аренду спецтехники, то есть, используя электронные документы, арендатор заполняет заявку и спустя небольшой промежуток времени он может воспользоваться данной услугой. Многие игроки данного

¹ Макогонова П. В. Стратегический анализ отрасли аренды автокранов в Приморском крае // Знания и научный прогресс: новые подходы и актуальные исследования: сб. науч. тр. по материалам XXIV Междунар. науч.-практ. конф. (Анапа, 19 февраля 2025 г.). Анапа: Иннова, 2025. С. 44.

рынка не имеют собственного сайта, поэтому для развития они часто используют платформу «Авито», где размещают свои услуги.

В настоящее время существует много площадок, в которых можно найти онлайн интересующие услуги по аренде спецтехники, в том числе совместно с экипажем. Например, площадка «Трансфорт» предоставляет «доступ к обширной базе проверенных Перевозчиков с рейтингами и отзывами, оформления сделки без посредников»¹. Площадка предоставляет большую базу с различными ценами на услуги в прозрачной форме. Кроме того, арендатор может отслеживать арендуемую спецтехнику на протяжении времени действия договора аренды.

Таким образом, аренда спецтехники является не только альтернативой покупке спецтехники, но и стратегическим выбором строительных предприятий для оптимизации затрат. Развитию рынка способствует рост спроса на краткосрочные проекты, увеличение стоимости новой спецтехники, поднятие ставок по кредитам, цифровизация предоставления услуг, желание предприятий снизить свои финансовые риски, развитие.

Научный руководитель: *Н. В. Падыганова*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ *Аренда спецтехники // Трансфорт — платформа по организации работы подрядной технике различных типов. URL: https://t-fort.ru/customers/rental_of_special/ (дата обращения: 14.04.2025).*

Направление 3. Экономическая безопасность

В. О. Алексеевко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Искусственный интеллект как угроза и инструмент обеспечения экономической безопасности

Аннотация. В современном мире искусственный интеллект активно внедряется в экономику и становится важным элементом ее преобразования. Он используется в таких сферах, как логистика, управление, финансовые технологии, обеспечение государственной безопасности и другие. Однако, несмотря на широкий спектр возможностей, искусственный интеллект имеет и слабые стороны, способные нести угрозы. В данной статье рассматривается искусственный интеллект как источник рисков и как средство повышения уровня экономической безопасности.

Ключевые слова: искусственный интеллект; экономическая безопасность; хакеры; киберугрозы; цифровые технологии.

Экономическая безопасность защищает целостность экономики страны, предприятий или региона. В условиях цифровой экономики это понятие приобретает новое измерение [2, с. 43]. Современные риски сложно прогнозировать — хакер может атаковать из любой точки мира, и угроза может быть незаметна. Искусственный интеллект может быть использован как злоумышленниками, так и специалистами по безопасности.

Сегодня существуют продвинутые алгоритмы, способные проникать в уязвимые цифровые системы, маскируясь под обычный сетевой трафик и обходя традиционные механизмы защиты. Особенно опасны так называемые «умные» вирусы и фишинговые программы, которые учатся на действиях пользователя и адаптируют свою стратегию в реальном времени [3, с. 25].

Также искусственный интеллект может использоваться для манипуляций рынками. Например, при автоматической торговле на фондовых биржах вмешательство в алгоритмы может привести к масштабным сбоям. Кроме того, технологии дипфейков могут повлиять на общественное мнение и дестабилизировать экономику.

Одной из важных угроз является утечка данных. Сбор, хранение и обработка больших массивов персональной и коммерческой информации с использованием искусственного интеллекта требует надежной

защиты. При плохом контроле технологии могут стать инструментом цифрового шпионажа или экономического саботажа.

Рассмотрим еще одну угрозу искусственного интеллекта — монополизация исследований и разработок. Присутствует вероятность того, что разработка и применение искусственного интеллекта станет предметом монополии определенных компаний или стран, что может привести к существенным экономическим последствиям.

С другой стороны, искусственный интеллект может значительно повысить уровень экономической безопасности. Уже сегодня разрабатываются системы, способные в автоматическом режиме выявлять аномалии в финансовых операциях, что помогает банкам и государственным структурам своевременно реагировать на мошенничество [1, с. 48].

Искусственный интеллект способен прогнозировать экономические риски. Модели машинного обучения позволяют анализировать большое количество данных — от макроэкономических показателей до поведения потребителей — и выявлять потенциально опасные зоны в экономике.

Также искусственный интеллект может обрабатывать большие объемы данных из разных источников, помогает распознать подозрительную активность, что существенно помогает в сфере экономической безопасности.

Большое значение имеет внедрение искусственного интеллекта в сферу государственного управления. Благодаря ему возможно эффективнее распределять бюджетные средства, улучшать контроль над государственными закупками и оценивать эффективность экономической политики.

Таким образом, искусственный интеллект одновременно несет опасности и возможности. Экономическую безопасность в современном мире невозможно представить без роли цифровых технологий. Главная задача для современного общества заключается в том, чтобы научиться управлять искусственным интеллектом. Для этого необходимы технические разработки, законодательная база, регулирующая использование искусственного интеллекта в важных секторах экономики.

Библиографический список

1. *Гончаров А. В.* Искусственный интеллект в системе экономической безопасности: риски и возможности // Вестник экономической безопасности. 2021. № 3. С. 45–52.
2. *Гребенников П. И.* Цифровые технологии и экономическая безопасность государства. М.: Инфра-М, 2020. 212 с.

3. Соловьев А. И. Киберугрозы и экономическая безопасность в условиях цифровизации // Журнал информационной безопасности. 2022. №1 (17). С. 23–31.

О. А. Вольф

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, г. Омск

Экономическая безопасность России

Аннотация. Рассматриваются сущность экономической безопасности, проблемы и пути решения. Также анализируются угрозы экономической безопасности России, как внутренние, так и внешние.

Ключевые слова: экономическая безопасность; угрозы; проблема; экономическая ситуация.

Актуальность исследования темы экономической безопасности России обусловлена возрастающей значимостью глобальных рисков и проблем. В условиях постоянных изменений в цифровых технологиях создаются угрозы безопасности, в том числе экономической, что требует внимательного изучения и эффективных решений.

В современных условиях экономической безопасности уделяется особое внимание. Это то состояние национальной экономики, которое может обеспечить развитие, стабильность и независимость страны [5; 3].

Существует множество угроз, негативно влияющих на экономику России.

К внутренним угрозам относятся:

- 1) коррупция, которая влияет на эффективность управления, а также способствует повышению общего уровня цен и ухудшению уровня жизни населения, что приводит к повышению инфляции;
- 2) низкий уровень инвестиций в новые технологии, который замедляет процессы производительности труда и снижает конкурентоспособность;
- 3) неэффективная бюджетная система, что влечет за собой увеличение государственного долга и снижение доходов [4].

К внешним угрозам можно отнести:

- 1) санкции, которые ограничивают экспорт, снижают ВВП и увеличивают инфляцию;
- 2) киберугрозы, которые, в первую очередь, приводят к утечке данных, а также к финансовым потерям [4].

Основными проблемами обеспечения экономической безопасности с 2020 г. являются Covid-19, снижение ВВП, увеличение безработицы,

а также низкое финансирование в научно-технологические изменения [4].

Для того, чтобы решить данные проблемы необходимо, в первую очередь, развивать собственное производство, также можно создать проекты в различных сферах для повышения уровня ВВП, например, развитие Северного морского пути. Кроме того, чтобы увеличить число работающих, можно создавать комфортные условия труда и различные программы переобучения. Для увеличения финансирования в НИОКР, нужно создать налоговые льготы для компаний, развивать различные образовательные программы [1; 2].

Таким образом, обеспечение экономической безопасности в России играет значительную роль в экономическом потенциале страны, а внешние и внутренние угрозы негативно влияют на состояние экономической безопасности. Необходимо своевременное обнаружение данных проблем и быстрое принятие решений для увеличения стабильности и независимости России.

Библиографический список

1. *Васильев С.Л.* Основные направления обеспечения экономической безопасности России в современных условиях // Молодой ученый. 2019. №42 (280). С. 174–177.
2. *Ибрагимова Э.И.* Экономическая безопасность как аспект национальной безопасности РФ // Молодой ученый. 2023. №36 (483). С. 179–181.
3. *Нарайкин М.М.* Современные проблемы экономической безопасности в России // Молодой ученый. 2023. №21 (468). С. 310–313.
4. *Смирнова Л.Я., Темняков Д.А.* Экономическая безопасность современной России // Криминологический журнал. 2021. №2. С. 127–130.
5. *Черданцев В.П.* Проблемы при обеспечении экономической безопасности России // Integral. 2023. №2. С. 300–311.

Научный руководитель: *И.Г. Князева*,
кандидат экономических наук, доцент

Финансовые аспекты обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственной организации

Аннотация. Приводится ряд показателей финансовой функциональной составляющей обеспечения экономической безопасности на примере АО «Птицефабрика „Рефтинская“». Обозначена необходимость их мониторинга для стабильного функционирования и развития сельскохозяйственной организации.

Ключевые слова: экономическая безопасность; сельскохозяйственная организация; финансовая функциональная составляющая.

Экономическая безопасность сельскохозяйственной организации — состояние, при котором она стабильно работает и развивается в сельскохозяйственном секторе, снижая экономические внешние и внутренние риски.

Финансовые аспекты экономической безопасности — это обеспечение стабильных финансовых показателей предприятия, включая наличие достаточных финансовых ресурсов, управление долгами и капиталом, эффективное финансовое планирование и контроль¹.

Проведем анализ финансовых аспектов экономической безопасности сельскохозяйственной организации АО «Птицефабрика „Рефтинская“», находящейся в Свердловской области (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный аналитический баланс АО «Птицефабрика „Рефтинская“», 2019–2023 гг.

Группировка активов и пассивов, %			Удельный вес, %		
Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Актив					
A1	0,5	2,0	0,6	12,8	12,9
A2	6,0	7,1	7,0	5,5	10,8
A3	27,5	28,9	30,1	24,7	22,4
A4	65,9	61,9	62,3	56,9	53,9
Баланс	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Пассив					
П1	32,9	34,1	42,4	29,8	18,8

¹ *Сергеев А.Ю., Сергеева И.А.* Финансовая безопасность: учеб.-метод. пособие. Пенза: Изд-во ПГУ, 2021. 124 с.

Окончание табл. 1

Группировка активов и пассивов, %			Удельный вес, %		
Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
П2	32,7	31,4	25,9	1,4	4,6
П3	0,6	1,3	2,1	1,0	2,8
П4	33,9	33,2	29,6	67,8	73,7
Баланс	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Составлено по: Аудит-ИТ. АО «Птицефабрика „Рефтинская“». URL: <https://www.audit-it.ru/buhhotchet/6603025045ao-ptitsefabrika-reftinskaya> (дата обращения: 17.04.2025).

Согласно табл. 1, в 2019–2021 гг. нарушенную ликвидность, это говорит о зоне критического риска, что является низким уровнем экономической безопасности. В 2022 г. мы видим допустимую ликвидность — зона допустимого риска, приемлемый уровень экономической безопасности организации. В 2023 г. показатели продолжают демонстрировать положительную тенденцию. Далее проведем анализ типа финансовой устойчивости с расчетом финансовых коэффициентов, представленных в табл. 2.

Таблица 2

**Финансовые коэффициенты
АО «Птицефабрика „Рефтинская“», 2019–2023 гг.**

Показатель	Рекомендуемое значение	2019	2020	2021	2022	2023	Изменение (+, –) 2023–2019 гг.
Коэффициент автономии (U_1)	Минимальное пороговое значение — 0,4. Рекомендуемое значение — 0,4–0,6	0,34	0,31	0,29	0,68	0,74	0,4
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (U_2)	$U_2 < 1,5$	1,95	2,22	2,5	0,47	0,36	–1,59
Коэффициент обеспеченности собственными средствами (U_3)	Мин. пороговое значение — 0,1. Рекомендуемое значение $\geq 0,5$	–0,94	–0,86	–0,86	0,25	0,43	1,37
Коэффициент финансовой независимости в части запасов (U_4)	Нормальное значение $U_4 = 0,25$ – 0,8. Рекомендуемое $U_4 \geq 1$	–1,17	–1,15	–1,09	0,44	0,89	2,06

Составлено по: Аудит-ИТ. АО «Птицефабрика „Рефтинская“». URL: <https://www.audit-it.ru/buhhotchet/6603025045ao-ptitsefabrika-reftinskaya> (дата обращения: 17.04.2025).

Организация лишь в 2022–2023 гг. достигла повышения финансовой независимости и расширила возможности привлечения внешних средств. Превышение указанной границы по показателю U_2 означает зависимость предприятия от внешних источников средств.

По коэффициенту U_3 мы можем увидеть улучшение финансового состояния предприятия лишь в 2022–2023 гг. Показатель U_4 демонстрирует, что в 2023 г. предприятие ближе всего за исследуемый период было близко к финансовой независимости.

Далее было проведено сравнение показателей организации со среднеотраслевыми значениями. По итогам анализа мы выявили, что АО «Птицефабрика „Рефтинская“» демонстрировала ухудшение финансовых показателей в первые три года анализа по сравнению со среднеотраслевыми значениями. Однако в 2022 г. наблюдалось заметное улучшение в большинстве показателей.

Таким образом, все финансовые показатели демонстрируют резкий положительный скачок в 2022 г. с последующей положительной динамикой в 2023 г. Это связано с тем, что «...в 2022 г. АО «Птицефабрика „Рефтинская“», принадлежащее Свердловской области, перешло под управление ООО «Уральская агропромышленная группа» (УАГ). За два года предприятие смогло провести модернизацию и выйти из убытков»¹.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

М. С. Ермишкин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Укрепление уровня экономической безопасности торговой организации в современных условиях

Аннотация. Рассматриваются возможности повышения экономической безопасности торговых организаций за счет внедрения интернет-магазина. Выделены ключевые преимущества цифровизации: диверсификация каналов сбыта, снижение рисков и рост конкурентоспособности.

Ключевые слова: экономическая безопасность; конкурентоспособность; торговая организация.

В условиях нестабильного рынка и быстрого роста цифровых технологий укрепление экономической безопасности торговых компаний становится очень важным. Вместе с привычными способами управления рисками необходимо использовать новые подходы, которые помога-

¹ «Мы сейчас наблюдаем процесс укрупнения рынка». Глава птицефабрики «Рефтинская» Александр Засыпкин о тенденциях в отрасли // Коммерсантъ. 2024. 28 марта.

ют компаниям развиваться и приспосабливаться к изменениям. Одним из таких подходов является внедрение цифровых технологий, особенно интернет-магазинов. Они не только открывают новые пути для продаж, но и помогают сократить операционные и финансовые риски, что в итоге укрепляет экономическую безопасность организации.

Внедрение интернет-магазина оказывает значительное влияние на эффективность и конкурентоспособность торговых организаций. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), в 2023 г. объем российского рынка электронной коммерции достиг 6,36 трлн р., что на 28 % больше по сравнению с 2022 г. Доля онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли составила 13,8 %, увеличившись с 11,6 % в предыдущем году¹. Согласно исследованию Высшей школы экономики, доля организаций оптовой торговли, реализующих товары через интернет, во II квартале 2023 г. достигла 40,5 %, что на 12,1 процентных пункта выше показателя IV квартала 2019 г. При этом доля интернет-продаж в общей стоимости проданных товаров увеличилась с 9,0 % до 15,0 % за тот же период².

Рассмотрим ключевые аспекты, подтверждающие значимость внедрения интернет-магазина.

Диверсификация каналов сбыта. Создание интернет-магазина способствует диверсификации каналов распределения продукции, что снижает зависимость компании от традиционных методов продаж, таких как офисные или телефонные заказы. Онлайн-платформа обеспечивает доступ к новым рынкам сбыта, что способствует увеличению объемов продаж и снижению зависимости от локальных экономических условий.

Оптимизация операционной деятельности. Интеграция интернет-магазина с системами управления предприятием (ERP, CRM, WMS) позволяет автоматизировать ключевые бизнес-процессы, такие как учет товарных запасов, обработка заказов и управление взаимоотношениями с клиентами. Автоматизация способствует сокращению операционных издержек, что положительно влияет на рентабельность бизнеса.

Усиление конкурентных преимуществ. Наличие интернет-магазина позволяет компании соответствовать современным требованиям рынка, где доминируют цифровые технологии. Удобство оформления заказов,

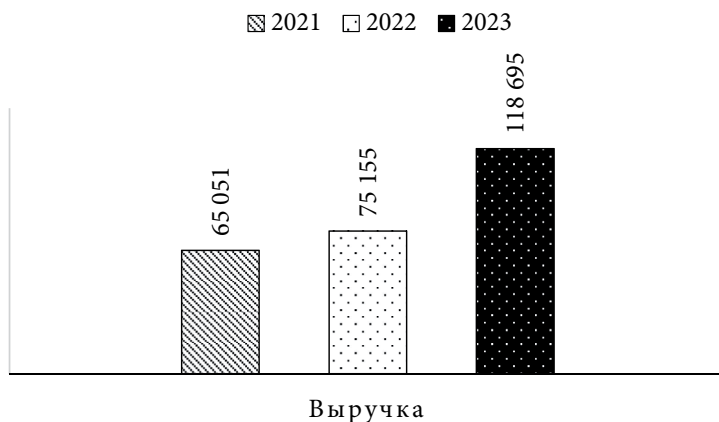
¹ *Интернет-торговля (рынок России)* // TAdviser. 2025. 7 апр. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_(рынок_России)) (дата обращения: 15.04.2025).

² *Лола И. С., Семина В. В., Кругликов Ю. А.* Тенденции интернет-продаж в российских организациях розничной и оптовой торговли: влияние на бизнес-процессы. М.: НИУ ВШЭ, 2023. 9 с. URL: https://www.hse.ru/data/2023/10/06/2048107427/DK_trade_2Q2023.pdf (дата обращения: 15.04.2025).

возможность отслеживания статуса поставок и оперативное взаимодействие с клиентами повышают уровень удовлетворенности потребителей, что способствует их удержанию и увеличению лояльности.

Аналитика данных и прогнозирование. Интернет-магазин предоставляет возможность сбора и анализа больших объемов данных о поведении потребителей, их предпочтениях и сезонных колебаниях спроса. На основе аналитических данных компания может разрабатывать персонализированные маркетинговые стратегии, что повышает эффективность продаж и укрепляет экономическую устойчивость.

В 2022 г. ООО «Регионсиб» относилось к 4-му классу экономической безопасности организации с неустойчивым финансовым состоянием, обладающие низким уровнем экономической безопасности. Но в 2023 г. ООО «Регионсиб» относится к 3-му классу экономической безопасности. Уровень экономической безопасности коммерческой организации — приемлемый. Организация показывает ежегодный рост по важным показателям. Присутствуют проблемы с ликвидностью. Однако, если у организации есть стабильный рост выручки ежегодно (см. рисунок), это может частично компенсировать отсутствие нормальных показателей ликвидности.



Показатели выручки ООО «Регионсиб» за 2021–2023 гг., тыс. р.

Одной из мер повышения выручки является создание интернет-магазина. Однако, создание и поддержка интернет-магазина требуют значительных инвестиций, которые делятся на разовые затраты на разработку и запуск, а также регулярные расходы на обслуживание и развитие.

Но несмотря на дороговизну, внедрение интернет-магазина в систему оптовой торговли является важным шагом для повышения уровня экономической безопасности организации. Это достигается за счет диверсификации каналов сбыта, оптимизации бизнес-процессов, повышения финансовой прозрачности и укрепления конкурентных преимуществ. В долгосрочной перспективе данный подход способствует устойчивому развитию компании и минимизации рисков в условиях нестабильной рыночной среды.

Научный руководитель: *А. Н. Пестряков*,
кандидат технических наук, доцент

Н. В. Захарова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Исследование экономической безопасности региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. В работе рассмотрена динамика ряда показателей, позволяющая отразить отдельные аспекты экономической безопасности Свердловской области, что позволяет выявить угрозы и возможности устойчивого развития региона в современных условиях.

Ключевые слова: экономическая безопасность; регион; показатели; экономика региона.

Экономическая безопасность региона — неотъемлемая часть стабильности и устойчивого развития социально-экономической системы, требующая постоянного мониторинга ключевых показателей, отражающих ее уровень. Свердловская область является одним из ведущих промышленных центров и имеет множество особенностей, которые необходимо учитывать в контексте ее экономической безопасности [1].

Нами предлагается рассмотреть ряд показателей за период 2021–2023 гг. и сравнить их с пороговыми значениями, определяющими уровень экономической безопасности региона (см. таблицу), используя подводы, представление в работе С.Ю. Глазьева [2], а также в других работах [3; 4]. Данные показателей взяты с сайтов Федеральной службы государственной статистики¹.

В Свердловской области показатель ВРП по сравнению с 2021 г. снизился, но не является критическим. Доля инвестиций в ВРП увеличивается по сравнению с 2022 г., что говорит о положительной дина-

¹ Управление федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. URL: <https://66.rosstat.gov.ru> (дата обращения: 03.04.2025).

мике. Сократился износ основных промышленных фондов. Социально-экономические факторы не соответствуют пороговым значениям.

Анализ отдельных аспектов экономической безопасности Свердловской области

Показатель	Пороговые значения	Год			Соответствие пороговым значениям по годам 2021/2022/2023
		2021	2022	2023	
Годовой темп роста объема ВРП, %	≥104	120,9	105,1	108,6	+ / + / +
Доля инвестиций в ВРП, %	≥25	16,16	13,59	15,61	- / - / -
Степень износа основных фондов промышленных предприятий, %	≤60	61,3	64,4	57,7	- / - / +
Доля в населении людей, имеющих доходы ниже прожиточного минимума, %	≤7	9	8,6	8,3	- / - / -
Доля расходов на НИОКР в ВРП, %	≥2	1,16	1,10	1,11	- / - / -
Уровень безработицы, %	≤7	5,8	4,1	3,5	+ / + / +
Индекс потребительских цен	≤110	108,1	111,8	112,9	+ / - / -
Темп роста реальных доходов, %	≥105–107	99,8	101,3	100,5	- / - / -

На сегодняшний день экономика Свердловской области характеризуется: развитыми промышленными комплексами; увеличившимися, но недостаточными объемами иностранных инвестиций; сложной рыночной конъюнктурой и необходимостью модернизации старых производств [1].

Несмотря на положительные аспекты, экономическая безопасность Свердловской области подвержена различным угрозам. Зависимость от внешних рынков и сырьевых товаров делает регион уязвимым к влиянию экономических кризисов.

Будущими направлениями развития может стать уменьшение зависимости от сырья за счет промышленного и инновационного развития. а также устойчивое развитие и экология — инвестиции в чистые технологии и создание экологически безопасных производств [4].

Библиографический список

1. Антипин И.А. Об оценке содержания стратегии социально-экономического развития муниципального образования (на примере городского округа Краснотурьинск Свердловской области) // Муниципалитет: экономика и управление. 2020. №2 (31). С. 40–48.

2. Глазьев С. Ю. Основа обеспечения экономической безопасности страны: альтернативный реформационный курс // Российский экономический журнал. 1997. № 1–2. С. 3.

3. Новикова И. В., Красников Н. И. Индикаторы экономической безопасности региона // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 330. С. 132–138.

4. Соболева Е. А. Перспективы социально-экономического развития Свердловской области до 2030 года // Интернаука. 2019. № 15–2 (97). С. 25–27.

Научный руководитель: Г. М. Квон,
доктор экономических наук, доцент

С. А. Хамдамбеков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

**Оценка экономической безопасности предприятия
(на примере ООО «Металлобаза Урал»)**

Аннотация. Показано, как целостная система управления рисками поддерживает финансовое равновесие компании и усиливает конкурентные преимущества региона. По данным 2022–2024 гг. проанализированы выручка, затраты, инвестиции, численность персонала и чистая прибыль. Сформирован реестр из десяти потенциальных угроз, четыре из которых признаны критичными. Даны прикладные рекомендации, позволяющие укрепить экономическую безопасность и повысить эффективность работы предприятия, что содействует устойчивому росту бизнеса и экономике Свердловской области.

Ключевые слова: экономическая безопасность; управление рисками; финансовые показатели; карта рисков; конкурентоспособность территории.

ООО «Металлобаза Урал» сочетает оптовую торговлю металлопрокатом и выпуск металлоконструкций. Такой рынок требует одновременно гибкости и дальновидности: колебания цен на сталь, логистические сбои и кассовые разрывы способны мгновенно снизить маржу. Поэтому первым шагом стала диагностика базовых показателей компании за трехлетний период (табл. 1).

Таблица 1

Динамика показателей компании (2022–2024 гг.)

Показатель	2022	2023	2024	$\Delta_{2024/2022}$
Выручка, тыс. р.	19 667	28 754	32 634	+66 %
Себестоимость, тыс. р.	16 012	23 789	26 574	+66 %
Коммерческие расходы, тыс. р.	739	1 143	1 501	+103 %
Управленческие расходы, тыс. р.	1 387	2 187	2 949	+113 %

Окончание табл. 1

Показатель	2022	2023	2024	$\Delta 2024/2022$
Капвложения в производственные мощности, тыс. р.	902	1 690	2 142	+137%
Среднесписочная численность, чел.	14	18	23	+64%
Чистая прибыль (после учета налогов, амортизации и прочих операций), тыс. р.	677	823	1 098	+62%

Составлено по по данным сайта Центра раскрытия корпоративной информации. URL: <https://e-disclosure.ru>, свободный (дата обращения: 06.02.2025).

Выручка растет опережающими темпами, что позволяет держать рентабельность на комфортных 3–3,5%. Рост капитальных вложений синхронизирован со спросом на металлоконструкции, а численность персонала увеличилась почти на две трети.

Следующий шаг — составление реестра рисков. Методология риск-менеджмента базируется на принципах корпоративной безопасности, комплаенса и интегрированного контроля [2; 3]. Реестр угроз предприятия включает десять позиций, но именно четыре из них стали самыми серьезными по вероятности и масштабу ущерба (табл. 2).

Таблица 2

Приоритетные риски ООО «Металлобаза Урал»

Риск	Вероятность	Последствия	Приоритет
1. Колебания цен и перебои поставок сырья	Средняя (20–49%)	Высокий (до 1 000 млн р.)	Высокий
2. Сбои в производстве металлоконструкций	Высокая (50–89%)	Высокий	Высокий
3. Нехватка оборотных средств	Высокая	Средне-высокий (30–50 млн р.)	Высокий
4. Неплатежеспособность контрагентов	Высокая	Высокий	Высокий

Составлено по по данным сайта Центра раскрытия корпоративной информации. URL: <https://e-disclosure.ru>, свободный (дата обращения: 06.02.2025).

Остальным шести рискам (конкуренция, логистика, кадровые и юридические вопросы) присвоен средний приоритет, но их тоже стоит держать под присмотром.

Чтобы перевести анализ в практику и избавиться от уязвимых мест, были предложены следующие шаги:

1. Диверсификация поставщиков и создание страховых запасов металла, чтобы не зависеть от одного контрагента [1].

2. Внедрение предиктивного обслуживания: датчики вибрации и температуры вовремя подскажут, когда станок потребует ремонта, а не остановит производственную линию внезапно [3].

3. Автоматизация контроля дебиторской задолженности со встроенным скорингом выявляет потенциально «проблемных» клиентов еще до появления просроченных платежей [2].

4. Усиление правовой экспертизы договоров и регулярные тренинги по охране труда — чтобы ни один пункт контракта и ни одно внутреннее нарушение не стало неожиданностью.

Реализация этих мер не только снизит вероятность критических рисков, но и повысит общую производительность, освободив ресурсы для новых направлений — цифровых сервисов и выходов на новые рынки. В долгосрочной перспективе надежная система управления рисками превратится в драйвер роста ООО «Металлобаза Урал» и укрепит позиции Свердловской области на металлоторговой карте России.

Библиографический список

1. *Олейников Е. А., Филин С. А., Видяпин В. И.* Экономическая и национальная безопасность: учебник. 4-е изд. М.: Экзамен, 2023. 768 с.

2. *Панарина М. М.* Корпоративная безопасность: управление рисками и комплаенс в эпоху цифровизации: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2025. 181 с.

3. *Разработка системы управления рисками и капиталом: учебник и практикум / под науч. ред. А. Д. Дугина, Г. И. Пеникаса.* М.: Юрайт, 2025. 367 с.

Научный руководитель: *А. Н. Пестряков*,
кандидат технических наук, доцент

А. Д. Чижова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экономическая безопасность организации оптовой торговли

Аннотация. На примере ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» анализируются экономическая безопасность организации оптовой торговли, ее функциональные составляющие. Выявляются основные внешние и внутренние угрозы для рассматриваемой организации путем SWOT-анализа.

Ключевые слова: экономическая безопасность; организация оптовой торговли; функциональные составляющие; угрозы.

Экономическая безопасность организации оптовой торговли — это состояние, при котором организация испытывает защищенность от внешнего и внутреннего воздействия на нее, обеспеченность достаточными ресурсами и способность адаптироваться к переменам

на рынке оптовой торговли для обеспечения непрерывной деятельности.

ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» осуществляет торговлю оптовую зерном, необработанным табаком, семенами и кормами для сельскохозяйственных животных. Деятельность связана с оптовой поставкой зерна крупным и средним предприятиям сельского хозяйства, зоотехническим комплексам, а также другим организациям, занимающимся производством и обработкой сельскохозяйственной продукции.¹

Проведен анализ функциональных составляющих экономической безопасности. Правовая и технико-технологическая составляющие ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» имеют высокий уровень экономической безопасности. В рассматриваемой организации присутствует большая текучесть кадров, поэтому кадровая безопасность находится на низком уровне. Анализ бухгалтерского баланса показал, что ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» имеет большую долговую нагрузку, но виден рост основных экономических показателей, поэтому финансовая составляющая имеет приемлемый уровень.

Таким образом, ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» находится на приемлемом уровне экономической безопасности.

Был проведен SWOT-анализ, чтобы выявить слабые стороны и угрозы для ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» (см. таблицу).

SWOT-анализ ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“»

S	Сильные стороны	W	Слабые стороны
S1	Наличие государственных контрактов у организации	W1	Текучесть кадров
S2	Установленные долгосрочные отношения с поставщиками зерна	W2	Высокая доля краткосрочных и долгосрочных обязательств
S3	Наличие собственного производства, что позволяет контролировать качество продукции и снизить издержки	W3	Отсутствие четко выраженной стратегии, непоследовательность в ее реализации
O	Возможности	T	Угрозы
O1	Расширение ассортимента продукции для привлечения новых клиентов	T1	Ужесточение конкурентной борьбы на рынке
O2	Внедрение современных технологий для улучшения управления складами и логистикой	T2	Природно-климатический фактор (сезонность)
O3	Разработка стратегии развития организации	T3	Рост цен на топливо и транспортные услуги для доставки зерна

¹ Представление сведений из ЕГРЮЛ об ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“». URL: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 18.04.2025).

Таким образом, были выделены следующие внешние и внутренние угрозы для ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“»:

1. Одной из слабых сторон для организации является текучесть кадров, более крупные конкуренты в данной отрасли предлагают наилучшие условия труда для сотрудников.

2. Организация имеет большую долю краткосрочных обязательств, тем самым у нее снижается платежеспособность и ликвидность, потому что организация с каждым годом расширяет свой автопарк (грузовые автомобили) путем кредитования и лизинга.

3. В ходе проведения конкурентного анализа было выявлено, что ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» занимает отстающую позицию в отрасли, это обусловлено присутствием крупных организаций на рынке, которые занимаются аналогичной деятельностью более 15 лет.

4. Природно-климатический фактор имеет важную роль в рассматриваемом виде деятельности, так как именно от погодных условий в регионе зависит объем собранного урожая (зерновых культур), а в следствие объем продаж и прибыль организации.

5. Угроза повышения цен на топливо является важным аспектом для финансовой составляющей экономической безопасности организации, потому что организация занимается также грузоперевозкой производимой продукции. Цены на дизельное топливо в России растут с каждым годом, в связи с этим увеличиваются издержки организации, повышаются цены на сырье и материалы.

Таким образом, у ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» в большей степени существуют проблемы с финансовой и кадровой составляющей, что негативно влияет на нормальное функционирование организации, поэтому ООО «Агрохолдинг „Союзагропром“» не является полностью экономически безопасной организацией.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

Теоретические аспекты исследования экономической безопасности организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги

Аннотация. Представлено определение «организация, оказывающая аудиторские и консалтинговые услуги». В виде схемы показаны бизнес-процессы организации. Приводятся факторы, влияющие на обеспечение экономической безопасности организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги.

Ключевые слова: организация, оказывающая аудиторские и консалтинговые услуги; экономическая безопасность; аудиторская деятельность.

Организация, оказывающая аудиторские и консалтинговые услуги — это компания, которая проводит аудит и сопутствующие к нему услуги, такие как ведение бухгалтерского и налогового учета, создание отчетности и деклараций, а также предоставляет экспертные знания клиентам в различных областях бизнеса, например, в сфере управления, производства, финансов, инвестиций, кадров и др.

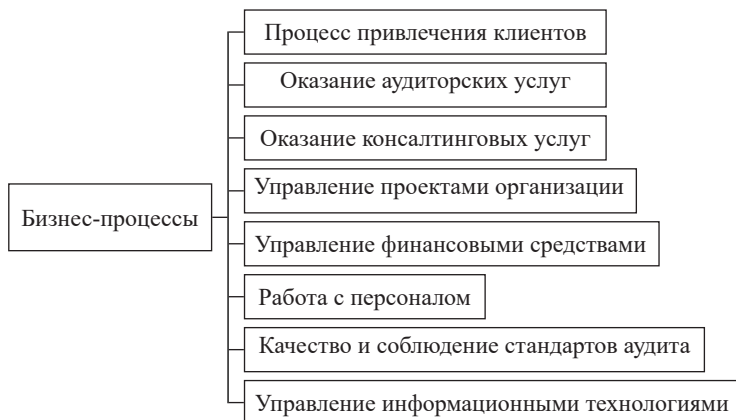
Согласно Федеральному закону от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [1]:

— аудиторская деятельность (аудиторские услуги) — это деятельность по проведению аудита и оказанию сопутствующих аудиту услуг, осуществляемая аудиторскими организациями, индивидуальными аудиторами;

— аудит — это независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности.

Консалтинговые услуги — это профессиональные консультационные услуги, которые предоставляют рекомендации и стратегии для решения задач бизнеса, а также для эффективности и оптимизации каких-либо процессов.

На рисунке представлена схема бизнес-процессов организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги.



Бизнес-процессы организации,
оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги¹

Факторы, которые оказывают влияние на обеспечение экономической безопасности организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги:

- 1) финансовая устойчивость организации. Финансовые коэффициенты, уровень кредиторской и дебиторской задолженностей;
- 2) клиенты и заказчики. Здесь важно рассмотреть количество клиентов, какие крупные компании обслуживает наша организация, и какую долю дохода они составляют;
- 3) сотрудники организации. Очень важна квалификация, уровень образования сотрудников в организации, количество сертифицированных специалистов и аудиторов, а также средний стаж работы по организации;
- 4) конкуренция на российском рынке. Ключевыми показателями являются: доля рынка в сравнение с конкурентами, количество конкурентов, а также сравнение цен на услуги в данной отрасли;
- 5) репутация компании. Данный фактор включает отзывы клиентов и сотрудников об организации, рейтинги на специализированных платформах;
- 6) правовое регулирование. Наличие лицензий и сертификатов у организации, количество судебных разбирательств, изменение стандартов, влияющих на деятельность организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги;

¹ Составлено на основе исследования.

7) информационная безопасность. Количество инцидентов по утечке данных клиентов, сотрудников. Также разобрать уровень защиты информации и какие системы мониторинга есть в компании;

8) собственные разработки организации. Важно показать уровень инвестиций в новые разработки, количество внедренных разработок в организацию.

Таким образом, экономическая безопасность организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги — состояние организации, при котором обеспечивается эффективность функционирования ее бизнес-процессов, финансовое равновесие и регулярное извлечение прибыли, как на данный момент, так и в будущем.

Научный руководитель: *А. Н. Пестряков*,
кандидат технических наук, доцент

Направление 4.

Социальное измерение конкурентоспособности

Е. В. Вагина, Ю. И. Воронкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Популярная музыка: взгляд современной уральской молодежи

Аннотация. Статья представляет результаты социологического исследования влияния музыки на современную молодежь. Музыка выступает важным фактором эмоциональной регуляции, источником вдохновения и социальных связей. Определены ключевые факторы выбора музыки: настроение, ситуация, мелодия. Подчеркивается предпочтение лиричной поп-музыки. Исследование подчеркивает необходимость дальнейшего изучения роли музыки в формировании идентичности молодежи.

Ключевые слова: музыка; молодежь; социология эмоций; идентичность.

Музыка играет ключевую роль в формировании культурных и социальных ценностей современной молодежи, оказывая влияние на их эмоции, поведение и мировоззрение¹. С целью восполнить пробелы в понимании роли популярной музыки в жизни молодежи, в феврале 2025 г. было проведено социологическое исследование на тему: «Восприятие популярной музыки среди молодежи».

Объектом выступили студенты Уральского государственного экономического университета. Гипотеза предполагает, что популярная музыка формирует идентичность и влияет на поведенческие факторы, такие как эмоциональная регуляция, социальное поведение, мотивация, потребление. Сбор данных проводился онлайн среди 202 респондентов.

Результаты проведенного социологического исследования «Восприятие популярной музыки среди молодежи» выявили ключевые факторы, определяющие музыкальные предпочтения и влияние музыки на жизнь современных студентов. Анализ вопроса о факторах, определяющих выбор музыки, показал, что настроение и ситуация являются главным фактором для подавляющего большинства респондентов (80,8%), за которым следует мелодия (75,6%) и стиль исполнителя (71,8%). Тексты песен, хотя и важны (62,8%), играют менее определяющую роль. Дру-

¹ Шпилева Л. С. Социология музыки Теодора Адорно // Россия и мир в исторической ретроспективе: материалы XXIX Междунар. науч. конф., к 320-летию основания Санкт-Петербурга (Санкт-Петербург, 7 апреля 2023 г.). СПб.: СПбГУПТД, 2023. Т. 3. С. 1132–1135.

гие факторы, такие как популярность, язык, культура и влияние окружения, оказывают незначительное влияние на выбор музыки.

Исследование подтвердило положительное влияние музыки на настроение молодежи. Анализ вопроса о влиянии музыки на настроение свидетельствует о том, что музыка является важным элементом в формировании позитивного настроения. Факторами, побуждающими к прослушиванию музыки, являются в первую очередь грустное настроение и желание повеселиться. Молодежь использует музыку как инструмент эмоциональной регуляции, стремясь либо улучшить, либо поддержать текущее настроение. Также, музыка ассоциируется с определенными моментами из прошлого и служит источником творческого вдохновения.

При анализе вопроса о любимых песнях и музыкальных направлениях не удалось выделить конкретную композицию, однако было выявлено предпочтение лиричным поп-песням. Молодежь ценит тексты со смыслом и легко запоминающиеся мотивы. Анализ вопроса об изменении вкусовых предпочтений показал, что вкусовые предпочтения респондентов в основном менялись с течением жизни, при этом незначительное количество опрошенных высказалось об отсутствии изменений. Большинство респондентов (35,8%) отметили, что их музыкальные предпочтения «особо не поменялись». Однако, значительная группа перешла от спокойной музыки к року/металлу или от старых песен к современным, что говорит о динамике музыкальных вкусов. Меланхоличное настроение также является важным фактором при выборе музыки для 15% респондентов.

Более половины опрошенных (66,7%) убеждены, что музыка объединяет молодежь. Это свидетельствует о важности музыкальных вкусов в формировании социальных связей и идентификации с определенными группами. Более 83% респондентов оценивают музыку как важную или очень важную в своей повседневной жизни, что подчеркивает ее значимость для современного молодого поколения.

Проведенное исследование демонстрирует существенное влияние музыки на современную молодежь. Музыка является не только развлечением, но и важным инструментом эмоциональной регуляции, источником вдохновения и средством для установления социальных (идейных) связей. Результаты исследования подчеркивают необходимость дальнейшего изучения роли музыки в формировании идентичности и ценностей молодежи, а также ее влияния на различные аспекты жизни, включая эмоциональное благополучие, социализацию и творческое развитие.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Зависимость студентов от социальных сетей

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного авторами среди студентов института экономики и финансов, обучающихся на первом курсе очной формы обучения Уральского государственного экономического университета. Предметом обобщения и анализа стали зависимость от социальных сетей, ее проявления, факторы и последствия среди студентов.

Ключевые слова: зависимость; социальные сети; студенты.

С начала пандемии COVID-19 наблюдается резкий рост использования цифровых технологий и социальных платформ для общения и обучения [1, с. 75]. Это изменение подчеркивает необходимость пересмотра подходов к учебному процессу и взаимодействию студентов друг с другом и с преподавателями. В условиях удаленного обучения многие студенты начали использовать социальные сети не только для получения учебной информации, но и для общения, что приводит к проблеме баланса между академической деятельностью и личным временем.

В опросе, проведенном авторами в апреле 2025 г., приняли участие 53 студента, представляющие разные специальности (10 человек — «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 8 — «Корпоративный бизнес и проектное управление» и столько же «Финансы и кредит», 5 — «Внешекономическая и таможенная деятельность», 15 — «Экономика предприятий и организаций», 7 — «Экономическая безопасность»). В опросе приняли участие 35 студенток, что составляет 66% от общей массы и 18 студентов — 34%.

В первую очередь нужно было узнать, какую же социальную сеть чаще всего студенты используют. Социальная сеть Telegram оказалась на первой строчке — 51 чел. (96,2%). Далее по популярности можно отметить «ВКонтакте», который отстает на 30,2% от первой указанной нами социальной сети. TikTok расположился на третьем месте, его предпочитает 51 чел. (56,6% от общего числа опрошенных). YouTube все так же занимает лидирующие позиции (25 студентов — 47,2%). За «Одноклассники», Rutube и «Дзен» отдали меньше всего голосов. Из этого следует вывод, что студенты предпочитают Telegram в связи с возможностью обмена видеосообщениями, а также файлами и фотографиями. Также данная социальная сеть доступна для различных операционных систем, что также выдвигает ее в первую строку популярности.

Ознакомившись с ответами на второй вопрос, можно отметить, что студенты зачастую проводят в социальных сетях гораздо больше времени, чем рекомендовано. 3–5 ч (21 чел. и 39,6%), 6–7 ч (15 чел. и 28,3%) и более 8 ч (11 чел. и 20,8%) являются самыми популярными ответами. 1–2 ч в качестве своего ответа выбрали 5 чел., а именно 9,4%. Всего один человек проголосовал за вариант ответа менее 30 мин (1,9%). Согласно исследованиям, молодым людям рекомендуют проводить время в социальных сетях не более 3 ч в день без вреда для психики, иначе при повышении этого показателя возникает риск стресса. Это означает, что молодое поколение действительно сильно подвержено зависимости от интернет-ресурсов, что может приводить не только к проблемам в учебном заведении, но и также влиять на психику [2].

Далее студентам было дозволено выбрать несколько целей использования социальных сетей, поэтому по количеству отданных голосов варианты «общение» и «развлечение» совсем не различаются. Для учебы или работы студенты используют их немного реже, но практически одинаково часто. Новостями интересуются не все, а творческими личностями, проголосовавшими за «самовыражение», оказались всего 13 чел. из общей массы опрошенных.

Большинство студентов игнорирует вред социальных сетей в пользу комфортного существования, что представлено в таблице.

Результаты ответов на пятый вопрос

Отношение	Доля респондентов, %
Нейтрально	32,1 (17 чел.)
Положительно	28,3 (15 чел.)
Скорее положительно, чем отрицательно	22,6 (12 чел.)
Скорее отрицательно, чем положительно	13,2 (7 чел.)
Отрицательно	3,8 (2 чел.)

К сожалению, результаты опроса показали, что студенты действительно сильно зависят от социальных сетей. Поэтому, гипотеза о том, что чем больше времени студенты проводят в социальных сетях, тем сильнее это оказывает негативное влияние на их реальную жизнь подтвердилась. Чрезмерное увлечение интернет-ресурсами может повлечь за собой серьезные проблемы со здоровьем, а также проблемы в общении, влияние на эмоциональное состояние и ухудшение академической успеваемости, как уже было сказано ранее.

Библиографический список

1. *Лысенко В. В.* Цифровизация как интегральная тенденция современности. Цифровая компетенция и финансовая грамотность // Финансовая грамотность: тренды, форматы, стратегические задачи развития: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 октября 2024 г.). Курск: Университетская книга, 2024. С. 74–76.

2. *Applying of smart, robotic systems and big data processing in agro-industrial complex* / E. V. Matvienko, A. L. Zolkin, D. K. Suchkov et al. // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Vol. 981: Information Technologies, Automation Engineering and Digitization of Agriculture (Krasnoyarsk, 2021, November 18–20). Article no. 032002.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Е. И. Гирева, А. Д. Градобоева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современный кинематограф: предпочтения и восприятие социальных проблем молодежью

Аннотация. В 2025 г. авторами было проведено пилотажное социологическое исследование с целью изучить влияние на молодежь различных факторов при выборе фильмов и сериалов и определить, каким образом современный кинематограф затрагивает социальные проблемы и формирует общественное мнение.

Ключевые слова: современный кинематограф; молодежь; фильмы; сериалы; социальные проблемы.

В настоящее время кинематограф представляет собой реальное оружие. Многие государства пытаются создавать собственные студии (фабрики грез) для влияния на сознание, прежде всего, молодежи, которая проводит значительное время за экраном [1, с. 112]. Авторами было опрошено 52 чел. в возрасте 18–24 лет. Были выдвинуты следующие гипотезы: 1) молодежь чаще выбирает фильмы и сериалы на основании их популярности в интернете и рекомендаций родственников и друзей, чем на основании рецензий кинокритиков; 2) молодежь считает важным обсуждение социальных проблем, поднимаемых в современном кинематографе, с родственниками и друзьями; 3) молодые люди склонны ассоциировать себя с персонажами, которые имеют схожие с ними черты характера и жизненные ситуации; 4) молодые люди считают, что

кинорежиссеры несут ответственность за влияние своих работ на молодежь.

Для проверки первой гипотезы респондентам был задан вопрос: «Что из приведенных ниже факторов влияет на Ваш выбор фильма или сериала для просмотра?»

Варианты ответов «Алгоритмы онлайн-кинотеатров», «Аннотации к фильму или сериалу», «Популярность фильма или сериала в сети Интернет», «Рекомендации родственников и/или друзей», «Рецензии кино-критиков» и «Трейлеры, рекламные материалы к фильму или сериалу» выбрали 38,5%, 38,5%, 57,7%, 63,5%, 7,7% и 48,1% респондентов соответственно.

Для проверки второй гипотезы респондентам был задан вопрос: «Насколько, на Ваш взгляд, важно обсуждать социальные проблемы, поднимаемые в современном кинематографе, с семьей и/или друзьями?». Варианты ответов «Очень важно», «Важно», «Не очень важно», «Совсем не важно» и «Затрудняюсь ответить» выбрали 38,5%, 30,8%, 19,2%, 1,9% и 9,6% респондентов соответственно. Наиболее важными социальными проблемами, которые необходимо затрагивать в современном кинематографе, респонденты считают социальное неравенство (55,8%), состояние здоровья населения (51,9%), экономические проблемы (48,1%) и преступность (44,2%).

Для проверки третьей гипотезы респондентам были заданы вопросы: «Кто Ваши любимые персонажи фильмов и/или сериалов? Почему?» и «С какими персонажами фильмов и/или сериалов Вы можете себя ассоциировать? Почему?». В связи с тем, что многие персонажи были указаны респондентами и в том, и в другом вопросе, можно сделать вывод о склонности респондентов проявлять симпатию к тем персонажам, которые похожи на них характером и жизненной ситуацией. Часто данным персонажам присущи такие характеристики, как доброта, отзывчивость, стремление к справедливости, высокий интеллект, целеустремленность, бесстрашие, искренность и хорошее чувство юмора.

Для проверки последней гипотезы респондентам был задан вопрос: «Считаете ли Вы, что кинорежиссеры несут ответственность за влияние их работ на молодежь?». Варианты ответов «Да, они несут полную ответственность за влияние своих работ на молодежь», «Они несут ответственность за соответствие своих работ правилам цензуры, но не несут ответственность за их влияние на молодежь» и «Нет, они не несут ответственность за влияние своих работ на молодежь» выбрали 42,3%, 51,9% и 5,8% респондентов соответственно.

Подводя общий итог, можно сделать вывод, что первые три гипотезы, выдвинутые авторами исследования, оказались верны. Так, при выборе фильмов и сериалов молодежь действительно больше доверяет их популярности в интернете и рекомендациям родственников и друзей, чем рецензиям кинокритиков. Молодежь действительно считает важным обсуждение социальных проблем, поднимаемых в современном кинематографе, с родственниками и друзьями. Молодые люди действительно склонны ассоциировать себя с персонажами, которые имеют схожие с ними черты характера и жизненные ситуации [2, с. 189; 3, с. 85].

Последняя гипотеза, выдвинутая авторами исследования, оказалась частично верна. Несмотря на то, что 42,3 % респондентов считают, что кинорежиссеры несут полную ответственность за влияние своих работ на молодежь, большинство респондентов (51,9%) считает, что кинорежиссеры несут ответственность за соответствие своих работ правилам цензуры, но не несут ответственность за их влияние на молодежь.

Библиографический список

1. *Нодир Н.* Национальное кино как средство формирования самопознания молодежи // Современное общество: актуальные проблемы и перспективы развития в социокультурном пространстве: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 31 марта 2023 г.). Чебоксары: ЧГИКИ Минкультуры Чувашии, 2023. С. 111–115.

2. *Теплякова Е. А.* Образ современной молодежи в российских веб-сериалах // Ключевые слова: сб. тез. по итогам II студ. конф. Ин-та соц.-гуманит. наук ТюмГУ (г. Тюмень, 28 апреля 2022 г.). Тюмень: ТюмГУ-Press, 2022. С. 188–190.

3. *Тулупов В. В.* Кинематограф через призму восприятия молодежи // Вестник Академии медиаиндустрии. 2023. №2 (34). С. 79–86.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Современный кинематограф в жизни совершеннолетней молодежи

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного авторами среди совершеннолетней молодежи. Предметом обобщения и анализа стали мнения респондентов относительно роли современного кинематографа в жизни человека.

Ключевые слова: кинематограф; кино; фильмы; стриминг; современная молодежь.

Современный кинематограф играет ключевую роль в культуре, отражая общественные изменения, социальные тренды и технологические достижения [3, с. 34]. С развитием цифровых технологий и платформ стриминга, фильмы становятся доступнее, что расширяет аудиторию и формирует новые тенденции в формате повествования. Хорошее кино завораживает, удивляет, заставляет задуматься над происходящим в жизни человека.

В опросе, проведенном авторами в марте 2025 г., приняли участие 53 чел., представляющие разные половозрастные и социальные группы: 46 чел. в возрасте 18–21 год, 1 чел. в возрасте 22–29 лет, 6 чел. — 30–35 лет, 45 опрошенных женщин и 8 мужчин.

Результаты опроса о кинопредпочтениях показали, что среди зрителей преобладает интерес к старым фильмам: 76% респондентов (40 чел.) указали, что чаще выбирают киноклассику, тогда как новые фильмы пользуются популярностью лишь у 24% опрошенных (13 чел.). Такое распределение может свидетельствовать о ностальгической привязанности аудитории к фильмам прошлых десятилетий, многие из которых ассоциируются с личными воспоминаниями или воспринимаются как эталоны кинематографа.

Согласно результатам опроса, зрители демонстрируют выраженное предпочтение зарубежным фильмам (72%, 39 чел.) по сравнению с российскими (28%, 14 чел.). Такое распределение отражает текущие тенденции на кинорынке, где западная кинопродукция сохраняет лидирующие позиции. При этом значительная часть аудитории продолжает выбирать отечественные фильмы, что свидетельствует о наличии устойчивого спроса на национальное кино.

Исследование показало, что большинство зрителей редко посещают кинотеатры. 49% опрошенных (26 чел.) бывают в кино

раз в полгода или реже, еще 26 % (14 чел.) ходят в кинотеатры раз в 2–3 месяца. Регулярные посещения (раз в месяц) характерны лишь для 13 % респондентов (7 чел.), а 8 % (4 чел.) посещают кинотеатры еженедельно. Полученные данные свидетельствуют о значительном снижении частоты посещения кинотеатров, что может быть связано с распространением стриминговых сервисов и изменением зрительских предпочтений.

В ходе исследования была выявлена частота домашнего просмотра фильмов: 60 % зрителей смотрят кино не реже раза в неделю, при этом 41 % делает это несколько раз в неделю. Еще 17 % обращаются к кинопродукции 2–3 раза в месяц. Лишь 15 % респондентов смотрят фильмы реже раза в месяц. Исходя из этого, можно сделать вывод, что полученные данные подтверждают устойчивую тенденцию активного домашнего кинопросмотра, что особенно заметно на фоне редкого посещения кинотеатров.

Большинство зрителей (60 %) частично признают качество современного кинематографа («скорее, да»), 23 % уверены в его высоком уровне. Критически настроены 19 % респондентов (13 % — «скорее, нет», 6 % — категоричное «нет»). Результаты показывают преобладание осторожно-позитивного отношения при наличии значительной доли скептической позиции.

81 % зрителей (43 чел.) поддерживают создание фильмов об острых проблемах общества. Против высказались 13 % (7 чел.), 6 % (3 чел.) не определились. Данные показывают высокий спрос на кино, поднимающее важные социальные вопросы.

Большинство зрителей (55 %, 29 чел.) признают наличие посыла в современных фильмах, еще 34 % (18 чел.) склоняются к этому мнению. Скептическую позицию заняли 7 % (4 чел.), а 4 % (2 чел.) отрицают смысловую нагрузку. Таким образом, 89 % аудитории в той или иной степени воспринимают современное кино как носитель идей.

Современный кинематограф остается мощным инструментом культурной и социальной рефлексии, адаптируясь к вызовам цифровой эпохи. Несмотря на доминирование глобальных трендов, он сохраняет способность формировать ценностные ориентиры и отвечать на запросы аудитории, сочетая развлекательную функцию с осмыслением актуальных проблем [1, с. 45].

Развитие стриминговых платформ и изменение моделей медиапотребления требуют переосмысления роли кино как интегратора коллективного опыта, сохраняя его значимость для молодежи даже в условиях фрагментации культурного пространства [2, с. 112].

Библиографический список

1. *Иванов А.В.* Цифровая трансформация кинематографа: вызовы и перспективы. М.: Культура, 2023. 180 с.
2. *Петрова С.М.* Социология медиапотребления: кино в эпоху стриминга. СПб.: Академический проект, 2022. 254 с.
3. *Козлов Н.П.* Кино как социальный институт: от классики к цифре. М.: Искусство и общество, 2021. 198 с.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

В. В. Жидков

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Чтение литературы среди молодежи: социологический опрос

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного автором среди студентов Уральского государственного экономического университета. Предметом обобщения и анализа стали мнения респондентов относительно чтения литературы среди молодежи.

Ключевые слова: книги; предпочтения; необходимость в чтении; что мешает читать больше; желание написать самому.

В настоящее время — эпоху информационных технологий, чтение книг занимает не маловажное место в жизни молодежи. Несмотря на повсеместное распространение социальных сетей и цифровых развлечений, книги остаются источником знаний, вдохновения и эмоциональной разгрузки для молодых людей [2]. Проведенное исследование среди студентов выявило разнообразие в частоте чтения, предпочтениях в жанрах и форматах, а также влияние внешних факторов на их читательские привычки.

В опросе, проведенном автором в марте–апреле 2025 г., приняли участие 180 чел., представляющие разные возрастные группы: 18–20 лет — 47,5%; 21–24 года — 32,5%; 25–30 лет — 20%.

Исследование показало, что среди молодежи существует разнообразие в частоте чтения книг. Почти 91% опрошенных студентов читают. При этом 33% опрошенных ответили, что чтением книг они занимаются несколько раз в неделю. 24% читают каждый день. Иными словами, большинство студентов активно занимаются чтением, что свидетельствует о значительном интересе к литературе и что чтение является частью их повседневной жизни. Но вместе с этим почти 9% студентов не читают вовсе.

Большинство опрошенных предпочитают читать дома — 64 %. Значительно меньшая доля читает в общественном транспорте — 14 %. Показатель времени, проведенного за чтением в библиотеке равен 12 %. Доля читающих в парке — 10 %. Очевидно, что для молодежи предпочтительнее домашняя обстановка для чтения книг. Скорее всего, это связано с удобством и возможностью сосредоточиться.

Популярность электронных книг и аудиокниг среди студентов, где почти половина (48 %) использует их регулярно, а 39 % время от времени свидетельствует о том, что современные технологии существенно меняют подход к чтению, предлагая удобство, доступность и разнообразие.

Наибольшим спросом у молодых людей пользуются научная и художественная литература (по 26 %). За ними следует фантастики и фэнтези — 18 %. Готовность читать произведения всех жанров выразили лишь 1 %.

Подавляющее большинство студентов (81 %) читают книги, написанные на русском языке. Книги, написанные на английском языке, занимают второе место по читаемости — 12 %.

Классическая русская и современная российская литература (по 23 %) пользуются наибольшим вниманием у молодежи. С небольшим отставанием заинтересованность вызывает современная литература (21 %).

Ключевую роль в выборе книг для чтения играют рекомендации друзей (31 %) и социальные сети (30 %), а также важны рецензии и отзывы (26 %).

Книги в основном рассматриваются студентами как способ развлечения и расслабления (33 %), а также средство саморазвития (29 %) и источник информации (26 %).

Большинство респондентов (71 %) считает, что чтение книг необходимо и более 80 % опрошенных соглашаются с тем, что чтение развивает мышление и воображение. Это говорит о том, что молодежь понимает роль литературы в формировании критического мышления, расширении кругозора и улучшении творческих способностей.

Опрос также показал, что значительная часть студентов (96 %) проявляет интерес к написанию собственных произведений, чаще всего рассказов (34 %) или романов (25 %). Это подчеркивает их стремление к самовыражению и креативности, что особенно важно в условиях быстро меняющегося информационного мира.

Исследование показывает, что чтение книг остается важной частью жизни студентов. Несмотря на современные вызовы, такие как нехват-

ка времени и влияние цифровых развлечений, интерес к литературе сохраняется. Студенты активно используют как традиционные, так и современные форматы чтения, это говорит о разнообразии их вкусов и предпочтений. Чтение воспринимается как важный элемент саморазвития и досуга, а также как источник информации и развлечения.

Очень важна поддержка читающей культуры и создание условий для доступа к литературе, что поспособствует дальнейшему развитию этих положительных тенденций, укрепляя связь молодежи с книгами и литературой как формой искусства [1].

Библиографический список

1. *Бегунова Д.Д.* Библиотека в киберпространстве поколения Z (ее образ, поиск общего языка и способ привлечения читателей) // Информационные технологии в науке, бизнесе и образовании. Проблемы обеспечения цифрового суверенитета государства: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Москва, 26 ноября 2021 г.). М., 2022. С. 116–122.

2. *Лысенко В.В.* Возрастные особенности отношения к информационно-компьютерным технологиям // Цифровая трансформация общества и информационная безопасность: материалы II Всероссийской науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 мая 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ. 2023. С. 183–186.

Научный руководитель: *В. В. Лысенко*,
кандидат философских наук, доцент

В. В. Журавлева

Государственный университет управления, г. Москва

Управление человеческими ресурсами как фактор конкурентоспособности

Аннотация. Рассматриваются современные подходы к кадровому менеджменту: цифровизация HR-процессов, гибкая занятость, фокус на психоэмоциональное состояние сотрудников, а также использование аналитики данных и HR-метрик.

Ключевые слова: инновационные подходы; методы управления персоналом; человеческие ресурсы; HR-процессы.

В условиях стремительного технологического прогресса и глобализации успех организации ее конкурентоспособность зависит от умения эффективно распоряжаться трудовыми ресурсами. Традиционные методы управления персоналом уже не соответствуют современным требованиям, поэтому на передний план выходят инновационные подходы,

способные обеспечить устойчивое развитие компании, их выявление и изучение явилось целью настоящей работы.

Задачей инновационного менеджмента является построение системы управления персоналом, которая должна быть нацелена на:

- привлечение и удержание кадров;
- стимулирование и вовлечение сотрудников;
- развитие профессиональных навыков;
- оптимизацию трудовых процессов;
- создание позитивной корпоративной культуры.

Важную роль в переходе к инновациям в сфере управления персоналом, по мнению автора, играет высшее руководство. Зачастую одной из проблем по внедрению является сопротивление к изменениям со стороны сотрудников. Работникам могут быть удобны традиционные процессы и инструменты, а адаптация к новым может вызвать отторжение. Высшее руководство должно уметь донести важность инноваций и обеспечить поддержку с обучением для плавной интеграции инструментов в повседневную работу. Еще одна проблема — это нехватка бюджета и времени, которые препятствуют внедрению. Поэтому необходимо предоставить данные ресурсы, чтобы HR-специалисты могли реализовывать инновационные проекты [1].

Современные HR-департаменты все активнее используют цифровые инструменты для оптимизации процессов, повышения эффективности и улучшения условий работы сотрудников. Этот переход заключается не просто в автоматизации рутинных задач, это качественное изменение подхода к управлению человеческим капиталом. Например, CRM-системы позволяют отслеживать каждый этап взаимодействия с кандидатом и сотрудником — от отклика на вакансию до оценки работы.

Забота о благополучии сотрудников становится неотъемлемой частью корпоративной культуры многих успешных компаний, например, ПАО «Северсталь». Исследования подтверждают прямую связь между физическим и психоэмоциональным состоянием работников и их производительностью, лояльностью и, как следствие, прибылью компании. Счастливый и здоровый человек — это более продуктивный, креативный и вовлеченный сотрудник.

Организации начинают уделять больше внимания разработке индивидуальных планов развития, учитывающих профессиональные цели и личностные особенности каждого сотрудника. Такой метод направлен на повышение лояльности работников и снижение текучести кадров.

Еще одним важным направлением, по мнению автора, является использование аналитики для принятия управленческих решений. Современные системы анализа данных позволяют собирать и обрабатывать большие объемы информации о сотрудниках, их производительности, удовлетворенности работой. На основе результатов можно прогнозировать потребности в кадрах, выявлять слабые места в процессах и принимать управленческие решения. В производственной сфере данные аналитические инструменты используются для оптимизации процессов и улучшения качества продукции¹.

Например, Сбербанк активно использует технологии искусственного интеллекта (ИИ) для подбора персонала, автоматизации рутинных процессов. В частности, ИИ помогает в отборе кандидатов на основе анализа резюме и поведения соискателей во время интервью. Также банк совершенствует программы развития лидерских качеств среди сотрудников и внедряет гибкую систему мотивации².

Таким образом, исследование показало, что инновационные подходы в управлении человеческими ресурсами становятся неотъемлемым элементом успешного функционирования современных организаций [2, с. 11]. Цифровизация, гибкий подход, забота о благополучии сотрудников, развитие талантов и использование аналитики данных — все эти направления помогают компаниям оставаться конкурентоспособными и достигать высоких результатов.

Библиографический список

1. *Артамонова М. В.* Управление персоналом организации в условиях внедрения инноваций // *Управление человеческими ресурсами — основа развития инновационной экономики*. 2011. № 3. С. 26–35.

2. *Свицунов В. М., Лобачев В. В.* Новые» социально-трудовые отношения в условиях цифровизации экономики // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*. 2018. Т. 7. № 1. С. 5–11.

Научный руководитель: *А. Н. Крылов*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ ИИ от Сбербанка поможет подобрать надежных сотрудников // ТамБанки. 2019. 21 окт. URL: <https://tambank.ru/news/ii-ot-sberbanka-pomozhet-podobrat-nadezhnyh-sotrudnikov/> (дата обращения: 12.04.2025).

² Там же.

Цифровизация повседневной жизни

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса на тему цифровизации повседневной жизни. В результате анализа данных изучено влияния цифровизации на повседневную жизнь россиян. Исследование показывает, как глубоко цифровизация проникла в повседневную жизнь молодежи, различное отношение поколений к цифровизации, а также проблемы данного процесса.

Ключевые слова: цифровизация; информационные технологии; гаджеты; социальные сети; цифровая грамотность; бытовое удобство.

В последние десятилетия цифровизация глубоко проникла в повседневную жизнь людей, оказывая влияние на различные аспекты — от работы до досуга.

Уже сейчас очевидно, что процесс цифровизации это не просто появление новых технологий в разных областях жизни, но радикальные изменения в характере и способах взаимодействия людей, в способах формирования и социализации личности, в возможностях развития [1, с. 7].

В повседневной жизни деятельность человека происходит в не совсем привычной для него реальности, сочетающей в себе материальный и цифровой миры, в которых он вынужден взаимодействовать с реальными и цифровыми объектами, находясь при этом в материальном мире [3]. Для обеспечения комфортных условий жизнедеятельности человека необходимо осмысление практик такого взаимодействия и разработка соответствующих регуляторов отношений его участников [2, с. 5].

В опросе, проведенном авторами в апреле 2025 г., приняли участие 51 человек, представляющие разные половозрастные и социальные группы (женщины — 57%, мужчины — 43%; — 61 % респондентов в возрасте 18–19 лет, остальные — от 20 до 25 лет).

Результаты опроса:

1) 71 % опрошенных считают уровень цифровизации своей повседневной жизни высоким и очень высоким;

2) при этом 31,4 % опрошенных уверены, что цифровизация улучшает качество жизни; 56,9 % — что цифровизация скорее улучшает качество жизни; 9,8 % — что цифровизация скорее не улучшает качество жизни, и 1,9 % считают, что цифровизация ухудшает качество жизни;

3) при этом большинство представителей старшего поколения семей респондентов поддерживают цифровизацию и активно используют

новые технологии (37,3%); 25,5% одобряют цифровизацию; 13,7% негативно настроены к данному процессу; 23,5% проявляют безразличие;

4) чаще всего используются смартфоны, персональные компьютеры и умные часы;

5) большинство опрошенных (27 чел.) используют гаджеты в основном для коммуникации; 25 — для прослушивания музыки и подкастов; 23 чел. ежедневно смотрят видеоконтент; 21 чел. использует цифровые устройства для совершения денежных переводов;

6) самой острой проблемой большинство респондентов видят появление зависимости от гаджетов — 52%; угроза утечки личных данных пугает 50% опрошенных; 42% ощущают перегруз от информации;

7) 35 и 32 чел. ответили, что цифровизация ускоряет обмен и поиск информации и упрощает коммуникацию;

8) отсутствие цифровой грамотности — самое большое препятствие, согласно большинству голосов; на втором месте — угроза конфиденциальности; 3 — недостаточность инфраструктуры.

Анализ полученных результатов показал, что большинство из опрошенных представителей молодежи города Екатеринбурга положительно настроены к нарастающему обороту цифровизации и активно используют цифровые ресурсы. Не удивительно, ведь молодежь проводит более 5 часов в сутки за активным потреблением контента. Респонденты также отмечают, что цифровизация значительно упростила обычные повседневные задачи, такие как перевод денег и общение. Они доверяют также и государственным ресурсам. Молодые люди объясняют удобства цифровизации и старшему поколению, что также показывают результаты опроса.

Опрошенные стараются контролировать время своего пребывания в сети, поскольку признают ощущение цифровой усталости и перегруз информацией, но это не всегда удается. Интересно, что молодежь ощущает недостаточность цифровой грамотности, а также беспокоится об утечке личных данных и признает появляющуюся зависимость от гаджетов, что говорит контроле молодых людей к своим действиям в сети и беспокойстве о здоровье.

Библиографический список

1. *Цифровизация в социокультурном измерении: монография* / О.А. Донских, К.М. Курленя, В.В. Чешев и др.; под общ. ред. О.А. Донских. Новосибирск: НГУЭУ, 2024. 291 с.

2. *Уколов В.Ф., Черкасов В.В. Цифровизация: взаимодействие реального и виртуального секторов экономики*. М.: ИНФРА-М, 2019. 203 с.

3. *Matvienko E. V., Zolkin A. L., Suchkov D. K. et al. Applying of smart, robotic systems and big data processing in agro-industrial complex // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Vol. 981: Information Technologies, Automation Engineering and Digitization of Agriculture (Krasnoyarsk, 2021, November 18–20). Article no. 032002.*

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

А. Е. Камышенкова, К. С. Владимирова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Студенты об общественном транспорте

Аннотация. Предметом анализа выступает оценка студентами Уральского государственного экономического университета работы городского общественного транспорта города Екатеринбурга.

Ключевые слова: студент; общественный транспорт; транспортное обеспечение.

Транспортное обеспечение справедливо считается одним из важнейших элементов инфраструктуры современного мегаполиса. Большинство жителей Екатеринбурга ежедневно пользуются общественным транспортом, доезжая до работы и учебных заведений, не думая при этом о пробках или парковках. Как отмечают отечественные исследователи, в период обучения студенты не только получают знания, но и развивают необходимые социальные навыки. Поездки студентов на общественном транспорте становятся частью процесса социализации, предоставляя дополнительные возможности для взаимодействия, общения, а также новых знакомств [1, с. 38]. В марте 2025 г. авторы провели пилотажный опрос студентов Уральского государственного экономического университета в возрасте от 18 до 21 года, охватывающий 38 респондентов как мужского, так и женского пола в равных пропорциях. Согласно полученной статистике, более 60% опрошенных пользуются общественным транспортом ежедневно, а остальные — 2–3 раза в неделю.

При выборе транспортного средства студенты опираются чаще всего на такие показатели как регулярность рейсов и продолжительность поездки. Все опрошенные отметили, что проведенное в пути время можно использовать для чтения и подготовки к занятиям. В контексте выбора оптимального варианта передвижения отдельную позицию занимает стремление к экономии, вдохнувшее новую жизнь в стагнировавшую на протяжении двух десятков лет систему муниципального

транспорта [2, с. 195]. Очевидно, «большая» тенденция рационализации потребительского поведения послужит драйвером различных сфер городского хозяйства [4].

В Екатеринбурге представлены все виды городского транспорта, кроме эксклюзивных. Результаты анкетирования показали наибольшую популярность автобусного сообщения. Такое выраженное предпочтение объясняется, прежде всего, широтой и плотностью автобусной транспортной сети. Примерно половине опрошенных удобнее пользоваться трамваем или метро.

Все респонденты согласны, что Екатеринбургу жизненно необходимо масштабное обновление наземного автопарка. Именно с состоянием последнего связана невозможность решения многих назревших проблем городского транспортного сообщения.

Результаты опроса показали, что большинство студентов предпочитают пользоваться общественным транспортом как самым удобным и доступным средством передвижения. Тем не менее, существует ряд проблем (переполненность салонов в часы пик, нарушения расписания, недостаток маршрутов), требующих для своего решения деятельного участия городских властей и транспортных компаний. При этом в основе всех мероприятий, направленных на повышение качества жизни молодежи и мегаполиса в целом «лежит императив положительного антропоцентризма: организация городского пространства вокруг человека и по человеческой мерке» [3, с. 112].

Библиографический список

1. Бочанцева Л. И., Кузнецова Е. С. Институты социализации личности: семья, школа, вуз // Столкновение традиционализма и модернизма как тренд развития русского общества: материалы круглого стола (Тюмень, 23 октября 2023 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2023. С. 34–40.
2. Грязных Д. В. Сберегательное поведение российских потребителей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 10–2 (97). С. 195–197.
3. Лысенко В. В., Агафонова И. В. Концепции городского пространства как гуманитарный акцент урбанистики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 12-1. С. 108–112.
4. Zaytsev A., Rodionov D., Dmitriev N., Kichigin O. Comparative analysis of results of using assessment methods for intellectual capital // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (St. Petersburg, 2019, November 21–22). St. Petersburg, 2020. Article no. 012025.

Научный руководитель: *Е. Г. Корнильцева*,
кандидат философских наук, доцент

Распространение западной культуры среди российской молодежи

Аннотация. Представлены результаты социологического исследования, проведенного среди студентов Уральского государственного экономического университета. Предметом анализа выступил процесс популяризации западной культуры среди молодежи в России.

Ключевые слова: западная культура; российская культура; идентификация; молодежь.

В связи с активным взаимодействием государств между собой открываются новые горизонты развития интеграции рынков и культур. Культура Запада является яркой, специфичной, оказывающей особое влияние на мировоззрение молодежи [1, с. 1]. Россия и страны Запада связаны между собой посредством активного политического и экономического взаимодействия [2, с. 13]. Русская и западная культура, хотя и имеют общие черты, но все же разнятся. В условиях современной геополитики важно понимать степень распространения культуры стран Запада среди российской молодежи для оценки сохранения самобытности России, так как именно современные молодые люди в будущем будут определять направление политики Российской Федерации.

Опрос был проведен в апреле 2025 г., в нем приняли участие 50 студентов, распределенных в две группы по возрастам. В группе с 18–24 лет приняли участие 29 чел., составив 78 %, в группе 25–35 лет опрос прошли 11 чел., что составляет 22 % от общего числа принявших участие.

Были опрошены студенты различных направлений подготовки в университете. Наиболее активно участвовали студенты института экономики и финансов, составив 92 % от общего числа респондентов.

По вопросу выявления степени экспансии западной культуры среди молодежи, было установлено, что почти все, а именно 96 % опрошенных ощущают присутствие западной культуры в России. Чаще всего молодежь России встречает такие проявления западной культуры, как западная еда в виде фастфуда и западный стиль одежды (стиль — минимализм), которые были отмечены 76 % и 64 % соответственно. Далее по убыванию идут терпимость к этническим группам и разным меньшинствам (60 %), точно такой же процент набрала и ориентация российского кинематографа, музыки и книг на западный манер и активная

защита прав и свобод через судебное разбирательство (50%). Остальные пункты вопроса набрали менее 50%.

Интересуясь вопросом степени распространения западной культуры среди молодежи, было выявлено, что по мнению респондентов более всего западное влияние проникло в сферу развлечения, то есть кинематограф, литература и музыка часто встречается с характерными чертами запада. Всего за данную сферу проголосовало 80% молодежи. Далее по зависимости от запада идет сфера образа жизни, где подразумевается повседневный комфорт, который у жителей стран запада ценится больше красоты и всего другого (64%) и сфера поддержания здоровья (44%). Остальные пункты набрали менее 28%.

Поставив перед респондентами вопрос о том, интересуются ли они культурой стран Запада, а именно кино, музыкой или даже общественным устройством, удалось получить следующие данные: 60% дали ответ «Да» и 40% — «Нет».

В ходе опроса было важно определить отношение молодежи к распространению культуры стран Запада в России. Для этого был задан вопрос про возможное закрытие каналов вещания, которые придерживаются западных идей и ценностей и даже признанных либеральными СМИ и иноагентами. Было определено, что 44% относятся положительно, 36% отрицательно и 36% нейтрально.

Также был задан прямой вопрос об мнении респондентов о влиянии культуры стран запада на Россию. Всего 34% студентов ответили «нейтрально», 16% уверены, что влияние «положительно», 14% ответили, что влияние «крайне положительно» и такое же количество процентов думают, что влияние «крайне отрицательное». Процентное соотношение тех, кто утверждает, что влияние отрицательное, затрудняется ответить или считает, что влияния нет вовсе составляет 12%, 8% и 2% соответственно.

Более всего молодежь приветствует распространение западной культуры в сфере развлечений, т. е. в кинематографе, литературе и музыке (74%). Также желает распространения в сфере прав и свобод, которое активно происходит на западе (52%). Остальные позиции вопроса набрали менее 50%.

Необходимо уточнить оценку западных ценностей в сравнении с российскими в понимании молодежи. Было выявлено, что 68% опрошенных считают западные ценности хуже российских и 40% считает, что западная культура разрушает российскую.

Можно сказать, что влияние Запада в среде российской молодежи определенно есть и оно проявляется во многих сферах жизни общества.

Тенденция к распространению имеет как положительные аспекты, так и отрицательные, но в любом случае важно сохранять идентичность и уникальность российской культуры.

Библиографический список

1. *Бородулина Е. Н.* Россия и Запад. Идеология // E-Scio. 2021. №4 (55). URL: <https://e-scio.ru/?p=13736> (дата обращения: 17.04.2025).

2. *Козырев А.* Россия и Запад // Patria. 2024. №4. URL: <https://patria.hse.ru/article/view/24237> (дата обращения: 17.04.2025).

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

А. А. Кашанов, Д. А. Воробьева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социальные сети и формирование общественного мнения среди молодежи

Аннотация. Представлены результаты социологического исследования, посвященного изучению роли социальных сетей в формировании общественного мнения среди молодежи. На основе опроса и контент-анализа выявлены ключевые тенденции потребления информации, уровень доверия к цифровым платформам, а также влияние социальных сетей на восприятие социальных, политических и культурных вопросов.

Ключевые слова: социальные сети; молодежь; общественное мнение; медиаграмотность; доверие к информации.

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи, трансформируя коммуникацию, потребление информации и формирование взглядов. Целью исследования стало изучение влияния соцсетей на общественное мнение молодежи, оценка уровня доверия к цифровым платформам и выявление факторов, определяющих их роль в медиапространстве. Также активное внедрение социальных сетей и хостингов может приводить к психологическим проблемам подростков и молодежи [1, с. 200].

В опросе, проведенном авторами в апреле 2025 г., приняли участие около 65 чел., представляющие разные половозрастные и социальные группы (женщины — 60 %, мужчины — 40 %; 17–18 лет — 32 %, 19 лет — 28 %, 20 лет — 18 %; 21 год — 22 %, 22 и старше — 10 %).

Почти все опрошенные (95,1 %) ежедневно используют соцсети, при этом 41 % из них тратят на данное занятие 3–5 ч в день, а 37,7 % —

более 5 ч. Основными целями подобного времяпровождения являются общение (96,7%), развлечение (85,2%) и получение новостей (73,8%). Можно сказать, что в социальных сетях молодые люди активно обмениваются не только эмоциями и впечатлениями, но и большим количеством информации.

95,1% респондентов получают новости через соцсети, тогда как телевидение (19,7%) и СМИ (4,9%) утрачивают актуальность. Это отражает тенденцию увеличения роли медиа в формировании общественного мнения. Наибольшее доверие вызывают официальные новостные источники (75,4%), тогда как блогерам доверяют лишь 14,8%. Большинство молодых людей понимает, что позиция популярного человека в интернете по определенному вопросу не всегда бывает объективной.

41% опрошенных отметили, что информация из соцсетей «Скорее да, чем нет» влияет на их взгляды. 62,3% оценивают доверие к информации на 3 из 5 баллов, что свидетельствует о критическом подходе. В целом следует отметить, что социальные сети значительно влияют на мнение большинства людей.

80,3% респондентов признают наличие фейков в соцсетях. Действительно, в медийное пространство периодически поступает недостоверная информация. 52,5% проверяют информацию через официальные источники, 31,1% — сравнивают с другими платформами. Во многом, многообразие форм и источников получения информации позволяет анализировать происходящие события с разных сторон и формировать собственное мнение по каждому вопросу.

Результаты демонстрируют двойственную роль социальных сетей: с одной стороны, они становятся основным каналом коммуникации и информации для молодежи, с другой — формируют запрос на медиаграмотность [3]. При этом предпочтение официальных источников (75,4%) подтверждает тезис отечественных экспертов о рационализации потребления информации в условиях цифровизации [2, с.45].

Библиографический список

1. *Мальцева И. В., Жданова Н. Е.* Интернет-зависимость современных подростков // Наука. Информатизация. Технологии. Образование: материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 10–13 марта 2024 г.). Екатеринбург: РГПУ, 2024. С. 194–201.
2. *Лысенко В. В.* Цифровизация как интегральная тенденция современности. Цифровая компетенция и финансовая грамотность // Финансовая грамотность: тренды, форматы, стратегические задачи развития: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 октября 2024 г.). Курск: Университетская книга, 2024. С. 74–76.

3. *Matvienko E. V., Zolkin A. L., Suchkov D. K. et al. Applying of smart, robotic systems and big data processing in agro-industrial complex // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Vol. 981: Information Technologies, Automation Engineering and Digitization of Agriculture (Krasnoyarsk, 2021, November 18–20). Article no. 032002.*

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

В. А. Лоскутова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Исследование качества жизни населения региона

Аннотация. Кратко представлены некоторые аспекты понятия качества жизни, проанализированы методические подходы к его оценке.

Ключевые слова: качество жизни; индекс человеческого развития; методики оценки качества жизни; национальные проекты.

Качество жизни является сложным и многофакторным понятием, это, согласно определению, представленному в докладе международной Комиссии (докладе Стиглица — Сена — Фитусси), «интегральная характеристика, зависящая от уровня социально-экономического развития общества, уровня материального состояния, медико-экологического и духовного состояния человека» [1]. Понятие имеет сложную структуру и требует рассмотрения теоретических подходов к его оценке, нашедшего отражение в работах различных ученых (см. таблицу).

Методики оценки качества жизни населения

Название методики	Сущность методики
Методика оценки качества жизни населения в регионах А. П. Глухова, Т. А. Булатовой [2]	1. Учитывает трансформации социальной сферы и экономики; достигнутые результаты экономического развития. 2. Качество жизни направлено на поддержание благоприятной среды обитания и здорового образа жизни
Методика расчета «Индекса человеческого развития» [3]	Дает интегральную характеристику уровня благосостояния населения страны и регионов по трем направлениям (знания или уровень образования, долголетие, уровень дохода)
Методики Лига М. Б. и Щеткина И. А. [4]	1. Исследуются факторы жизни с последующим выводом интегрального показателя. 2. Качество жизни оценивается на уровне муниципалитета (формируются индикаторы состояния социальной, финансовой и экономической сфер)
Методика интегрального индекса Гужавиной Т. А., Ластовкиной Д. А., Озеровой О. Ю [5, с. 102]	Рассчитывается интегральный индекс качества жизни как «среднее арифметическое четырех общих индексов... отражающие: «уровень благосостояния, качество социальной среды, качество экологии, социальное самочувствие населения»

Существуют и другие методики, посвященные исследованию данного понятия, например, методика А.И. Татаркина, Е.В. Васильевой, В.П. Чичканова [6], А.И. Россошанского [7] и др. Анализ различных подходов к оценке качества жизни позволил выявить ряд принципов, на которых строится это оценка. К ним можно отнести принципы комплексности, всесторонности, дифференциации, учета особенностей объекта исследования.

Сложность оценки качества жизни обусловлена и тем, что оно, с одной стороны, зависит от потребностей отдельно взятого человека, т.е. включает субъективные факторы, с другой стороны обеспечивает уровнем социально-экономического развития региона, т.е. зависит от объективно существующих факторов.

Важность обеспечения качества жизни населения и достойного его уровня (укрепление здоровья, обеспечения сохранения населения России и ее регионов, реализация потенциала человека и др.) нашли отражение в Указе Президента РФ¹, и отражают национальные цели развития страны путем планируемых национальных проектов. К таким проектам можно отнести проекты «Продолжительная и активная жизнь», «Инфраструктура для жизни», «Экологическое благополучие».

Библиографический список

1. *Stiglitz E., Sen A., Fitoussi J.-P.* Report by the commission on the measurement of economic performance and social progress. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/8131721/8131772/Stiglitz-Sen-Fitoussi-Commission-report.pdf> (дата обращения: 14.04.2025).
2. *Глухов А.П., Булатова Т.А.* Качество жизни: региональный аспект социокультурной составляющей модернизации // *Философские науки.* 2021 №3 С. 86–101.
3. *Индекс человеческого развития в России: региональные различия: аналит. записка* // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. 2021. Дек. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/2022/_2021_long.pdf (дата обращения: 12.04.2025).
4. *Лига М.Б., Щеткина И.А.* Обеспечение социальной безопасности через достижение достойного качества жизни // *Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Социологические науки.* 2014. №4 (57). С. 42–48.
5. *Гужавина Т.А., Ластовкина Д.А., Озерова О.Ю.* Качество жизни в оценках населения региона // *Проблемы развития территории.* 2016. №2 (82). С. 102.

¹ О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г. и на перспективу до 2036 года: Указ Президента РФ от 7 мая 2024 г. № 309.

6. Татаркин А. И., Васильева Е. В., Чичканов В. П. Карта выбора механизма управления качеством жизни населения региона // Региональная экономика: теория и практика. 2015. №42 (417). С. 2–14.

7. Россошанский А. И. Методика индексной оценки качества жизни населения российских регионов // Проблемы развития территории. 2016. №4 (84). С. 125.

Научный руководитель: Г. М. Квон,
доктор экономических наук, доцент

M. A. Makarova

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Software Developers: Balancing Hard and Soft Skills

Summary. The paper discusses the key skills that today's employers are seeking in software developers.

Keywords: hard skills; soft skills; job advertisement; professional skills; personal qualities.

In the context of digital transformations and the growing dependence of businesses on information technologies, qualified software developers are key to business success. The purpose of this paper is to identify the most sought-after hard and soft skills that employers are looking for in candidates for the position of software developer.

Hard skills are specific technical abilities required for the job — coding languages, technical expertise, and knowledge of specific tools. Such skills are measurable and specified, and are often included in the list of requirements set out in a job description.

Soft skills (or non-cognitive skills), are people's abilities to communicate with each other and work together efficiently. Scholars mention such skills as communication, teamwork, leadership, initiative, adaptability, and the ability to introspect. Some also refer to achievement motivation, perseverance and self-control as being soft skills [2; 3].

A study conducted at Harvard University revealed that «the contribution of hard skills to an employee's professional success is only 15%, while soft skills determine the remaining 85%» [1, p. 127]. Thus, we can say that soft skills are no less important than hard skills for both individual success and the company's performance.

In our research, we are interested in hard and soft skills that are crucial for the position of software developer. A software developer is a specialist who creates, develops, tests, implements and supports software for various

computer systems, mobile devices, applications and technical systems. The main responsibilities of a software developer are software design, coding, software testing and debugging, implementation and integration, software maintenance, as well as software optimization and improvement¹.

In order to understand which soft and hard skills are most in-demand for the position, we have analyzed 50 job advertisements for software developers posted on the most popular Russian online recruitment resource HeadHunter. The tables illustrating the numerical ratio of mentions of certain skills in advertisements are presented below (see Table). It is noteworthy that not all ads indicated software skills.

The numerical ratio of mentions of certain skills in advertisements

Criteria	Number of vacancies with a mention
Higher professional education	17
Work experience	24
Technical English	18
C++	21
C	15
...	...
Ability to work in a team	3
Self-development	2
Responsibility	7
Sense of duty	2
Communication skills	2

Therefore, the most sought-after hard skills for software developers are experience in the field, higher professional education, knowledge of technical English, and knowledge of programming languages such as C++ and C. As for soft skills, responsibility is the most essential personal quality that employers want their software developers to have.

Based on the analysis conducted in this paper, it can be concluded that the most efficient and sought-after software developers are those who possess a strong combination of both hard and soft skills. Therefore, to succeed in this competitive field, developers should prioritize continuous learning and self-development.

References

1. Мезинов В. В., Белоконева А. М. Роль soft skills и hard skills в профессиональном и карьерном развитии сотрудников // Теория и практика современной науки. Программист, разработчик программного обеспечения. URL: <https://obucheniye-nauchnoy.ru/profession/matematika-informatsionnye-nauki/tekhnologii/programmist-razrabotchik-programmnogo-obespecheniya/> (дата обращения: 03.03.2025).

2. Schmidt F., Lindner C., Etzel J., Reselsdorf J. Self-Control Outdoes Fluid Reasoning in Explaining Vocational and Academic Performance — But Does It? // *Frontiers in Psychology*. 2020. Vol. 11. Article 757. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2020.00757/full> (дата обращения: 20.03.2025).

3. Steinmayr R., Weidinger A., Schwinger M., Spinath B. The Importance of Students Motivation for Their Academic Achievement // *Frontiers in Psychology*. 2019. Vol. 10. Article 1730. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2019.01730/pdf> (дата обращения: 20.03.2025).

Academic advisor: *M. V. Nikiforova*,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Е. В. Никитина, К. С. Владимирова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Интернет-торговля как фактор потребительского поведения и образа жизни

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного авторами среди представителей разных социально-демографических групп. Предметом обобщения и анализа стали мнения респондентов относительно места и роли маркетплейсов в жизни современного человека.

Ключевые слова: маркетплейс; интернет-торговля; потребительское поведение; товары повседневного спроса.

В мире, где большую роль во всех сферах жизни играет интернет, люди чаще отдают предпочтение приобретению товаров онлайн — через маркетплейсы. Охватывая все более широкие круги населения, интернет-торговля влияет не только на потребительское поведение: привычка становится обычаем и существенно меняет весь повседневный уклад [2, с. 49].

В опросе, проведенном авторами в марте 2025 г., приняли участие 100 чел., представляющие разные половозрастные и социальные группы (женщины — 73 %, мужчины — 27 %; 18–35 лет — 65 %, 35–60 лет — 22 %, 61 год и старше — 13 %; из них учатся — 25 %, работают — 34 %, учатся и работают — 20 %, не учатся и не работают — 21 %).

Почти все опрошенные хотя бы раз воспользовались услугами маркетплейсов. При этом 42 % респондентов делают покупки в интернете практически ежедневно, а 29 % — регулярно. Указанное обстоятельство косвенно, но однозначно говорит об ускоряющемся смещении потре-

бления к онлайн-форматам. Недавняя пандемия, со своей стороны, дополнительно подстегнула объективный процесс.

Выбор в пользу онлайн-покупок в большинстве случаев имеет рациональные основания:

- «на маркетплейсе дешевле, чем в магазине» — 28 %,
- «более широкий ассортимент» — 27 %,
- «возможность приобрести товар в удобное для меня время» — 23 %,
- «пункт выдачи заказов ближе к дому, чем магазин» — 18 %,
- «нишевые» позиции, отсутствующие в офлайн-магазинах» — 4 %.

Чаще всего опрошенные приобретают на маркетплейсах одежду (19 %), товары для дома (16 %) и аксессуары (11 %). Далее следуют в порядке убывания популярности декоративная косметика и средства ухода за лицом и телом (8 %), товары для животных и канцелярские принадлежности (по 6 %), товары для дачи, игрушки, товары для занятия спортом (по 5 %), бытовая техника, медикаменты и БАДы, продукты питания, мебель (по 4 %) и автомобильные аксессуары (3 %).

Более половины респондентов (53 %) не готовы отказаться от услуг маркетплейсов. Чуть меньшая часть (46 %) отнеслась бы к исчезновению последних нейтрально, но без энтузиазма. Из этого следует, что маркетплейсы играют в целом заметную роль в жизни россиян.

Подавляющее большинство опрошенных заказывают на маркетплейсах в основном товары, которые им действительно нужны: «заказываю только нужные товары» — 51 %, «чаще заказываю нужные товары, чем ненужные» — 42 %. Из чего можно предположить, что интернет-торговля, особенно на контрасте с внушительной долей спонтанных покупок в офлайне, формирует рациональное потребительское поведение [3, с. 45].

В сочетании с текущими социальными обстоятельствами маркетплейсы из удобной площадки для приобретения товаров становятся фактором трансформации образа жизни [1, с. 173].

Интересно, что в авангарде тенденции рационализации оказались женщины и молодежь, чаще других групп населения совершающие онлайн-покупки, но не замеченные ранее социологами в сравнительно сдержанном отношении к своим расходам. В таком контексте можно рассматривать финансовую грамотность как производную или аспект общей цифровой компетентности [4, с. 75].

Библиографический список

1. Агафонова И. В. Барьеры трансформации системы жизнеобеспечения городского населения и возможности бизнес-экосистем в их преодолении //

Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы V Уральского экономического форума (Екатеринбург, 19–20 октября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 170–174.

2. *Комарова О. В., Хаятулла Н.* Проблемы развития маркетплейса в современных условиях // Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей: материалы V Национальной (всерос.) науч.-практ. конф. (Керчь, 26–27 октября 2023 г.). Керчь: КГМУ, 2023. С. 49–55.

3. *Комарова О. В., Карабатов Д. С.* Возможности бизнес-аналитики в решении задач корпоративного управления в розничной торговле // Вестник Сургутского государственного университета. 2023. Т. 11, № 4. С. 38–50.

4. *Лысенко В. В.* Цифровизация как интегральная тенденция современности. Цифровая компетенция и финансовая грамотность // Финансовая грамотность: тренды, форматы, стратегические задачи развития: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 октября 2024 г.). Курск: Университетская книга, 2024. С. 74–76.

Научный руководитель: *В. В. Лысенко*,
кандидат философских наук, доцент

А. А. Нуриахметова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние интернет-зависимости на академические показатели студентов вузов

Аннотация. Статья посвящена изучению влияния интернет-зависимости на качество получаемого студентами высшего образования. Рассматриваются такие аспекты, как потеря концентрации, недостаток мотивации и проблемы с критическим мышлением, возникающие вследствие чрезмерного использования интернета. Приводятся данные исследований, подтверждающих негативное воздействие интернет-зависимости. Предлагаются возможные пути решения проблемы.

Ключевые слова: студент; интернет-зависимость; образование.

Интернет-зависимость стала серьезной проблемой современного общества, особенно среди молодых людей. Чрезмерное использование интернета может негативно повлиять на различные аспекты жизни, например, на образование. В данной статье рассматривается влияние интернет-зависимости на успеваемость студентов.

Исследования показывают, что интернет-зависимость может негативно сказываться на интеллектуальных способностях и критическом мышлении студентов. Эксперты отмечают, что студенты, зависимые от интернета, хуже справляются с заданиями, которые требуют глубокого анализа и критического осмысления информации. Огромный поток

информации из интернета способствует формированию поверхностного восприятия, что затрудняет усвоение материала [1, с. 5]. Так, в группе зависимых наблюдается следующее: переход от средних значений к высоким уровням аддикции сопровождается уменьшением зрительно-пространственного интеллекта и падением общего уровня критического мышления. Это касается показателей компульсивных симптомов и толерантности, а также более низкой оценки аргументов и условий, фиксируется снижение показателя, связанного с рассмотрением альтернатив.

Кроме того, зависимость от интернета может ухудшать память и концентрацию внимания, что также влияет на успеваемость. Студенты, проводящие много времени в интернете, сталкиваются с трудностями при выполнении заданий, требующих длительного сосредоточения [3, с. 152].

Интернет-зависимость также влияет на академическую мотивацию студентов. В исследовании «Особенности академической мотивации у студентов с интернет-зависимостью» было установлено, что студенты с высоким уровнем интернет-зависимости обладают меньшей внутренней мотивацией к учебе. Они больше ориентируются на внешние стимулы, такие как оценки или похвала преподавателей, чем на сам процесс получения знаний и личного развития [2, с. 4].

Такое отношение к учебе приводит к тому, что студенты стремятся скорее достичь формальных результатов, чем глубоко освоить учебный материал. Это снижает их успеваемость, так как они не прикладывают достаточных усилий для изучения предметов.

Для борьбы с негативными последствиями интернет-зависимости важно внедрять меры, направленные на повышение цифровой грамотности среди молодежи, включая обучение правильному использованию интернета для образовательных целей, развитие навыков тайм-менеджмента и формирование здорового отношения к технологиям. Также вузы могут проводить программы поддержки студентов, страдающих интернет-зависимостью, например, консультации психологов и специальные курсы по управлению вниманием и мотивацией [2, с. 6].

Интернет-зависимость оказывает значительное влияние на успеваемость студентов, оказывая негативное воздействие как на интеллектуальные способности, так и на академическую мотивацию. Для уменьшения негативных последствий необходимо развивать у студентов навыки управления временем и информацией, а также повышать их цифровую грамотность. Также важно создавать условия, которые будут способствовать внутренней мотивации к учебе у студентов.

Библиографический список

1. Вихман А.А. Связь интернет-зависимости, интеллекта и критического мышления на выборке студентов // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2020. №1 (4). С. 374–381.
2. Доронина В. Ф., Воронова Е. Ю. Особенности академической мотивации у студентов с интернет-зависимостью // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2017. №1. С. 573–579.
3. Заречный А. О., Грязных Д. В. Влияние смартфона на человеческие отношения, социальные взаимодействия и психическое состояние // Стратегические ресурсы тюменского АПК: люди, наука, технологии: сб. тр. LVIII междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Тюмень, 12 марта 2024 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2024. С. 150–157.

Научный руководитель: *Е. А. Лебедева*,
кандидат педагогических наук, доцент

Я. С. Петрина, А. В. Самарина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние совмещения занятости и учебы на эмоциональное состояние студентов и их успеваемость

Аннотация. Исследуется влияние работы на эмоциональное состояние и учебный процесс студентов вузов. Анализ опроса выявляет аспекты занятости (тип, часы, удовлетворенность) и их воздействие на успеваемость, посещаемость и самочувствие.

Ключевые слова: студенты; работа; учеба; эмоциональное состояние.

В современном мире все больше студентов стремятся совмещать учебу в высших учебных заведениях с трудовой деятельностью. С одной стороны, работа может способствовать развитию ответственности, самодисциплины, навыков управления временем и финансами. С другой, чрезмерная рабочая нагрузка может приводить к усталости, эмоциональному выгоранию, пропускам занятий и ухудшению общего самочувствия студентов [2, с. 94].

Авторами был проведен опрос студентов высших учебных заведений. В опросе приняли участие 50 человек, 31 из которых совмещают работу и обучение в высшем учебном заведении.

Анализ данных показал, что большинство студентов (54,8%) предпочитают гибкий график работы, который позволяет им адаптировать рабочее время к расписанию занятий и другим учебным обязательствам. Ча-

стичную занятость выбирают 22,6% студентов, а фриланс — 9,7%. Лишь 9,7% опрошенных студентов работают на условиях полной занятости.

Большинство студентов (32,3%) работают в диапазоне 10–20 ч в неделю. Это позволяет им получать дополнительный доход, не перегружая себя и оставляя время на учебу и другие занятия. Значительная доля студентов (25,8%) работает 21–30 ч в неделю. Небольшая часть студентов работает более 30 ч в неделю (12,9% — 31–40 ч, 19,4% — более 40 ч).

Большая часть студентов выразили удовлетворенность своей работой. Средний балл удовлетворенности работой составил 3,9 по шкале от 1 до 5, где 1 — полностью не удовлетворен, 5 — полностью удовлетворен. Лишь небольшая часть студентов выразила низкую удовлетворенность своей работой (3,2% выбрали оценку «1» и 6,5% — оценку «2»).

Более половины студентов (51,6%) утверждают, что работа не влияет на их успеваемость. Однако, 22,6% студентов считают, что работа отрицательно влияет на их успеваемость, а 19,4% отмечают положительное влияние работы на успеваемость.

Значительная часть студентов (32,3%) не пропускают занятия из-за работы. Еще 22,6% пропускают 1–2 занятия в месяц. Однако, около четверти студентов (25,8%) пропускают 3–5 занятий в месяц, а 12,9% — 6–8 занятий в месяц. Небольшое количество студентов (9,7%) пропускают более 9 занятий в месяц.

Более половины студентов (54,8%) ответили, что не чувствуют усталости из-за работы. Однако, 29% студентов ощущают усталость от работы. Почти половина студентов (48,4%) ответили, что не чувствуют эмоционального выгорания от совмещения работы и учебы. Однако 35,5% студентов ощущают эмоциональное выгорание.

Подавляющее большинство студентов (67,7%) ответили, что им хватает времени на общение с друзьями, хобби и отдых. Однако 25,8% студентов считают, что времени на личную жизнь недостаточно. Проблема сочетания учебы и личной жизни важна для современных студентов [3, с. 280].

Анализ данных в зависимости от курса обучения показал, что наибольшее количество работающих студентов сосредоточено на 4-м и 3-м курсах. Это может быть связано с тем, что к этому времени студенты имеют более высокий уровень знаний и навыков, что делает их более привлекательными для работодателей [1, с. 186].

Работа может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на эмоциональное состояние и учебный процесс студентов. Для оптимизации этого процесса необходимо учитывать различные

факторы, такие как тип занятости, количество рабочих часов в неделю, уровень удовлетворенности работой, а также индивидуальные особенности и потребности студентов.

Библиографический список

1. *Бахтин Е.Л.* Нестабильность как новая норма занятости молодежи // Уральский социологический форум к 100-летию Л.Н. Когана: Культура, личность, общество в условиях перемен: новые вызовы, проблемы, перспективы: материалы XXVI Междунар. конф. памяти профессор Л.Н. Когана (Екатеринбург, 01 декабря 2023 г.). Екатеринбург: УрГПУ, 2023. С. 184–197.

2. *Дроздова Т.А.* Феномен работающего студента // Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. XIX Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 29 декабря 2023 г.). Пенза: Наука и просвещение, 2023. С. 92–95.

3. *Шавкунова А.А., Шустова К.С., Корнильцева Е.Г.* Особенности совмещения учебы и личной жизни студентами // // Общество, образование, наука в современных парадигмах развития: сб. тр. по материалам III Нац. науч.-практ. конф. (Керчь, 17–18 октября 2022 г.). Керчь: КГМТУ, 2022. С. 279–283.

Научный руководитель: *М.В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Л.Д. Постовалова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Эффективные деловые коммуникации для повышения конкурентоспособности биотехнологического стартапа

Аннотация. Рассматриваются деловые коммуникации как фактор повышения конкурентоспособности компаний в условиях высокотехнологичного рынка. Определены виды коммуникаций, предложены пути их совершенствования, а также рассмотрены особенности применения в биотехнологических стартапах.

Ключевые слова: деловые коммуникации; конкурентоспособность; взаимодействие; биотехнологический стартап.

Современная экономика требует от компаний высокой конкурентоспособности, где ключевую роль играют эффективные деловые коммуникации. Они являются стратегическим инструментом, влияющим на производительность, мотивацию сотрудников и качество клиентского сервиса. Цель статьи — рассмотреть сущность деловых комму-

никаций, их виды и пути совершенствования, особенно в контексте биотехнологических стартапов.

Деловая коммуникация — это систематический процесс обмена информацией для достижения целей. Она включает:

- внутренние коммуникации: вертикальные (руководство-подчиненные) и горизонтальные (сотрудники одного уровня);
- внешние коммуникации: взаимодействие с партнерами, клиентами, инвесторами.

Эффективность коммуникаций зависит от ясности, структурированности и адаптивности к изменениям.

Для повышения эффективности рекомендуется использовать цифровые технологии (CRM-системы, корпоративные мессенджеры, платформы для онлайн-встреч), развивать коммуникативные навыки путем тренингов по переговорам и управлению конфликтами [1, с. 86; 3, с. 443]. В организации необходимо выстроить культуру обратной связи (например, регулярные опросы и собрания для выявления проблем) и регламентацию процессов (в частности, стандарты общения, единый стиль документооборота).

Руководство и персонал должны быть вовлечены в процесс изменений.

В биотехнологическом стартапе развитие деловых коммуникаций эффективно развивать по следующим направлениям [2, с. 68; 4, с. 21].

1. Внутриккомандные коммуникации:

- четкие каналы связи между научными и управленческими отделами;
- регулярные встречи для синхронизации работы;
- единый стиль отчетности.

2. Инвесторские и партнерские коммуникации:

- презентация научных идей в доступной форме;
- построение доверия на ранних стадиях (pre-seed, seed);
- переговоры с венчурными фондами и фармацевтическими компаниями.

3. Коммуникации с регуляторными органами:

- соблюдение юридических норм (Роспотребнадзор, FDA);
- четкая документация и прозрачность.

4. Научная и маркетинговая коммуникация:

- публикации, патенты, выступления на конференциях;
- клиентская коммуникация через инфографику, видео, блоги;
- создание доверительного бренда.

Эффективные деловые коммуникации — стратегический ресурс для биотехнологических стартапов. Они обеспечивают слаженную работу команды, привлекают инвестиции, формируют доверие у регуляторов и клиентов. Грамотное управление коммуникациями ускоряет разработку продуктов и повышает конкурентоспособность на глобальном рынке.

Библиографический список

1. *Андреева Г.М.* Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2022. 360 с.
2. *Власов М.В.* Анализ интеллектуально-цифрового капитала регионов России // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. №11 (493). С. 59–69.
3. *Лебедева Е.А.* Ключевые психологические особенности управленческой практики в России // Проблемы современного педагогического образования. 2024. №84-2. С. 442–444.
4. *Pisano G. P.* Science Business: The Promise, the Reality, and the Future of Biotech. Harvard Business Press, 2006. 237 p.

Научный руководитель: *И.И. Рахмеева*,
доктор экономических наук, доцент

Т.С. Рязанов, А.Р. Колбина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современная российская музыка: тенденции, проблемы и перспективы

Аннотация. Современная российская музыка подвержена влиянию социокультурных трендов. Студенты предпочитают рэп, хип-хоп и поп, стремясь к самовыражению. Музыка важна для культурной идентичности и затрагивает актуальные темы, такие как самореализация. Молодежь активно создает новые тренды и коллаборации с зарубежными исполнителями.

Ключевые слова: современная российская музыка; социокультурные тренды; музыкальные предпочтения; рэп; хип-хоп; поп; рок; культурная идентичность; общественные настроения.

Современная российская музыка представляет собой сложное и многогранное явление, которое активно меняется под воздействием социокультурных трендов и технологических инноваций. Исследования, проведенные среди студентов, помогают выявить ключевые направления и жанры, а также оценить влияние музыки на общественные настроения.

В опросе участвовало 119 студентов. Большинство (60%) указали на предпочтение рэпа и хип-хопа, за которыми следует поп-музыка (51%) и рок (43%). Такие тенденции подтверждают меняющийся стиль

жизни и вкусы молодежи, которые стремятся к самовыражению и индивидуальности. В то же время, шансон и джаз остаются менее популярными, что, возможно, свидетельствует о смещении интересов к более современным жанрам¹.

Роль музыки в культуре: музыка является важнейшим элементом культурной идентичности, формируя национальное самосознание. По результатам исследования, 66 % студентов считают, что российская музыка играет важную (23 %) или скорее важную (43 %) роль в культуре страны. Это подчеркивает значимость музыки в формировании культурного наследия².

Актуальные темы и общественные проблемы: темы, поднимаемые в современных треках, часто отражают важные социальные проблемы. Самореализация (63 %), любовь и отношения (60 %) и личные переживания (57 %) стали основными акцентами, что говорит о пристальном внимании молодежи к личным вопросам в контексте капиталистического общества [1, с. 1392].

Возрастная категория слушателей: основу аудитории современной музыки составляют молодые люди в возрасте 14–25 лет, что подчеркивает влияние поколений на предпочтения и тренды. Это поколение, имея доступ к глобальной музыкальной культуре, активно создает и адаптирует свое восприятие музыки.

Качества успешного исполнителя: что касается качества музыкантов, студенты отмечают важность интересных текстов (77 %) и музыкального таланта (71 %). Харизма тоже отмечается как важный компонент, но эпатажность воспринимается менее значимо [2, с. 158].

Смешение языков и культурные коллаборации: почти 63 % студентов не против смешения языков в песнях, что демонстрирует открытость к международной культуре. Коллаборации российских артистов с зарубежными исполнителями также воспринимаются положительно, создавая платформу для обмена культурным опытом³.

Популяризация российской музыки за границей: 51 % студентов считают, что приятно видеть успешность российской музыки за пределами страны. Это свидетельствует о стремлении к укреплению культур-

¹ Музыкальные и спортивные тренды 2024–25 среди российского поколения Z // K&H Communications. URL: <https://khcom.ru/articles/molodyezh-2025-goda-2-chast/> (дата обращения: 08.04.2025).

² Там же.

³ Там же.

ного влияния на мировой арене, что является актуальной задачей для отечественных исполнителей¹.

Заключение: таким образом, современная российская музыка отражает динамику обществ, интересы молодежи и культурные перемены. Учитывая эффективность социальных сетей в продвижении музыкантов, можно утверждать, что будущее отечественной музыки зависит от способности адаптироваться к меняющимся условиям и открытости к новым идеям и формам.

Библиографический список

1. *Гришина Г. А.* Социокультурное значение музыки для молодежи // Вестник науки. 2024. № 12. С. 1390–1393.

2. *Лукашева С. С.* Профессиональные способности музыкантов-исполнителей: сущность и структура // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 61–1. С. 157–160.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Ю. Г. Сажина, Е. М. Астраханцева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение молодежи к ранним бракам

Аннотация. Статья содержит результаты социологического опроса о взглядах молодежи на ранние браки. На основе данных исследования анализируются ключевые факторы, влияющие на решение создать семью в молодом возрасте. Рассматриваются социальные, экономические и культурные аспекты, формирующие современное отношение к браку. Работа выявляет основные тенденции, стереотипы и мотивы, связанные с ранними браками, а также оценивает их возможные последствия для человека и общества.

Ключевые слова: ранний брак; молодежь; экономические условия.

В современном обществе институт брака претерпевает значительные изменения, особенно среди молодежи. Ранние браки становятся предметом дискуссий, поскольку сталкиваются с новыми социальными, экономическими и культурными реалиями. Ранним считают брак, заключенный до наступления брачного возраста (в России 18 лет) по специальному разрешению административных органов. Интерес-

¹ *Нечаев Е.* «Совсем скоро русский язык будет мировым»: эксперты объяснили, почему российские песни становятся популярны за рубежом // RT на русском. 2025. 18 февр. URL: <https://russian.rt.com/russia/article/1436182-pesnya-muzyka-populyarnost-socseti> (дата обращения: 07.04.2025).

но, что браки, заключенные и в 18–20 лет, тоже считаются ранними¹. Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания мотиваций и барьеров, влияющих на решение молодых людей вступить в брак в раннем возрасте. Восемь из десяти браков распались в 2024 г. Это максимальное соотношение, которое вывело Россию на третье место в мире по количеству разводов².

В апреле 2025 г. мы опросили 100 чел. разного возраста и статуса: половина — женщины, половина — мужчины. Большинству (44%) было 18 лет, остальным — от 19 до 28. 54% не были в браке, 37% встречались, а 9% уже состояли в отношениях.

Общее отношение к ранним бракам:

1. 48% респондентов относятся к бракам до 20 лет нейтрально, 40% — отрицательно, 5% — положительно.

2. Отношение к раннему браку. Большинство (76%) не хотели бы жениться/выходить замуж до 20 лет. Лишь 11% рассматривают такую возможность.

3. Реакция на брак друга. Почти половина (45%) отнеслась бы нейтрально, 39% поддержали бы, а 16% попытались бы отговорить.

Факторы, влияющие на отношение.

1. Экономические условия:

1) влияние на образование и карьеру: более половины опрошенных (59%) считают, что брак может помешать образованию или карьере. При этом 36% респондентов полагают, что это зависит от конкретного человека;

2) одобрение родителей: половина респондентов (50%) отметили, что их родители не одобрили бы их ранний брак (до 20 лет). Лишь 29% предположили, что их родители поддержали бы такое решение.

2. Культурные и социальные нормы:

1) влияние культурных и религиозных убеждений, СМИ: большинство молодых людей (60%) согласны с утверждением, что культурные и религиозные убеждения, а также влияние СМИ формируют или изменяют отношение к ранним бракам;

2) отношение общества к ранним бракам: более половины опрошенных (46%) считают, что общество осуждает ранние браки. Значительная часть (39%) полагает, что обществу безразлично это явление.

¹ Козлов Н. И. Ранние браки // Психологос. 2013. 1 янв. URL: <https://psychologos.ru/articles/view/rannie-braki> (дата обращения: 10.04.2025).

² Восемь из десяти браков распались в 2024 году. В чем причина. Россия вышла на третье место в мире по количеству разводов // РБК Life. 2024. 18 дек. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/6762c5149a79475fb2fd64b7> (дата обращения: 10.04.2025).

Главные причины ранних браков — беременность (85%) и любовь (67%). Также играют роль давление семьи (51%) и стремление к независимости (44%).

Оптимальный возраст для брака: 49% считают идеальным возраст 26–30 лет, 46% выбрали 21–25 лет.

Результаты показывают, что молодежь г. Екатеринбурга в целом скептически относится к ранним бракам. Это связано со следующими позициями.

1. Стремлением к образованию и карьере (59% видят в браке помеху).
2. Финансовой нестабильностью (поддержка родителей и государства играет ключевую роль).
3. Влиянием общественного мнения (46% отмечают осуждение со стороны общества).

Интересно, что беременность остается главной причиной ранних браков, несмотря на общую тенденцию к их сокращению.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что современная молодежь в целом не стремится к ранним бракам и осознает связанные с ними риски. Большинство респондентов придерживаются нейтрального или отрицательного мнения о браках, заключенных до 20 лет, и не планируют вступать в брак в столь раннем возрасте. Значительная часть молодых людей осознает, что ранний брак может негативно повлиять на получение образования и развитие карьеры. Молодежь признает, что ранние браки часто заключают по любви, но считает важными для успешного брака зрелость, опыт и финансовую стабильность. Статистика разводов не радует — и это заставляет относиться к ранним бракам более осмотрительно. Понимание этих факторов необходимо для разработки эффективных программ поддержки молодых семей и профилактики разводов.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Молодежь и религия

Аннотация. Рассмотрены результаты социологического исследования о восприятии религии молодежью и ее влиянии на формирование ценностей и мировосприятия молодых людей.

Ключевые слова: религия; религиозные организации; молодежь российских регионов; отношение молодежи к религии.

Актуальность научной работы заключается в том, что в современном мире, где происходят значительные социальные и культурные изменения, религиозные взгляды молодого поколения становятся важным аспектом его идентичности. Молодежь находится на этапе формирования своих жизненных ценностей, и религия может сыграть роль в этом процессе. В условиях глобализации и взаимодействия различных культур, изучение отношения молодежи к религии помогает понять, как они воспринимают традиционные ценности, а также как религия может влиять на их мировоззрение и поведение.

Исследования взаимодействия религии и молодежи становятся все более актуальными, так как молодые люди формируют общественное сознание и влияют на будущее религиозной и социокультурной ситуации. Их взгляды и ценности будут определяющими, когда они займут ключевые позиции в обществе [1, с. 11]. Для исследования данной темы был проведен анонимный опрос на тему «Религия и молодежь». По результатам анкетирования можно отметить, что религиозные традиции, такие как праздники и проведение обрядов, соблюдает большинство семей. Опрос показал, что более всего в обществе российской молодежи распространены православное христианство, ислам и атеизм. Однако на вопрос об оценке уровня своей религиозности респонденты, вне зависимости от своей веры чаще всего отмечали средний уровень религиозности — 5 из 10. Также, судя по результатам опроса, большинство молодых россиян посещают храмы достаточно редко — «1 раз/месяц либо 1 раз/полгода» (38,3 %) или «1 раз/год либо реже» (23,3 %). В качестве причин посещения храмов чаще всего респонденты отмечали необходимость данных действий для верующего и посещение храма с близкими людьми (семьей и друзьями).

Описывая воздействие религии на повседневную жизнь молодежи российских регионов, стоит отметить, что влияние религии на выбор профессиональной и учебной деятельности, а также на внешний вид мо-

лодых людей — незначительно, однако в большинстве случаев молодые люди все же стараются соответствовать религиозным этическим нормам. Исследование результатов опроса демонстрирует широкий спектр взглядов молодых людей на совершение действий, противоречащих их религиозным убеждениям, но приемлемых в обществе. Хотя есть те, кто категорически отвергает возможность такого поведения (15%), и те, кто допускает его (16,7%), большинство опрошенных не смогли однозначно определиться и предпочли воздержаться от выбора (41,7%). Это говорит о том, что молодым людям сложно принимать решения в ситуациях, когда их личное мировоззрение сталкивается с общественными нормами. Особенно это касается молодежи, которая отличается высокой степенью самоанализа и стремлением соответствовать ожиданиям окружающих.

В заключение, по результатам проведенного пилотажного исследования можно предположить, что для молодых людей религия не является центральной частью их мировоззрения, но она играет важную роль, поддерживая и обогащая основные аспекты их жизни, описанные выше. В оценке среди молодых людей, проживающих в российских регионах, преобладает нейтральное отношение к религии с позитивным уклоном. Однако есть и меньшинство, которое не так ярко выражено, но все же существует и негативно относится к религии. Восприятие религии молодыми людьми определяется несколькими рамками, акцентирующими различные аспекты и по-разному позиционирующими религию, а основной принцип разделения основан на противопоставлении понятий, где религия может быть воспринята либо как нечто внешнее и абстрактное, либо как нечто близкое и «свое». В повседневной жизни молодые люди, проживающие в регионах России, в большинстве своем относятся к религии как к системе правил, которые нужно соблюдать. Некоторые из них не принимают религию совсем, а другие принимают ее частично, выбирая только те ценности, которые соответствуют их моральным принципам. Однако есть и те, кто полностью принимает религиозные нормы и следует им, как это было принято в прошлом [2, с. 11].

Библиографический список

1. *Савченко И. А., Устинкин С. В.* Молодежь и религия в фокусе эмпирического анализа. 3-е изд., с изм. и доп. М.: ИНФРА-М, 2023. 103 с.
2. *Лебедев С. Д.* Рефлексия религии современной российской молодежи: к постановке вторичных гипотез (на материалах межрегионального исследования) // Научный результат. Социология и управление. 2024. Т. 10, № 1. С. 28–39.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Социальные аспекты влияния культуры безопасности на конкурентоспособность предприятия транспортного машиностроения

Аннотация. Рассмотрена взаимосвязь между социальными аспектами культуры безопасности и конкурентоспособностью предприятия транспортного машиностроения. Предложены и внедрены инструменты для повышения культуры безопасности.

Ключевые слова: культура безопасности; конкурентоспособность; лояльность.

В современном мире требования к качеству продукции и услугам становятся выше, а конкуренция более жесткой. Для повышения эффективности работы и устойчивости на рынке предприятиям транспортного машиностроения необходимо показывать не только высокие производственные показатели, но и обеспечивать безопасность на всех уровнях. Культура безопасности является частью корпоративной культуры и играет важную роль в формировании конкурентоспособности предприятия. Проблема взаимосвязи культуры безопасности и конкурентоспособности предприятия привлекает внимание исследователей и практиков, таких как Г.И. Беляков [1, с. 198], И.А. Киселева, Н.Е. Симонович [2, с. 40]. В отрасли транспортного машиностроения культура безопасности является неотъемлемой частью стратегического управления предприятием.

Культура безопасности — это совокупность мер, которые организация принимает для предотвращения несчастных случаев, в том числе развитие личностных характеристик работников, которые влияют на безопасность. Ее формируют три основных направления: уровень соответствия законодательству, уровень развития культуры безопасности среди персонала и уровень развития процессов, обеспечивающих культурный рост. Для развития культуры безопасности важно определить его текущий уровень, подобрать инструменты и обеспечить их эффективное внедрение. Развитие культуры безопасности позволяет предприятию минимизировать потери.

Среди социальных аспектов культуры безопасности стоит отметить моральный климат в коллективе, доверие между сотрудниками и руководством, уровень вовлеченности персонала, условия труда, а также социальную ответственность предприятия. Высокий уровень этих показателей повышает у сотрудников удовлетворенность работой

и лояльность к компании, создает атмосферу доверия. Работники становятся более открытыми и вовлеченными, что способствует снижению текучести кадров и повышению ответственности за соблюдение норм безопасности. Безопасная среда и социальная ответственность организации делает ее более конкурентоспособной.

Для развития социальных аспектов культуры безопасности на предприятии транспортного машиностроения, было предложено провести обучение по охране труда и внедрить инструмент «Доска решения проблем». После каждого мероприятия сотрудники проходили опрос из 10 вопросов, по которому определялся уровень лояльности работников к организации. На начальном этапе средний балл лояльности работников к организации составил 3,3 из 5.

Анализ текущего состояния безопасности показал, что уровень несчастных случаев оказался выше средних показателей по отрасли. Так, на предприятии на 1000 работников за год случается 10 несчастных случаев (примерно, 1 случай за месяц), а среднее значение по отрасли всего 5. Для снижения показателя травматизма было проведено обучение для работников в области охраны труда и здоровья. Обучение проходило в два этапа (теоретическая и практическая часть), затраты на проведение составили 1,5 млн р. Средняя стоимость компенсации за несчастный случай на предприятии составляет примерно 200 тыс. р., т. е. за год предприятие выплачивало по 2 млн р. сотрудникам. После проведения обучения за месяц не произошло ни одного несчастного случая, за год ожидается снижение количества несчастных случаев с 10 до 3 на 1000 чел. Лояльность работников на данном этапе повысилась до 3,6 баллов из 5.

Для выявления причин несчастных случаев на предприятии, а также повышения доверия между руководством и работниками был предложен инструмент «Доска решения проблем». Каждый сотрудник мог написать на доске о проблеме в области безопасности, которая мешает ему эффективно выполнять работу, а руководители организовывали их решение и оставляли обратную связь. За месяц на предприятии было решено 14 проблем, еще 10 планируют решить в ближайшие 2 месяца. Внедрение инструмента «Доска решения проблем» позволило повысить доверие между сотрудниками и руководством, улучшить климат в коллективе, а также увеличить уровень вовлеченности. Руководство отметило, что планирует данный инструмент продолжать использовать на предприятии. Лояльность сотрудников увеличилась до 4,3 баллов из 5.

В ходе исследования было выявлено, что социальные аспекты культуры безопасности напрямую влияют на конкурентоспособность предприятия. Эффективная культура безопасности способствует снижению

затрат, повышает мотивацию работников и их производительность, что делает предприятие более конкурентоспособным. Предприятию необходимо проводить регулярный мониторинг и анализ показателей безопасности и обратной связи от персонала.

Библиографический список

1. *Беляков Г.И.* Безопасность жизнедеятельности на производстве (охрана труда): учебник. СПб.: Лань, 2006. 512 с.

2. *Киселева И.А., Симонович Н.Е.* Конкурентоспособность предприятия в условиях глобализации общества: влияние корпоративной культуры // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10, № 11(248). С. 39–44.

Научный руководитель: *Е. Е. Лагутина*,
кандидат экономических наук, доцент

Э. А. Фаттахова, Т. А. Мунарева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Средства индивидуальной мобильности

Аннотация. Описана проблема тенденции роста использования средств индивидуальной мобильности. Рассмотрены их влияние на окружающую среду и ряд опасностей, связанных с незнанием правил безопасного использования. Определено, что средства индивидуальной мобильности могут представлять угрозу здоровью человека, который даже не использовал их для передвижения.

Ключевые слова: средства индивидуальной мобильности; электро-самокаты; скейборды; гироскутеры; сигвеи; моноколеса; правила дорожного движения.

В последнее десятилетие стали очень популярными средства индивидуальной мобильности (СИМ)¹. К СИМ относят роликовые коньки, самокаты, электросамокаты, скейборды, гироскутеры, сигвей, моноколеса и другие аналогичные средства передвижения, имеющие одно или несколько колес (роликов). Это различные технические средства, помогающие людям передвигаться на природе или в городе без пробок, используя двигатель (двигатели) или мускульную силу.

От использования СИМ большая польза. Уменьшается загруженность дорог общего пользования и общественного транспорта. В летнее время можно передвигаться на СИМ, не используя общественный транспорт до места работы или учебы на расстояния 5–10 км. С другой стороны, СИМ становятся серьезным источником повышенной опас-

¹ *Средство индивидуальной мобильности.* URL: <http://mo-chkalovskoe.ru/news/2620/> (дата обращения: 15.04.2025).

ности на дорогах общего пользования не только для пешеходов, но и управляющих этими устройствами. Из-за возможности развивать достаточно большую скорость, создается высокая вероятность потери управления при ограниченной маневренности [1].

Это не механические транспортные средства! Для управления СИМ водительские права не нужны. Но сотрудники полиции имеют права останавливать и проверять документы у владельцев данных транспортных средств.

СИМ предназначены только для одного человека — вдвоем ездить нельзя — отсюда в названии слово «индивидуальной». До того, как весной 2023 г. понятие закрепили юридически, к СИМ относили также ролики, обычные самокаты и скейтборды и иногда даже велосипеды.

Средства индивидуальной мобильности не наносят вред окружающей среде потому, что не используют бензин или альтернативные виды горючего топлива. В них стоят электрические двигатели.

Кроме положительных моментов в использовании СИМ появились проблемы как для тех, кто их использует, так и для пешеходов и других транспортных средств, участвующих в дорожном движении, что потребовало развития улично-дорожной сети городов с учетом нетрадиционных видов транспорта [2].

С 1 марта 2023 г. новый термин — (СИМ) введен в российские Правила дорожного движения (ПДД). Это стало необходимостью в связи с ростом их популярности, увеличением числа на тротуарах, дорогах, столкновении их с пешеходами и сбивании на перекрестках другим транспортом¹. Согласно ПДД с 1 марта 2023 г. перемещаться на СИМ можно со скоростью не более 25 км/ч. При этом масса СИМ, на котором разрешается передвигаться по тротуарам, вело- и пешеходным дорожкам, не должна превышать 35 кг. При совместном передвижении пешеходы получают приоритет. На дорогах, где высока пешеходная активность, для СИМ вводится ограничение скорости — до 8 км/ч.

Лица, пользующиеся индивидуальными мобильными средствами передвижения, должны подчиняться сигналам пешеходного или велосипедного светофора при движении по тротуарам, пешеходным дорожкам или велосипедным дорожкам. Для детей до 7 лет запрещено движение по велосипедным дорожкам по сторонам велосипедистов и велосипедным зонам, по обочинам дорог и проезжей части. Разрешается передвигаться на тротуарах, пешеходных и велосипедных

¹ Об утверждении свода правил СП 398.1325800.2018 «Набережные. Правила градостроительного проектирования: приказ Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 29 ноября 2018 г. № 773/пр.

дорожках с места, предназначенного для пешеходов, и в пешеходные зоны только с сопровождением взрослого человека. Детям и подросткам 7–14 лет разрешается осуществлять движение только на тротуарах, пешеходных, велосипедных дорожках и в пешеходной зоне.

Велосипедисты и лица старше 14 лет, которые управляют индивидуальными средствами передвижения должны передвигаться по велосипедным дорожкам, проезжей части велосипедного участка или полосе для велосипедистов.

Выбор средства передвижения зависит от цели поездки, физической способности и личных предпочтений человека. Важно помнить, что использование средств индивидуальной мобильности должно быть безопасным и удобным для пользователя и окружающих людей.

Библиографический список

1. *Коптилов А.* Электросамокаты появятся в ПДД // Дороги России. 2020. № 3 (117). С. 10–20.

2. *Лавров С. Е.* Проблемы развития улично-дорожной сети города с учетом нетрадиционных видов транспорта // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре: сб. ст. 77-й всерос. науч.-техн. конф. (Самара, 26–30 октября 2020 г.). Самара: СамГТУ, 2020. С. 157–161.

Научный руководитель: *Г. М. Бelyшева*,
кандидат химических наук, доцент

Е. О. Царькова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение современной молодежи к кинематографу

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного в Уральском государственном экономическом университете. Автор анализирует проблему изменения отношения молодежи к современному кинематографу в эпоху цифровых технологий и стриминговых сервисов.

Ключевые слова: кинематограф; респонденты; предпочтения; стриминговые сервисы; социологическое исследование.

Автором статьи в марте 2025 г. проведено социологическое исследование (анкетный опрос, $n = 115$) на тему: «Отношение молодежи к современному кинематографу» было выяснено, что 64,3% респондентов посещают кинотеатры лишь раз в несколько месяцев или реже. Этот показатель свидетельствует о растущей популярности домашнего просмотра фильмов, обусловленной, прежде всего, удобством, доступ-

ностью и экономической целесообразностью. Более того, рост числа стриминговых сервисов и улучшение качества домашней техники существенно снизили привлекательность кинотеатров, особенно для тех, кто не привык к массовым мероприятиям и предпочитает индивидуальный просмотр в комфортной домашней обстановке.

На сегодняшний день понятие «кинематограф» используется в различных контекстах, охватывая как искусство создания фильмов, так и индустрию их производства и распространения, а также научную область, изучающую кино. Кинематограф — специфическая отрасль культуры и культурной деятельности, осуществляющая производство и распространение кинематографического культурного продукта (фильма), выражающего смыслы истории и культуры человека, социума [2, с. 33], а также задействованный в создании идеологических нарративов [1, с. 29]. Данный термин касается ряда вопросов, связанных с созданием и восприятием фильмов как вида искусства и индустрии. Впервые это понятие ввел в начале XX в. французский изобретатель Леон Гомон.

В социологическом опросе принимали участие первокурсники института менеджмента, предпринимательства и инжиниринга, а также колледжа. В своем выборе жанров респонденты продемонстрировали явное предпочтение развлекательному контенту. Комедии, набравшие 70,4% голосов, уверенно заняли первое место, отражая стремление зрителей к позитивным эмоциям и легкому просмотру после напряженного дня. Фильмы ужасов, за ними следуют (58,3%), подтверждают популярность жанра, вызывающего адреналин и эмоциональный отклик. Третье место поделили драмы и научная фантастика (37,4%), свидетельствуя о том, что зрительская аудитория также интересуется более глубокими и интеллектуальными произведениями, способными заставить задуматься и пробудить интерес к философским или научным вопросам. Стоит отметить, что данные результаты не противоречат друг другу, а скорее демонстрируют разнообразие вкусов и предпочтений современных зрителей, которые охотно смотрят как легкий, так и более сложный контент.

Что касается устройства для просмотра, то лидирует компьютер/ноутбук (40%), подтверждая удобство и доступность онлайн-платформ. Гибкость выбора времени и места просмотра — важнейший фактор для современной аудитории. Телевизор (24,3%) по-прежнему остается популярным выбором, хотя его доля сокращается в пользу более портативных и универсальных устройств. Наблюдается также постепенный рост числа пользователей смартфонов и планшетов для просмотра

фильмов, хотя данные по этим устройствам в представленном опросе отсутствуют и требуют отдельного исследования.

Временные затраты на просмотр фильмов оказались относительно умеренными: 80,9% респондентов тратят от 1 до 5 ч в день. Этот показатель указывает на то, что просмотр фильмов является важной, но не доминирующей частью их повседневной жизни. Конечно, существуют индивидуальные различия, и часть зрителей уделяет просмотру значительно больше времени. Однако средний показатель свидетельствует о балансе между потреблением киноконтента и другими видами деятельности.

В заключение хотелось бы отметить, что кинематограф, несмотря на свою многолетнюю историю и постоянную эволюцию, продолжает оставаться значимой частью жизни молодежи. Однако, отношение молодого поколения к современному киноискусству неоднозначно и формируется под влиянием множества факторов. С одной стороны, молодые люди активно вовлечены в мир кино: они смотрят новинки, обсуждают их в социальных сетях, следят за трендами и создают собственные видео. Кинематограф для них — это способ развлечься, отвлечься от повседневных забот, получить новые впечатления и знания. С другой стороны, современный кинематограф нередко критикуется молодежью за излишнюю коммерциализацию, упрощение сюжетов, обилие спецэффектов в ущерб содержанию и отсутствие глубоких тем.

Библиографический список

1. *Грунт Е. В., Беляева Е. А., Вагнер В. А.* Современный отечественный кинематограф в оценках екатеринбуржцев в условиях глобального вызова российской культуре // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2023. №4 (61). С. 24–30.
2. *Лубашова Н. И.* «Кинематография» как категория теории и истории культуры // Аналитика культурологии. 2013. №25. С. 32–35.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Здоровое питание как фактор социального неравенства и образа жизни

Аннотация. Представлены результаты социологического опроса, проведенного среди 25 респондентов из разных регионов России. Основной фокус — анализ представлений о здоровом питании, барьеров для его реализации и влияния социально-демографических факторов. Данные показывают, что доступ к здоровой еде зависит от уровня дохода, возраста и места проживания.

Ключевые слова: здоровое питание; пищевые привычки; социальные барьеры; образ жизни.

В современном мире здоровое питание — это не только выбор индивидуума, но и отражение социальных условий [2, с. 16]. Опрос, проведенный в марте 2025 г., выявил, что 63 % респондентов считают здоровое питание «сложным и дорогим», а 45 % указали «высокую стоимость продуктов» как главный барьер. Это подтверждает гипотезу: здоровое питание становится привилегией, доступной не всем.

В исследовании приняли участие 25 чел. представляющие разные половозрастные и социальные группы (*возраст*: 18–24 года — 44%; 25–34 — 12%; 35–44 — 0%; 45–54 — 20%; 55 лет и более — 24%; *доход*: низкий (до 25 тыс. р.) — 32%, средний (25–60 тыс.) — 40%, выше среднего (60–100 тыс.) — 12%, высокий (от 100 тыс.) — 16%; *место проживания*: мегаполисы — 64%, средние города — 16%, село/деревня — 20%).

Большинство респондентов (68 %) определяют здоровое питание как сбалансированный рацион с овощами, фруктами, белками и полезными жирами. 16 % связывают его с отказом от вредных продуктов, и 16 % — с профилактикой заболеваний. Молодежь (18–24 лет) чаще акцентирует внимание на сбалансированности (70 %). Люди старше 55 лет чаще упоминают «отказ от вредного» (40 %).

Выявлены барьеры людей для здорового питания, например, высокая стоимость продуктов чаще всего препятствует выбору в пользу правильного питания (выбрано 63 % респондентов). «Нет времени на готовку» — второй по значимости барьер для респондентов (40 %). Традиционные привычки семьи/окружения отметили 30 % из опрошенных. Также респонденты указывают на отсутствие доступных магазинов (25 %, особенно в сельской местности).

Связывая доходы людей и их взгляды на здоровое питание, можно вывести следующие закономерности: 75 % людей с низким доходом (до 25 тыс. р.) указали «высокую стоимость» и «нет магазинов» как

главный барьер. Можно отметить привилегии людей по месту проживания, 30% респондентов из сельской местности реже едят фрукты из-за их высокой стоимости, а 35% из них жалуются на отсутствие магазинов с качественными продуктами, что вполне объяснимо, так как современные, новые магазины «здорового питания» чаще всего открываются в больших городах, потому что это рентабельнее.

Рассмотрим источники информации респондентов о здоровом питании: Рекомендации врачей/диетологов (выбрано 44%), социальные сети/блоги (44%), семья/друзья (44%), модные диеты (выбрали 8% опрошенных, из которых 4% — «безглютеновые» диеты, 8% — «питание для спорта», веганство/вегетерианство — 4% (остальные 84% — выбрали вариант «Не обращаю внимания на модные диеты»). Что же респонденты могут предложить для поддержки здорового питания? Развитие фермерских рынков и доступных магазинов (выбрано 64%), образовательные программы в школах/на работе (32%), субсидии на здоровые продукты для малоимущих (28%), ограничение рекламы вредной еды (40%), осознанный здоровый образ жизни (4%) — в опросе были представлены варианты поддержки здорового питания и респонденты отметили среди них наиболее эффективные на их взгляд решения.

Здоровое питание остается недоступным для 30% респондентов с низким доходом. Высокая стоимость фруктов, овощей и белков мешает переходу к сбалансированному рациону. Молодежь (18–24 лет) чаще жертвует готовкой из-за плотного графика. Традиционные привычки в семьях пожилых людей и отсутствие доступа к информации в сельской местности усиливают стереотипы [1, с. 64]. В селах и средних городах недостаток магазинов с качественными продуктами (выбрано 35% респондентов).

В заключение необходимо сказать, что здоровое питание — это не просто выбор, а результат разных условий, в которых находится население. Необходимо снизить экономическую нагрузку, улучшить доступ к информации и разработать региональные программы поддержки. Только так можно сделать здоровое питание доступным для всех слоев населения.

Библиографический список

1. *Мастерова С. Н.* Привычки здорового питания как внутренний фактор выбора рациона питания населением России // Научные записки молодых исследователей. 2023. Т. 11, № 5. С. 63–74.
2. *Перская В. В.* Социальное неравенство — неизбежность преобладающей в мире модели социально-политического устройства // Социально-трудовые исследования. 2020. № 1 (38). С. 8–18.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Направление 5.

Актуальные проблемы экономической теории

Е. Е. Вознюк

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Психология потребителя и ее роль в формировании конкурентных преимуществ

Аннотация. Рассмотрены ключевые аспекты психологии потребителя и способы влияния на поведение потребителя для формирования удачных маркетинговых подходов. Сделан вывод о том, что психологическая подготовленность позволяет создать устойчивые конкурентные преимущества, улучшая взаимодействие с потребителем и повышая доброжелательные намерения.

Ключевые слова: потребитель; психология; фактор; продукт; компания.

Одним из основных принципов психологии потребителя является изучение поведения людей при выборе продуктов и услуг, их мотивации и эмоциональные реакции. Потребители принимают решения, основываясь на множестве факторов, принимая рациональную точку зрения, эмоции, социальное окружение и культурные нормы¹. Из этого складываются ключевые принципы, поясняющие работу психологии потребителя.

Эмоции играют важную роль в процессе выбора товара или услуг. Исследования показывают, что покупатели часто руководствуются восприятием бренда и впечатлениями от взаимодействия с ним. Эмоции создают привязанность к бренду, повышают уровень доверия и формируют долгосрочные отношения с клиентом². Таким образом компания Apple построила свою маркетинговую систему через создание узнаваемого и в то же время не похожей продукции, клуба поклонников марки, развитие и поддержании постоянной коммуникации с клиентами. Благодаря данной стратегии, компания Apple смогла оказать хорошее влияние на психологию пользователей³.

К тому же потребители часто ориентируются на мнение окружающих, особенно когда речь идет о дорогих или сложных продуктах.

¹ Илюхина С. В., Кортенко Л. В., Сазанова Л. А., Илюхин А. А. Проектирование систем управления взаимоотношениями с клиентами. Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. 215 с.

² *Управление эмоциями в маркетинге: секрет успешной коммуникации* // VC.ru. 2024. 18 окт. URL: <https://vc.ru/marketing/1594830-upravlenie-emociyami-v-marketinge-sekret-uspeshnoi-kommunikacii> (дата обращения: 01.04.2025).

³ *Стратегия развития бренда, пример* // Apro Studio 2023. 3 окт. URL: <https://apro-studio.de/strategie-der-markenentwicklung/> (дата обращения: 01.04.2025).

Репутация бренда, отзывы друзей и знакомых, а также мнения лидеров мнений имеют значительное влияние на выбор покупателя. Компании, которые умеют эффективно управлять социальным влиянием, получают дополнительные конкурентные преимущества.

Так, Nike активно сотрудничает с известными спортсменами и знаменитостями как Криштиану Роналду, Лука Модрич, Мауро Икарди и т. д.¹, тем самым создавая ассоциации своей продукции с успехом и высоким статусом. Это помогает компании привлекать новых клиентов и укреплять позиции на рынке спортивной одежды и обуви.

Важнейший фактор, который определяет решение о покупке, — это соотношение цены и ценности. Покупатели оценивают продукт не только по его объективной стоимости, но и по субъективному восприятию пользы, которую он приносит. Если клиент видит высокую ценность в товаре или услуге, даже высокая цена может показаться оправданной.

Пример — автомобили Tesla. Несмотря на относительно высокие цены, клиенты готовы платить больше благодаря инновационным технологиям, экологичности и статусу владельца электромобиля. Компания создает ощущение эксклюзивности и принадлежности к будущему, что повышает воспринимаемую ценность продукта².

Уникальное торговое предложение (Unique Selling Proposition, USP) — это концепция в маркетинге и рекламе, которая описывает уникальные и выдающиеся характеристики продукта, услуги или бренда, которые делают их отличными от конкурентов и привлекают внимание потребителей. УТП выделяет продукт или бренд среди множества аналогичных предложений на рынке и может стать ключевой причиной, по которой потребители выбирают именно этот продукт. Психологическое понимание потребностей и мотиваций целевой аудитории помогает разработать такое предложение, которое будет наиболее привлекательным именно для нее.³

Компания Dollar Shave Club, например, предложила мужчинам простой и удобный способ получать бритвенные станки по подписке. Эта идея была основана на понимании того, что многие мужчины устали

¹ *Каких футболистов спонсирует Nike?* // Sportliga. 2022. 22 февр. URL: <https://sportliga.com/blogs/kakix-futbolistov-sponsiruet-nike-13879> (дата обращения: 02.04.2025).

² *Маркетинговая стратегия Tesla: 12 ключевых уроков* // Squeeze Growth. 2025. 9 марта. URL: <https://squeezegrowth.com/ru/key-lessons-from-tesla-marketing-strategy/> (дата обращения: 02.04.2025).

³ *УТП: что это и чем может помочь при запуске и ведении рекламы* // Яндекс Директ. 2024. 19 авг. URL: <https://direct.yandex.ru/base/articles/utp-v-reklame> (дата обращения: 03.04.2025).

от необходимости регулярно покупать дорогие лезвия в магазинах. Простота и доступность стали ключевым фактором успеха компании¹.

Знание психологии потребителя позволяет создавать продукты и сервисы, которые соответствуют ожиданиям и предпочтениям клиентов. Когда покупатель чувствует, что его потребности учтены, возникает доверие и лояльность к бренду. Лояльность снижает чувствительность к цене и делает клиентов менее восприимчивыми к предложениям конкурентов.

Подводя итоги можно сделать вывод, что психология потребителя играет ключевую роль в формировании конкурентных преимуществ компаний. Понимая мотивы и предпочтения своих клиентов, компании могут создавать уникальные предложения, улучшать качество обслуживания и выстраивать доверительные отношения. Применение знаний о поведении потребителей в маркетинге позволяет не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующих, обеспечивая стабильный рост бизнеса.

Научный руководитель: *А. А. Илюхин*,
кандидат экономических наук, доцент

С. И. Волюницкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Кейнсианская теория и ее актуальность

Аннотация. Исследованы основные постулаты кейнсианской теории, а также рассмотрено решение проблемы. Объясняются механизмы мультипликатора и акселератора. Рассмотрена актуальность кейнсианской теории.

Ключевые слова: макроэкономика; безработица; Великая депрессия; Джон Мейнард Кейнс; кейнсианская теория; совокупный спрос; бюджетная политика; регулирование рынка; мультипликатор; акселератор.

До 1930-х гг. экономика рассматривалась как единое целое. Все изменилось с наступлением Великой депрессии, когда экономика крупных стран рухнула примерно на треть, а безработица достигла 25 %. Тогда и появилось разделение на микроэкономiku и макроэкономiku. Это событие поставило под сомнение все существующие экономические представления. Согласно господствовавшей тогда классической теории, такой масштабный кризис был невозможен. Теория утверждала, что рыночные механизмы автоматически восстанавливают равновесие через

¹ Персонализация контента // vc.ru. 2024. 29 окт. URL: <https://vc.ru/marketing/1620879-personalizaciya-kontenta> (дата обращения: 02.04.2025).

изменение цен. Надо сказать, что при этом безработица должна была исчезнуть сама собой. Классическая теория оказалась неэффективной, и возникла необходимость в новой теории. И она появилась.

Джон Мейнард Кейнс — английский экономист, который оказал значительное влияние на развитие экономической науки в XX веке. Его идеи стали основой кейнсианской теории, которая возникла в ответ Великой депрессии 1930-х гг. Он предложил теорию, которая была основана на двух постулатах: доминирование стороны совокупного спроса в определенном объеме выпуска и отклонения от конкурентного равновесия. Основные отклонения: медленно подстраивающиеся цены и зарплаты, в результате которых корректировка рынка труда может занять очень много времени, и неполнота информации, из-за чего рушится банковская система.

Кейнс предложил решение проблемы: государство должно напрямую заказывать какие-то общественные работы с помощью бюджетной политики, которая повысит общественные расходы, что напрямую связано с механизмом мультипликатора и акселератора.

В современной экономике мультипликатор выступает как своеобразный катализатор роста, работающий по принципу снежного кома. Представим, что государство или крупный бизнес вкладывает деньги в какой-то проект. Следует подчеркнуть, что эти инвестиции запускают цепочку экономических реакций. Таким образом, первоначальные траты формируют новые доходы у разных участников рынка, которые, в свою очередь, тратят полученные средства, создавая дополнительный спрос и стимулируя производство [1].

Акселератор — механизм, превращающий рост спроса в инвестиционную гонку. Когда потребители начинают тратить больше, компании замечают увеличение продаж и понимают, что пора расширяться. Они берут кредиты, закупают оборудование, нанимают новых сотрудников. Благодаря этому экономика получает новый импульс к развитию [2].

Особенно ярко этот союз работает в периоды восстановления после кризисов. Сначала государственные вливания запускают мультипликативный эффект, а затем растущий спрос запускает механизм акселерации, заставляя бизнес увеличивать инвестиции. В связи с этим получается саморегулирующийся цикл: чем больше покупают, тем больше производят, а чем больше производят, тем у людей больше денег для новых покупок. Стоит отметить, что эти механизмы работают не только на стороне роста, но и могут усиливать негативные тенденции. При падении спроса инвестиции сокращаются, что ведет к увольнениям и снижению доходов, а это еще больше угнетает потребление [3]. Таким

образом, задача экономической политики заключается в поддержании баланса между мультипликатором и акселератором, направляя их действие в позитивное русло развития.

В условиях современной экономической нестабильности наследие Джона Мейнарда Кейнса продолжает оказывать существенное влияние на формирование экономической политики государств. Как показывает опыт, разработанная почти век назад теория макроэкономического равновесия сохраняет свою практическую значимость, предлагая действенные механизмы регулирования рыночных процессов [4]. Особенно ярко преимущества кейнсианского подхода проявились в период последних глобальных потрясений. Последствия пандемии COVID-19 продемонстрировали эффективность государственного вмешательства в экономику. Правительства активно применяли инструменты фискальной политики: от прямых денежных выплат населению до масштабных программ поддержки бизнеса, что позволило смягчить негативный экономический эффект.

В заключение следует отметить, что кейнсианская теория, сохраняя фундаментальные принципы, успешно адаптируется к современным экономическим реалиям. Она предоставляет действенный инструментарий для достижения макроэкономической стабильности и обеспечения устойчивого роста в условиях глобальной нестабильности.

Библиографический список

1. *Илюхин А.А., Пономарева С.И., Илюхина С.В.* Экономический рост и финансовое развитие: макроэкономический аспект // *Journal of New Economy*. 2021. Т. 22, № 1. С. 53–70.
2. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999. 352 с.
3. *Рязанов В. Т.* Кейнсианская экономическая теория и политика: ограничения на современном этапе // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. 2006. № 2. С. 3–26.
4. *Найденова Е. М.* Рузвельт, Кейнс и Великая депрессия // *Terra Economicus*. 2013. Т. 11, № 4. С. 36–43.

Научный руководитель: *С. В. Илюхина*,
кандидат экономических наук, доцент

Анализ безработицы в России: современные тенденции и факторы влияния

Аннотация. Анализируется динамика безработицы в России, выявляются ключевые факторы ее изменения, а также воздействие на нее технологий. Акцент сделан на региональных и демографических изменениях.

Ключевые слова: безработица; рынок труда; цифровизация; занятость; автоматизация.

Безработица — один из ключевых показателей экономического и социального развития страны. Она отражает не только текущее состояние экономики, но и перспективы роста, инвестиционной активности и уровня жизни населения.

По данным Росстата в октябре 2024 г. уровень безработицы в России достиг исторического минимума — 2,3 %, что соответствует 1,8 млн человек. Для сравнения, в октябре 2023 г. этот показатель составлял 2,9 % или 2,2 млн чел. Данные иллюстрирует таблица.

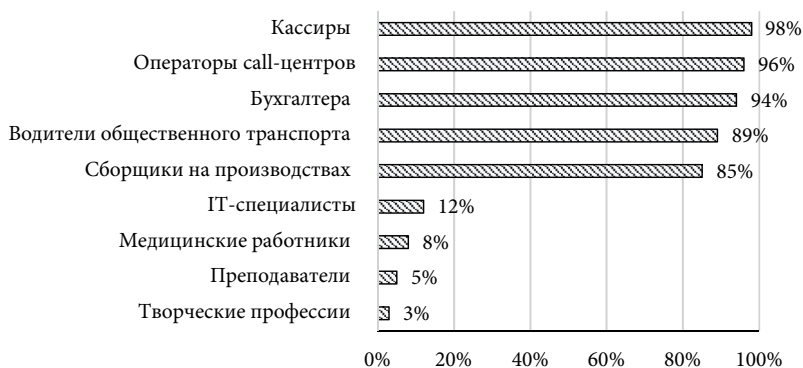
Динамика уровня безработицы в России (2023–2024 гг.)¹

Период	Уровень безработицы, %	Численность безработных, млн чел.
Октябрь 2023 г.	2,9	2,2
Май 2024 г.	2,6	2,0
Июль 2024 г.	2,4	1,9
Октябрь 2024 г.	2,3	1,8

Несмотря на общее снижение уровня безработицы, ее распределение по различным группам населения остается неравномерным. Анализируя официальные источники, можно заметить, что наибольший уровень безработицы наблюдается среди молодежи до 25 лет (7,2) из-за нехватки опыта и высокой конкуренции. Среди лиц старше 50 лет этот показатель ниже (2,8 %), так как большинство людей данного возраста уже имеют стабильное место работы. Также заметна разница между городами и селами: в городах уровень безработицы составляет 1,9 %, тогда как в сельской местности — 4,1 %. Это связано с ограниченным числом рабочих мест в сельской местности и миграцией трудоспособного населения в крупные города.

¹ *Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). 2024: стат. сб. / Росстат. М., 2024. 152 с. .*

Цифровизация и автоматизация трансформируют рынок труда, заменяя одни профессии и создавая спрос на новые. Согласно прогнозам Всемирного экономического форума, до 50 % рабочих мест в ближайшие десятилетия могут исчезнуть или значительно измениться под влиянием технологического прогресса.



Вероятность автоматизации профессий¹

По данным рисунка, в наибольшей зоне риска находятся профессии, связанные с выполнением рутинных обязательств, например, такие профессии как: кассиры, бухгалтера, операторы call-центров. Это может привести к росту временной безработицы среди работников, и повысить спрос на программы профессиональной переподготовки в новые отрасли экономики. Но при этом, развитие технологий не снижает, а наоборот, увеличивает спрос на специалистов с высокими аналитическими, творческими и специфическими навыками. Становятся более востребованными на рынке труда IT-специалисты, дизайнеры, врачи, преподаватели².

Таким образом, автоматизация создает не только вызовы, но и возможности, для работников осваивающих новые технологии.

Получается, несмотря на снижение уровня безработицы, сохраняются возрастные и региональные различия в занятости. Цифровизация ускоряет автоматизацию рутинных профессий, создавая риски для низ-

¹ Составлено по: Трудовые ресурсы, занятость и безработица // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 28.02.2025).

² Безработица в России упала до рекордно низкого уровня в 2,3 % // РБК Инвестиции. 2024. 27 нояб. URL: <https://www.rbc.ru/economics/27/11/2024/674739bb9a7947147790460c> (дата обращения: 28.02.2025).

коквалифицированных работников, но одновременно увеличивает спрос на специалистов с аналитическими и техническими навыками.

Научный руководитель: *А. А. Баженов*,
кандидат экономических наук, доцент

С. А. Капустина

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Инвестиционный спрос как основа экономического роста Российской Федерации в современных условиях

Аннотация. Инвестиционный спрос является ключевым элементом в экономическом развитии России. Рассмотрены основные проблемы стимулирования инвестиционной активности, исследован экономический рост и связь доли прироста инвестиций в ВВП с ним.

Ключевые слова: экономический рост; инвестиции; ВВП; инвестиционная политика; государство.

Стимулирование инвестиционного спроса является одной из важнейших задач государственной политики. Спрос в инвестициях, в первую очередь, обеспечивает экономический рост страны, так он позволяет накопить общественный капитал путем создания или приобретения новых производственных мощностей, оборудования, что в свою очередь дает возможность увеличению выпуска товаров и услуг страны. Данный процесс на итоге положительно сказывается на внутреннем валовом продукте, прибавка которого и означает экономический рост.

Важность инвестиций в экономике можно подтвердить или опровергнуть, проведя небольшое исследование и установив связь доли прироста инвестиций в ВВП и экономического роста, то есть прироста реального ВВП по сравнению с предыдущим годом. Для этого возьмем несколько последних лет (2020–2024 гг.) и осуществим соответствующие расчеты, представленные в таблице.

С помощью математических расчетов (формулы дефлятора и других) и данных Росстата была создана сводная таблица данных. Данные таблицы показывают, что доля прироста инвестиций в ВВП с 2020–2022 гг. либо уменьшалась, либо не превышала 1,6%. Экономический рост не превышал 10,28%. Резкое увеличение прироста доли инвестиций в ВВП (на 4%) в 2023 г. также резко увеличило и экономический рост (на 12%). Можно сделать вывод, что имеется связь между долей прироста инвестиций в ВВП и экономическим ростом.

Связь доли прироста инвестиций в ВВП и экономического роста

Год	Реальный ВВП, млрд р.	% в ВВП	Экономический рост (ВВП тек. / ВВП пред.), %
2024	192 160,903	25,01	115,788
2023	165 958,514	24,2	125,245
2022	132 507,087	20,2	113,10
2021	117 158,097	19,9	110,50
2020	106 003,469	21,5	100,22

Составлено по: Бюллетень Счетной палаты РФ. Инвестиции. 2024. № 7.
URL: <https://www.sptulobl.ru/law/Bul-7-2024.pdf> (дата обращения: 10.04.2025).

Далее важно разобраться в том, что именно мешает стимулирующей инвестиционной политике, а что не влияет на нее:

1) инфляция. Уменьшение ценности капиталовложений путем уменьшения доходности инвестиций делает отрасль или нишу совершенно непригодной для дальнейшего вкладывания средств. По данным Росстата, среднегодовая инфляция в 2024 г. в Российской Федерации составила 9,52%, а в 2023 г. — 5,87%. Это говорит о том, что темп роста инфляции не является даже низким или умеренным, а значит в России на данный момент нет препятствия для стимулирования инвестиционного спроса в виде инфляции;

2) санкции. Серьезные санкции давно влияют на российскую экономику. Из-за санкционных запретов снижается баланс спроса и предложения на рынке определенного товара или услуги, так как происходят потери рынков сбыта;

3) административные (функциональные) барьеры. В России не существует всероссийского реестра мер, которые стимулируют инвестиции, и систематизированного цифрового ресурса с их перечнем. Это говорит о том, что все еще не до конца проработана единая организационная политика стимулирования спроса в инвестициях¹;

4) Высокая ключевая ставка. Повышение ключевой ставки Банком России уменьшает привлекательность инвестирования. В октябре 2024 года ключевая ставка была поднята до 21 % годовых, что является исторически самой большой величиной. Большое количество компания вследствие ожидания снижения ключевой ставки процента откладывают инвестиционные проекты.

Кроме того, можно отметить положительную тенденцию в мерах стимулирования: около половины, то есть 59% регионов, которые при-

¹ Бюллетень Счетной палаты РФ. Инвестиции. 2024. № 7. С. 8.

меняю стимулирование инвестиций показывают положительную динамику вложения средств в основной капитал¹.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Важно отметить, что была усвоена связь между долей прироста инвестиций в ВВП и экономическим ростом. Также было выявлено, что негативно действующими на инвестиции являются такие тенденции, как санкции, высокая ключевая ставка и некоторые административные барьеры.

Научный руководитель: *П. С. Кулинова*,
кандидат экономических наук

К. В. Косолапов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние искусственного интеллекта на экономику

Аннотация. Статья посвящена изучению восприятия студентами бакалавриата Уральского государственного экономического университета (УрГЭУ) влияния искусственного интеллекта (ИИ) на экономические процессы. Актуальность исследования обусловлена стремительным внедрением ИИ в экономические процессы и необходимостью понимания готовности будущих специалистов к цифровой трансформации. Данная работа посвящена изучению восприятия студентами УрГЭУ влияния искусственного интеллекта на экономику.

Ключевые слова: искусственный интеллект; экономика; автоматизация; социологическое исследование; студенты; риски ИИ.

Искусственный интеллект (ИИ) становится ключевым драйвером трансформации цифровой экономики, затрагивая рынок труда, производственные процессы и этические нормы [3, с. 72]. В настоящее время происходит рост компаний, использующих ИИ [1, с. 108].

В феврале-апреле 2025 г. нами было проведено социологическое пилотажное исследование, посвященное оценке мнений студентов о влиянии ИИ на экономические процессы. Объектом исследования выступили 100 студентов направления «Экономика» бакалавриата очной формы обучения Уральского государственного экономического университета (УрГЭУ), отобранных методом квотной выборки с учетом курса (первый курс — 63 %, второй — 11 %, третий — 15 %, четвертый —

¹ Бойко А. Институт ВЭБа оценил влияние ставки на экономический рост // Ведомости. 2024. 7 нояб. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2024/11/07/1073636-institut-veba-otsenil-vliyanie> (дата обращения: 12.04.2025).

11%). Сбор данных осуществлялся через онлайн-опрос с использованием Google-форм.

Большинство студентов (57%) применяют нейросети ежедневно, что свидетельствует о глубокой интеграции технологий в учебный процесс.

Наиболее популярными инструментами стали ChatGPT (64%) и DeepSeekChat (61%), ориентированные на обработку текстов и решение задач. Узкоспециализированные платформы, такие как Midjourney (33%) и Grok (26%), используются реже, что объясняется их ориентацией на нишевые задачи (генерация изображений, профессиональные сферы).

58% респондентов считают, что ИИ частично заменит специалистов их профиля, взяв на себя рутинные функции (анализ данных, шаблонные расчеты), но сохранит роль человека в креативных и управленческих задачах.

При этом 56% опрошенных прогнозируют спрос на производство, сочетающее человеческий и машинный труд. Только 17% поддерживают полную автоматизацию, что отражает скепсис в отношении ее социальных последствий.

Студенты выделяют краткосрочные риски, такие как кибератаки с использованием ИИ (51%) и зависимость от иностранных технологий (46%). В долгосрочной перспективе наиболее значимыми угрозами названы усиление экономического неравенства (64%) и массовая безработица (60%).

Этические вопросы также вызывают дискуссии: 54% респондентов считают, что компании должны раскрывать использование ИИ только в критически важных сферах (медицина, финансы), что подчеркивает баланс между прозрачностью и конфиденциальностью.

Исследование показало, что студенты УрГЭУ воспринимают ИИ как ключевой элемент экономики, подчеркивая необходимость баланса между его возможностями и рисками. Большинство (57%) активно используют нейросети в учебной деятельности, предпочитая универсальные инструменты (ChatGPT — 64%, DeepSeekChat — 61%), а узкоспециализированные платформы (Midjourney, Grok) применяют реже. В контексте труда 58% ожидают частичной замены специалистов ИИ при сохранении человеческой роли в креативе и управлении, поддерживая гибридные модели (56%) и скепсис к полной автоматизации (17%). Среди рисков выделены кибератаки (51%) и технологическая зависимость (46%) в краткосрочной перспективе, а также усиление неравенства (64%) и безработица (60%) — в долгосрочной. Этически

54 % выступают за раскрытие использования ИИ в критических сферах, а 39 % — за постепенное внедрение, что отражает запрос на адаптацию общества.

Исследование демонстрирует, что студенты УрГЭУ воспринимают ИИ как инструмент оптимизации экономики, а не как угрозу полной замены человеческого труда. Ключевыми условиями успешной интеграции технологий они видят регулирование рисков, развитие гибридных моделей труда и этическую ответственность бизнеса [2, с. 117]. Результаты указывают на необходимость адаптации образовательных программ для развития навыков работы с ИИ, а также разработки государственных стратегий, минимизирующих социально-экономические риски автоматизации.

Библиографический список

1. *Кириякова Н. И., Федоткина Е. В.* Роль искусственного интеллекта и IT-технологий в развитии российской экономики // Проблемы управления, экономики и права в общегосударственном и региональном масштабах: сб. ст. X Всероссий. науч.-практ. конф. (Пенза, 13–14 сентября 2023 г.). Пенза: Пензенский ГАУ, 2023. С. 106–109.

2. *Куклинова П. С., Дворякина Е. Б.* Оценка влияния цифровизации на региональное развитие // Трансформация информационно-коммуникативной среды общества в условиях вызовов современности: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых (Комсомольск-на-Амуре, 30 ноября — 1 декабря 2023 г.). Комсомольск-на-Амуре: КраГУ, 2023. С. 116–118.

3. *Смирнова О. П., Чеснюкова Л. К.* Технологическая трансформация промышленности как фактор экономического роста: статистический анализ за период 2010–2022 гг. // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2024. Т. 17, № 1 (367). С. 56–73.

Научный руководитель: *М. В. Клейменов*,
кандидат социологических наук

Проблемы развития малого бизнеса в ХМАО — Югре

Аннотация. Рассматриваются основные проблемы и перспективы развития малого бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре. Анализируются ключевые барьеры, с которыми сталкиваются предприниматели, а также меры государственной поддержки, направленные на стимулирование малого предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес; ХМАО — Югра; предпринимательство; государственная поддержка.

Развитие малого бизнеса (МСП) играет ключевую роль в социально-экономическом развитии регионов, в том числе в ХМАО — Югре. Однако в условиях доминирования крупных корпораций, ограниченного доступа к финансированию и высоких административных барьеров предприниматели сталкиваются с серьезными трудностями.

Экономика ХМАО — Югры традиционно ориентирована на добычу нефти и газа, что приводит к высокому уровню монополизации рынка. Крупные корпорации занимают ключевые позиции в экономике, вытесняя малый бизнес и ограничивая его доступ к рынкам сбыта. По данным на 2025 г. в регионе зарегистрировано 64 730 субъекта МСП, что на 3 400 больше по сравнению с 2023 г.¹ Значительная часть субъектов МСП функционирует в качестве подрядчиков для нефтегазовых корпораций, что делает их зависимыми от корпоративных заказов и снижает уровень самостоятельного развития.

Анализ показал, что на региональном уровне сложилась система поддержки МСП. Так, в 2023 г. на поддержку малого и среднего бизнеса в регионе было выделено более 7 млрд р. В рамках финансовой поддержки работает Югорская региональная микрокредитная компания (ЮРМК) и Югорская региональная гарантийная организация (ЮРГО). В 2024 г. фонд ЮРМК был докапитализирован до 1,716 млрд р., что позволило увеличить объемы кредитования для МСП², а также действует Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства («Программа 6,5»)³.

¹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // ФНС России. URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения: 20.03.2025).

² Власти ХМАО помогают бизнесу в получении доступных кредитов // ИА Ura.ru. 2025. 13 февр. URL: <https://ura.news/news/1052888389> (дата обращения: 20.03.2025).

³ Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства («Программа 6,5») // Инвестиционный портал ХМАО — Югры. URL: <https://investura.ru/support/activity-support/public-support/4443/> (дата обращения 19.04.2025).

Имущественная поддержка МСП реализуется на основе субсидирования покупки оборудования, компенсации части затрат на уплату процентов по кредитам и арендной платы и грантовой поддержки развития бизнеса и его новых направлений: в 2023 г. объем грантовой поддержки социального предпринимательства в Югре за счет средств федерального и регионального бюджетов составил 37,1 млн р.¹.

Инфраструктурная и консалтинговая поддержка направлена на развитие образовательных программ и бизнес-инкубаторов. На территории региона действует 8 бизнес-инкубаторов и технопарков, однако их число и качество услуг ограничены, что снижает их доступность для предпринимателей, а образовательные программы для предпринимателей, реализуемые региональным фондом поддержки МСП, охватывают менее 30 % предпринимателей, что говорит о необходимости их расширения. Так, на начало 2023 г. только 12 % субъектов МСП смогли воспользоваться инфраструктурными объектами поддержки, что говорит о недостаточной развитости сети бизнес-центров и промышленных площадок², что демотивирует инновационную активность малого бизнеса региона.

Несмотря на существование программ льготного кредитования, таких как поддержка через Фонд содействия инновациям и региональные гарантийные фонды, предприниматели сталкиваются с высокими процентными ставками и строгими требованиями к залоговому обеспечению: средневзвешенная ставка по кредитам для малого бизнеса в УФО в декабре 2024 г. составила 24,1 %, а в декабре 2022 г. составляла 9,91 %³. В 2024 г. снизилась общая сумма предоставляемых кредитов МСП, при том, что в ХМАО в 2022 г. было одобрено лишь 58 % заявок на кредитование МСП, что на 10 % ниже среднего показателя по России⁴. В результате предприниматели вынуждены либо привлекать частные инвестиции, либо ограничивать масштабы своего бизнеса из-за недостатка финансовых ресурсов.

Таким образом, малый бизнес в ХМАО — Югре сталкивается с рядом проблем, таких как доминирование крупных корпораций, ограниченный доступ к финансированию и недостаточная инфраструктура,

¹ Гранты для малого бизнеса в 2024 г. // РИА Новости. 2024. 31 янв. URL: <https://ria.ru/20240131/granty-1924506065.html> (дата обращения: 20.03.2025).

² Сведения об инвестиционной инфраструктуре // Инвестиционный портал Югры. URL: <https://investugra.ru/investment-potential/about-invest/> (дата обращения: 20.03.2025).

³ Данные о ставках кредитования малого бизнеса // Банк России. URL: <https://cbr.ru/develop/msp/> (дата обращения: 03.03.2025).

⁴ Глава Сургута Андрей Филатов представил отчет о результатах работы за 2023 г. // Администрация города Сургута. URL: <https://admsurgut.ru/article/78/182006/Glava-Surguta-Andrey-Filatov-predstavil-otchet-o-rezultatah-raboty-za-2023-god?stayHere=1> (дата обращения: 03.03.2025).

а возможности системы государственной поддержки на региональном уровне являются недостаточными, что определяет необходимость мониторинга актуальности мер поддержки и регуляторных мер в отношении МСП на уровне региона и формирование новых механизмов государственной поддержки МСП, ориентированных на технологическую независимость страны и развитие Индустрии 4.0.

Научный руководитель: *О. В. Комарова*,
кандидат экономических наук, доцент

В. С. Малеева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Информационная безопасность в малом бизнесе: доступные решения для защиты данных

Аннотация. Рассмотрены доступные решения для защиты данных в малом бизнесе. Представленный перечень мер позволяет построить эффективную систему защиты информации в организации с малым капиталом.

Ключевые слова: информационная безопасность; информационная безопасность в бизнесе; защита информации в малом бизнесе; защита данных; защита данных бизнеса.

Информационные технологии проникли во все сферы деятельности людей. Сейчас невозможно представить работу современной организации без использования информационных программ. Но, одновременно, возникли серьезные трудности использования и обслуживания современной технологичной компьютерной техники и программного обеспечения.

В современном мире информационная безопасность становится ключевым фактором успеха бизнеса и даже государства, важнейшей составляющей экономической безопасности государства [1]. Малый бизнес часто оказывается уязвимым из-за ограниченных ресурсов и недостатка знаний в области безопасности. Утечка данных может привести к серьезным финансовым потерям. Целью данного исследования является определение доступных решений для защиты данных в малом бизнесе.

Несанкционированное вмешательство в работу организаций приводит к ущербу, убыток от которого может быть колоссальным. Так, Е. Е. Попова и В. А. Пестрякова рассматривают различные факторы, которые приводят к несанкционированному разглашению информации (вредоносные ПО, использование пиратского ПО, некомпетентность работников и т.д.) [2].

Автор согласен с исследованиями И. А. Жулеги, М. А. Рудакова, рассматривающих множество методов обеспечения информационной

безопасности, таких, как: интегрирование технологий искусственного интеллекта в систему управления, использование идентификации и аутентификации для системы управления и подчеркивающих, что наличие полного спектра данных методов обеспечивает предпринимателю уверенность в защите его бизнес-проекта [3].

Малый бизнес часто становится мишенью для киберпреступников из-за недостатка ресурсов и знаний в области информационной безопасности. Внедрение доступных решений для защиты информации, таких как антивирусные программы, искусственный интеллект и шифрование данных, может значительно снизить риски кибератак для малого бизнеса.

Однако, несмотря на многочисленные меры по защите данных, ежемесячно десятки компаний и миллионы людей сталкиваются с утечкой конфиденциальной информации. В таком случае, для полной защиты данных следует правильно подобрать решение. В таблице представлены критерии и наиболее эффективные, по мнению автора, методы защиты информации

Сравнение методов защиты данных

Критерий сравнения	Антивирусные программы	Искусственный интеллект	Шифрование данных
Стоимость внедрения	300–1000 р. за лицензия на год	От нескольких тысяч до десятков тысяч рублей	500–5000 р. за лицензию
Уровень защиты	Базовый уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Простота использования	Прост в установке и использовании	Может потребоваться обучение персонала	Может быть сложным для некоторых пользователей
Скорость внедрения	Быстро устанавливается	От нескольких недель до нескольких месяцев	Из-за необходимости обучения может быть дольше
Соответствие нормативным требованиям	Могут не обеспечивать полное соответствие требованиям	Может помочь в соблюдении требований	Необходимо для соблюдения многих требований

Составлено по: [1; 2].

По итогам сравнительного анализа можно сделать следующий вывод: каждое из решений имеет свои сильные и слабые стороны. Например, антивирусные программы просты в использовании и подходят для базовой защиты, но могут обеспечивать недостаточный уровень безопасности от сложных угроз. Искусственный интеллект предлагает продвинутые возможности анализа и предсказания угроз, но требует больших инвестиций и времени на внедрение. Шифрование данных обеспечивает высокий уровень защиты конфиденциальной информации

и соответствует многим нормативным требованиям, но может быть сложным в использовании.

Выбор между этими решениями должен основываться на конкретных потребностях организации, уровне угроз, готовности инвестировать в технологии и наличии технических ресурсов. Наличие полной совокупности таких методов дает предпринимателю гарантию защищенности его бизнес-проекта.

Библиографический список

1. Кириякова Н.И., Никифоров А.А. Экономическая безопасность Российской Федерации: проблемы и перспективы // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 7 (113). С. 121–125.

2. Попова Е.Е., Пестрякова В.А. К вопросу об обеспечении информационной безопасности бизнеса // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2024. № 1–2. С. 133–137.

3. Жулега И.А., Рудаков М.А. Методы обеспечения информационной безопасности систем управления малого и среднего предпринимательства // Вестник академии. 2024. № 1. С. 13–20.

Научный руководитель: *Н.И. Кириякова*,
кандидат экономических наук, доцент

О.Б. Мусаев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ динамики уровней инновационной активности в регионах Российской Федерации

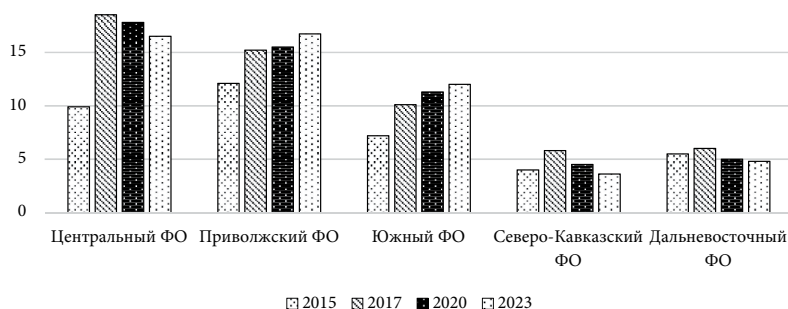
Аннотация. Представлен сравнительный анализ уровня инновационной активности организаций в федеральных округах Российской Федерации за период 2015–2023 гг. На основе официальной статистики исследуются динамика и территориальные различия в реализации технологических, процессных и организационных инноваций. Особое внимание уделяется ключевым факторам, влияющим на инновационную активность в различных регионах страны. Полученные результаты позволяют выявить устойчивые тенденции и перспективные направления развития инновационной деятельности, что может быть использовано для совершенствования региональной научно-технической политики.

Ключевые слова: инновационная активность; технологические инновации; региональные различия; инновационное развитие.

В рамках настоящего исследования сравнивается уровень инновационной активности организаций в федеральных округах России за 2015–2023 гг. Актуальность поставленной задачи обусловлена тем,

что в современных условиях инновационное развитие регионов РФ — ключевой фактор экономической устойчивости и технологического суверенитета [1]. Анализ динамики инновационной активности позволяет оценить результативность господдержки, выявить регионы-лидеры и проблемные зоны, а также определить барьеры технологического роста [2].

Исследование особенно важно на фоне усиления санкционного давления и необходимости импортозамещения. Понимание региональных различий поможет скорректировать стратегии развития и повысить конкурентоспособность экономики. Сопоставление динамики уровней инновационной активности в регионах страны представлено на рисунке.



Сравнение уровня инновационной активности организаций по федеральным округам за 2015–2023 гг., % [3]

Проведенный анализ позволил сделать следующие ключевые наблюдения: лидерами в инновационном развитии стали ряд регионов. Прежде всего стоит отметить, что Приволжский федеральный округ демонстрирует стабильно высокие показатели, особенно с 2020 г. (15.50% в 2020 г., 16.74% в 2021 г.). Также Центральный федеральный округ выделяется, особенно после перехода на новую методологию в 2017 г. (18.53%). Аутсайдерами можно выделить такие регионы, как Северо-Кавказский федеральный округ, имеющий самые низкие показатели (3.62% в 2023 г.), и Дальневосточный федеральный округ, показывающий слабую динамику, особенно после 2017 г. Аутсайдеры — не «плохие» регионы, а те, где инновации пока не стали драйвером экономики. Их отставание может быть связано с объективными факторами (география, структура экономики).

В 2017 г. введение новой методологии (Руководство Осло) привело к резкому росту показателей инновационной активности — напри-

мер, в Центральном федеральном округе уровень увеличился с 9,9% до 18,53%. Однако в последующие годы наблюдается снижение значений, что может быть связано с адаптацией регионов к обновленным критериям оценки.

В заключении отметим следующие ключевые тренды: Приволжский федеральный округ и Центральный федеральный округ сохраняют лидерство, а Южный федеральный округ показывает рост после 2020 г., возможно, из-за включения новых регионов или изменений в экономической политике. Результаты анализа ключевых показателей, региональных различий и факторов, влияющих на инновационное развитие, могут быть использованы для корректировки региональной инновационной политики.

Библиографический список

1. *Большакова Ю. А., Виленская А. Е., Куклинова П. С.* Влияние и роль инноваций на экономику и финансы в современном мире // *Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. тр. Всерос. науч.-практ. и учеб.-метод. конф.: в 8 ч. (Санкт-Петербург, 15–18 мая 2024 г.)*. СПб.: Политех-Пресс, 2024. С. 18–24.

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.

3. *Чеснюкова Л. К.* Оценка промышленного комплекса России в условиях цифровой трансформации: структурные изменения // *Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления*. 2021. № 4(34). С. 64–70.

Научный руководитель: *П. С. Куклинова*,
кандидат экономических наук

Подходы к определению понятия инфляционного налога

Аннотация. Сегодня многие страны сталкиваются с ростом инфляции, что обуславливает интерес к связанным с ростом цен макроэкономическим эффектам, одним из которых является инфляционный налог. В статье рассматриваются понятие «инфляционный налог», а также неоднозначность трактовки российскими и зарубежными экономистами его сущности и роли в экономике.

Ключевые слова: инфляция; инфляционный налог-общее определение; инфляционный налог как экономический ущерб для отдельных субъектов экономики; инфляционный налог как инструмент макроэкономической политики системного перераспределения ресурсов.

В условиях постпандемического восстановления, энергетических кризисов и геополитической нестабильности многие страны столкнулись с ростом инфляции¹. Один из известных макроэкономических эффектов, связанных с ростом инфляции — инфляционный налог.

Начнем с анализа определений инфляционного налога, используемых российскими учеными-экономистами. Б. П. Плышевский рассматривает инфляционный налог как следствие инфляции, которое уплачивается конечными потребителями товаров и услуг их производителям — корпорациям, предприятиям и организациям. Согласно его позиции, этот механизм проявляется через следующие факторы — повышение цен, перераспределение доходов [1]. В отличие от этого, Л. Г. Кусгашева и Ю. С. Якунина смещают фокус на микроэкономические последствия. Они определяют инфляционный налог как убытки (ущерб) экономических субъектов, возникающие из-за снижения покупательной способности денег [2].

Если обращаться к иностранным источникам, то зарубежные авторы, соглашаясь с идеей потерь, в определении понятия «инфляционный налог» делают акцент на структурных последствиях. Инфляционный налог определяется как снижение покупательной способности из-за преобладающей инфляции, что отражает долгосрочное сокращение благосостояния потребителей, вызванное системным ростом цен [3].

В некоторых источниках под инфляционным налогом понимаются именно те последствия высокой инфляции, которые связаны с проведением государством конкретного типа экономической политики. Так,

¹ World Bank. 2025. Global Economic Prospects, January 2025. Washington, DC: World Bank.

в работе Ситы Натарадж Славов из университета Дж. Мейсона, подчеркивается, что инфляционный налог — это скрытый механизм перераспределения ресурсов от частного сектора к федеральному правительству через ослабление покупательной способности денег¹. Проявляется данный механизм согласно С.Н. Славов в двух ключевых формах:

- через «неожиданную» инфляцию, которая снижает реальную стоимость номинальных обязательств, позволяя заемщикам (включая государство) возвращать долги обесценившимися деньгами;
- через обесценивание активов и доходов, не защищенных от инфляции, например, не индексируемых наличных средств или доходов.

Обобщая представленные подходы, инфляционный налог можно рассматривать в двух плоскостях: как экономический ущерб для отдельных субъектов и как инструмент макроэкономической политики системного перераспределения ресурсов. С одной стороны, российские источники акцентируют внимание на потерях конечных потребителей и экономических субъектов, вызванных снижением покупательной способности денег и перераспределением доходов в пользу производителей. С другой — некоторые зарубежные исследователи расширяют анализ, подчеркивая роль инфляционного налога как скрытого механизма перераспределения ресурсов от частного сектора к государству через обесценивание долгов и номинальных активов.

Таким образом, инфляционный налог выступает не только индивидуальным бременем, но и системным рычагом, который, с одной стороны, подрывает благосостояние домохозяйств и предприятий, а с другой — позволяет государству сокращать реальную стоимость обязательств и косвенно финансировать свои нужды.

Библиографический список

1. *Плышевский Б. П.* Показатели инфляции и оценка их влияния на экономику // Вопросы статистики. 2015. № 1. С. 46–53.
2. *Кусургашева Л. В., Якунина Ю. С.* Российская экономика: учебное пособие. Кемерово: КузГТУ им. Т. Ф. Горбачева, 2023. 265 с.
3. *Constant Y.* Trade Policy Uncertainty and Inflation Tax Dynamics: Is the ‘Most Beautiful Word’ a Tax in Disguise? (January 22, 2025). URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5117127 (дата обращения: 02.04.2025).

Научный руководитель: *Д. В. Филатов*

¹ *Slavov S. N.* Mad Money: How to Fight the Inflation Tax // The Peter G. Peterson Foundation. URL: <https://www.pgpf.org/programs-and-projects/convening-experts/expert-views/inflation-interest-and-the-national-debt/mad-money-how-to-fight-the-inflation-tax/> (дата обращения: 02.04.2025).

Проблематика экономического неравенства в работах лауреатов Нобелевской премии по экономике 2024 г.

Аннотация. Изучение экономического неравенства помогает понять его причины и последствия, что необходимо для разработки политики, способствующей социальной справедливости и экономическому росту. Дарон Аджемоглу, Джеймс Робинсон и Саймон Джонсон — экономисты, удостоенные премии памяти Нобеля по экономике 2024 г. за исследование влияния институтов на экономическое развитие, показали, что инклюзивные институты способствуют процветанию, а экстрактивные — ведут к стагнации и неравенству. Работа посвящена анализу аспектов социально-экономического неравенства, которые затрагиваются в работах Аджемоглу, Робинсона и Джонсона.

Ключевые слова: экономическое неравенство; институционализм; благосостояние.

В 2024 г. Нобелевскую премию по экономике получили Дарон Аджемоглу, Саймон Джонсон и Джеймс Робинсон за их вклад в изучение экономических институтов и их влияние на долгосрочное развитие стран.

Исследования нобелевских лауреатов сосредоточены на том, как институциональные структуры, такие как права собственности, политические системы и уровень коррупции, определяют экономическое процветание [5].

Данный подход в некоторых аспектах подвергся критике, в первую очередь, из-за недостаточной практической применимости и ограниченности выборки данных. Например, Капелюшников в своей работе «Contra панинституционализм» пишет, что подходы этих авторов слишком упрощают сложные процессы, связывая экономическое развитие исключительно с качеством институтов [2]. Он подчеркивает, что экономические результаты могут зависеть от множества факторов, включая культурные, исторические и социальные аспекты. Р.И. Капелюшников указывает на то, что модели Аджемоглу и его коллег не всегда учитывают динамику изменений в институтах и их взаимодействие с экономикой. Он считает, что институты могут меняться под влиянием экономических факторов. Также Р.И. Капелюшников критикует недостаток убедительных эмпирических данных и говорит, что успех экономики не всегда связан с качеством институтов.

Аджемоглу, Джонсон и Робинсон делят институты на инклюзивные и экстрактивные. Инклюзивные институты дают людям равные возможности для развития и самосовершенствования, равные возможности участия граждан в экономической и политической жизни государства, защиту частной собственности, доступ к экономическим благам и справедливую систему правосудия. Инклюзивные институты способствуют развитию новых технологий и инноваций, делают акцент на качественном образовании населения, обеспечивают свободный выход на рынок для нового бизнеса [1].

Экстрактивные институты отличаются тем, что не предоставляют экономического равенства гражданам. Такие институты характеризуются перераспределением благ и ресурсов в пользу элиты. В государствах с экстрактивными институтами почти невозможен выход новых компаний на рынок. Экономический рост, в такого типа институтах, возможен только через инвестирование элитой в высокодоходные и успешные отрасли [1].

Проблематика экономического неравенства также затрагивается авторами в серии работ. Аджемоглу, Джонсон и Робинсон пишут, что различия в институтах являются ключевым элементом, влияющим на неравенство [3].

В работе «Почему одни страны богатые, а другие бедные?» [4] ученые подчеркивают, что неравенство не является лишь результатом рыночных сил, а определяется историческими факторами и политической властью. В своих исследованиях [3; 4] авторы показывают, что инклюзивные институты способствуют более равному распределению ресурсов, в то время как экстрактивные институты, возникающие из концентрации политической власти, углубляют неравенство.

Таким образом, в данной работе рассмотрен подход к изучению экономического неравенства лауреатов Нобелевской премии 2024 г. по экономике. Проведен анализ статей по институциональной экономике, касающихся работ Аджемоглу, Джонсона и Робинсона.

Таким образом, если обобщить рассмотренные точки зрения: институциональные структуры влияют на распределение ресурсов, обеспечивая защиту прав собственности, доступ к рынкам, политическое участие и определяя социальную и экономическую политику, что, в свою очередь, может углублять или уменьшать экономическое неравенство. Полученный результат может быть использован для дальнейшей систематизации и анализа институционального взгляда на экономическое неравенство.

Библиографический список

1. Андрианова Д.Д. Инклюзивные и экстрактивные институты // Вестник Белого генерала. 2021. №6. С. 4–10.
2. Капелюшников Р.И. Contra панинституционализм. Часть I // Вопросы экономики. 2019. №7. С. 119–146.
3. Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. Session 1A:Racial inequality and economic progress. The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation // The Journal of Economic History. 2001. Vol. 61, Issue 2. P. 517.
4. Acemoglu D., Robinson J.A. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Crown, 2012. 544 p.
5. Khachatryan A. Why were Daron Acemoglu, Simon Johnson, and James Robinson jointly awarded the 2024 Nobel Prize? // Amherd Bulletin. 2024. no. 6 (31). P. 110–116.

С. В. Попкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ социально-экономических проблем общества

Аннотация. Рассмотрены наиболее значимые социально-экономические проблемы российского общества. В ходе исследования проведен анализ по социально-экономическим показателям. Проанализированы наиболее актуальные проблемы, такие как: демографический кризис, кадровый голод, социальное неравенство.

Ключевые слова: социально-экономические проблемы; демография; кадровый голод; социальное неравенство.

Социально-экономические проблемы общества играют ключевую роль в повседневной жизни. Текущее исследование особо актуально в современном мире, так как существует огромное количество различных социально-экономических проблем, требующих непосредственного решения и обсуждения. Особую важность в российской экономике приобрели такие проблемы, как демографический кризис, кадровый голод, социальное неравенство. Социально-экономические проблемы обсуждаются многими авторами: Д.Ю. Ивановской, Д.О. Тураевой, Л.К. Чеснуковой.

Проблема демографического кризиса наблюдается в России на протяжении многих лет и все больше усугубляется. Она вызвана многими причинами. Согласно теории Мальтуса «процессы экономического роста и социального прогресса сопровождаются старением населения в связи с увеличением продолжительности жизни и снижением рождаемости» [2, с. 84].

Увеличение интенсивности деторождения произойдет только после 2027 г., а после 2030 г. должен наблюдаться рост абсолютного числа рождений на фоне увеличения числа женщин репродуктивного возраста. Пока же Россия восполняет потери от естественной убыли за счет миграции. Так, в 2023 г. эти потери на 40,7% были компенсированы миграционным приростом. Таблица иллюстрирует эти выводы.

Демографические процессы в России в 2021–2024 гг.

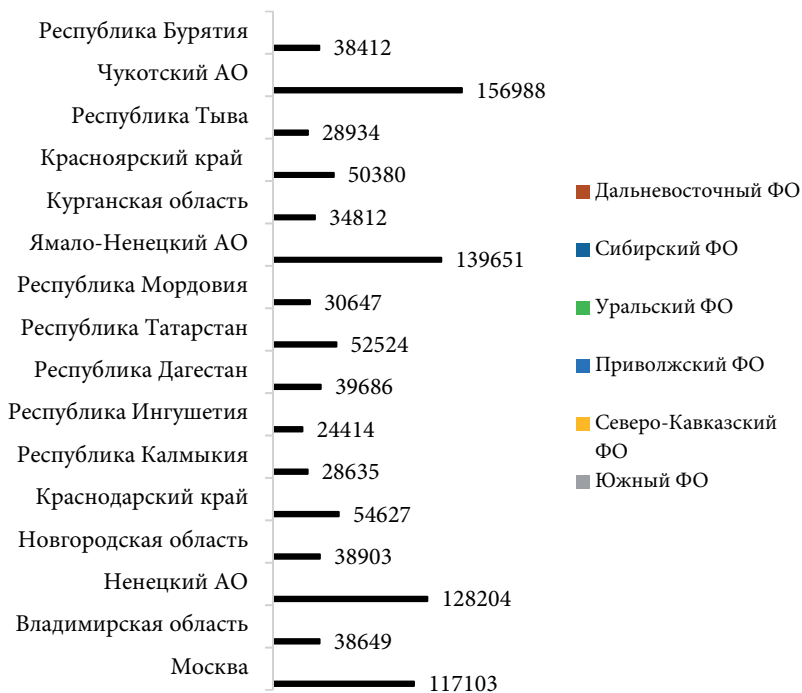
Год	Численность населения по годам, тыс. чел.	Рождаемость по годам	Смертность по годам	Миграция по годам	
				Прибыло	Убыло
2021	147 182,10	1 398 253	2 441 594	4 277 442	3 847 540
2022	146 980,10	1 304 087	1 898 644	4 195 579	4 133 662
2023	146 447,43	1 264 964	1 760 172	4 051 000	3 847 000
2024	146 150,79	1 225 750	1 819 851	4 081 000	3 513 000

Составлено по: Демография // Федеральная служба государственной статистики. URL. <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 18.04.2025).

В последние годы экономика нашей страны столкнулась с новой проблемой касающейся безработицы. В России присутствует дефицит кадров во многих отраслях экономики страны. Нехватка кадров грозит перегрузкой производственных мощностей, вследствие чего растет риск невыполнения производственных планов, снижение эффективности деятельности предприятий, снижение производительности труда и порождение новых социально-экономических проблем в обществе [3].

По мнению А.Л. Ивановской, «в эпоху ориентации экономики на инновационный путь развития человеческие ресурсы выступают главными двигателями экономического роста» [1, с. 87]. Решить эту проблему можно путем развития человеческого капитала.

Еще одной важной социально-экономической проблемой российского общества является социальное неравенство. Доходы между субъектами РФ распределяются не равномерно. По данным Росстата, самым зажиточным регионом у нас является Чукотский АО, а самым бедным регионом является республика Ингушетия. Доходы самого богатого региона РФ превышают доходы самого бедного региона в 6,4 раза. Это иллюстрирует рисунок.



Распределение доходов в РФ между самыми бедными и самыми богатыми субъектами в 2023 г.¹

На основе полученных данных следует сделать вывод о том, что необходимо сохранять и развивать правительственные программы поддержки населения. Так же необходимо решать проблему с дефицитом кадров посредством улучшения уровня образования, привлечением молодежи к трудовой деятельности и улучшением условий и оплаты труда сотрудников организаций. Проблема социального неравенства требует непосредственного регулирования государством.

Библиографический список

1. *Ивановская А.Л.* Состояние и проблемы трудовой жизни занятого населения России: анализ социально-экономических показателей // Beneficium. 2021. №4 (41). С. 86–95.

¹ Составлено по: Неравенство и бедность // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723> (дата обращения 18.04.2025).

2. Тураева Д. О., Миронова М. Н. Роль теории Мальтуса в изучении социально-экономических проблем роста народонаселения // Инновационная экономика. 2021. № 4 (29). С. 80–90.

3. Чеснюкова Л. К. Инновационное развитие регионов: роль образования и человеческого капитала в устойчивом экономическом росте // Современные тренды управления и цифровая экономика: от регионального развития к глобальному экономическому росту: сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14 мая 2024 г.). Екатеринбург: Институт цифровой экономики и права, 2024. С. 152–155.

Научный руководитель: *И. И. Рахмеева*,
доктор экономических наук, доцент

Р. В. Пульников

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Денежно-кредитная политика и долговременная стабильность экономики

Аннотация. В условиях глобальной нестабильности и внешнеэкономических вызовов роль денежно-кредитной политики становится ключевой для обеспечения устойчивого развития. Цель данной статьи — проанализировать механизмы денежно-кредитной политики в современных условиях и оценить их влияние на достижение долговременной стабильности российской экономики.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика; синергия; инструменты и механизмы денежно-кредитной политики; действия Банка России.

Денежно-кредитная политика — это комплекс мер, направленных на регулирование денежной массы и процентных ставок, осуществляемых центральным банком. Ее задачи включают стабилизацию цен, поддержание ликвидности и стимулирование инвестиций. Исторически подходы варьировались от классических представлений до кейнсианских моделей, где центральное звено — это роль государственного регулирования в сглаживании экономических циклов. Современные теории объединяют традиционные инструменты с новыми финансовыми технологиями, что позволяет учитывать глобальные и цифровые вызовы [1].

Актуальность синергии между денежно-кредитной и фискальной политикой обусловлена необходимостью балансировки краткосрочной стабилизации с долгосрочным развитием¹. Совместные меры по-

¹ Jark D. What Is Financial Synergy? // Investopedia. 2025. April 25. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/synergy.asp> (дата обращения: 25.04.2025).

зволяют не только корректировать макроэкономические дисбалансы, но и создавать основу для инновационного развития экономики [3].

Изменения в монетарной политике проходят через «канал передачи», влияющий на стоимость заимствований, активы и ожидания участников рынка. Это, в свою очередь, отражается на инвестициях, потреблении и общем темпе экономического роста [2].

После введения санкций в 2014 году Банк России активно корректировал ключевую ставку, проводил операции на открытом рынке и усиливал контроль над ликвидностью. Эти меры способствовали стабилизации курса рубля и снижению инфляционных ожиданий, несмотря на внешнее давление. В условиях пандемии COVID-19 снижение процентных ставок и оперативное регулирование ликвидности помогли смягчить экономический спад. Кроме того, развитие концепции цифрового рубля и внедрение новых аналитических инструментов открывают перспективы для более гибкого управления финансовой системой [6].

Несмотря на доказанную эффективность, традиционные инструменты сталкиваются с рядом ограничений:

- *внешние шоки*. Санкции и глобальные экономические кризисы могут снизить эффективность внутренних мер, создавая дополнительные вызовы для центрального банка;

- *цифровизация экономики*. Быстрый переход на цифровые формы платежей и появление криптовалют требуют пересмотра традиционных моделей регулирования, так как новые технологии меняют структуру финансовых потоков [4];

- *баланс краткосрочной и долгосрочной стабильности*. Частые корректировки могут стабилизировать экономику в краткосрочной перспективе, но без четкой стратегии они рискнут нарушить долговременные процессы развития.

Тесное взаимодействие между денежно-кредитной и фискальной политикой позволяет создать комплексный подход к стабилизации экономики. Фискальные стимулы, скоординированные с монетарными мерами, могут существенно ускорить восстановление в кризисные периоды.

Развитие цифровых инструментов, таких как цифровой рубль и блокчейн-технологии, способно повысить прозрачность финансовых операций и ускорить передачу информации. Это позволит оперативно реагировать на изменения в экономической конъюнктуре и повысить эффективность регулирования [5].

Современные требования к банковскому регулированию предполагают введение механизмов стресс-тестирования, повышение норма-

тивов резервирования и активное внедрение технологий управления рисками. Эти меры помогут снизить воздействие внешних шоков на денежно-кредитную систему государства¹.

Библиографический список

1. Головин М. Денежно-кредитная политика России: реакция на новые внешние вызовы // Вестник института экономики РАН. 2023. № 1. С. 7–20.
2. Кирикова Н.И. Дифференциация процентных ставок банковской системы России как отражение трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 11-1. С. 57–63.
3. Ларионов И.К., Овчинников В.В., Гуреева М.А. Концепция динамичного комплекса денежно-ценовых и финансово-кредитных отношений народного хозяйства: системно-стратегическое управление на основе синергии мировоззренческих ценностей и суверенизации России // Экономические системы. 2025. Т. 18, № 1. С. 12–26.
4. Миронов В.В, Кузнецов А.О. Цифровизация как детерминанты выбора экономической политики: российские реалии и мировой опыт // Вопросы экономики. 2024. № 4. С. 38–69.
5. Скоробогатов А.С. Денежно-кредитная политика и долговременная стабильность экономики // Вопросы экономики. 2024. № 8. С. 28–49.
6. Kiriakova N.I. Digital of the central bank as a means of strengthening the monetization of the Russian economy // Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference «Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth» (MTDE 2020). P. 1155–1159. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/mtde-20/125939708> (дата обращения: 14.04.2025).

Научный руководитель: Н.И. Кирикова,
кандидат экономических наук, доцент

¹ Табах А., Подругина А. Денежно-кредитная политика — 2025: «в яблочко» или в «молоко»? // Эксперт РА. 2021. 2 дек. URL: https://raexpert.ru/researches/dkp_2024/ (дата обращения: 14.04.2025)

Плановая экономика: достоинства, недостатки и жизнеспособность

Аннотация. Рассматривается плановая экономика как форма организации хозяйственной системы: преимущества и недостатки данной модели, исторический опыт использования. Сделан вывод, что использование элементов плановой экономики может быть оправдано в определенных ситуациях, однако ее полное доминирование неэффективно в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: плановая экономика; централизованное управление; СССР; Китай; социальное равенство; базовые блага; безработица; дефицит; экономический застой; рыночная экономика; ВВП; государственное регулирование.

Плановая экономика — это система, в которой государство управляет производством, распределением и потреблением товаров и услуг. За основу эту модель в XX в. брали такие страны, как СССР, Куба, Китай. Плановая экономика имеет и преимущества, и недостатки, они заключаются в следующем.

1. Централизованное управление ресурсами и их распределение на приоритетные сектора. Самое эффективное применение реализация этого преимущества можно было наблюдать с 1953 по 1965 г. За это время произошло увеличение национального дохода на 53%, увеличилось производство промышленной продукции на 84%, а реальный доход населения вырос на треть¹.

2. Отсутствие безработицы. В плановой экономике безработица невозможна, так как такой тип экономики предполагает полную занятость, но реальные цифры не так радужно демонстрируют картину занятости граждан. В 1926 г. уровень безработицы составлял 23%, что является очень высоким показателем, однако в 1930-х гг. в СССР по официальным данным уровень занятости населения был равен 100%².

3. Социальное равенство. Неравенство распределения доходов определяется коэффициентом Джини, который, в 1980-х гг. XX в., в Китае держался на уровне 0,31, что свидетельствует о высоком уровне социального равенства, особенно на фоне показателей других стран³.

¹ Что из себя представляет плановая экономика? // Cryptology Key. 2025. 6 февр. URL: <https://cryptology.school/ru/blog/shho-iavliaje-soboiu-planova-ekonomika> (дата обращения: 19.02.2025).

² Все идет по плану? Риски командной экономики // Guru: экономика для всех. 2022. 27 апр. URL: <https://guru.nes.ru/slovar/ekonomicheskij-slovar/vse-idet-po-planu-riski-komandnoj-ekonomiki.html> (дата обращения: 14.06.2022).

³ Nuti D.M. The Former Soviet Union after Dis-integration and Transition // TIGER Working Paper Series. 2010. № 117. 37 p.

4. Доступ к базовым благам. В странах с экономикой плановой направленности почти все были равны друг другу, получали одно и то же образование и имели те же права, что и другие. В СССР грамотность была около 99 %¹.

Наряду с преимуществами можно отметить основные недостатки планового хозяйства.

1. Низкая гибкость. Нахождение рынка в руках государства не позволяет ему так же, как и в рыночной экономике, реагировать на изменения рынка и адаптироваться к нему. Это приводило к дефициту одних товаров и перепроизводству других.

2. Экономический застой. В 1950–1980-е гг. экономический рост СССР замедлился из-за однобокого управления, что привело к сокращению ВВП более чем на 300 %².

3. В условиях застоя плановая экономика и отсутствие конкуренции привели к снижению качества продукции. Предприятия были вынуждены выпускать товары по государственным стандартам и фиксированным ценам, не стремясь к улучшению их характеристик. Это стало причиной неконкурентоспособности отечественной продукции, например, автомобилей «Жигули», на мировом рынке. Такие товары часто продавались ниже их себестоимости³.

Проведенный анализ преимуществ и недостатков планового хозяйства позволяет сделать следующие выводы.

Командная экономика эффективна для быстрой индустриализации, но в долгосрочной перспективе приводит к стагнации и деградации.

Интересен опыт Китая. Решение китайского руководства, о внедрении в плановую экономику механизмов рыночной экономики, в 1978 г. позволило увеличить ВВП на душу населения за 45 лет в 60 раз, что, безусловно, вызывает удивление⁴.

Плановая экономика имеет свои преимущества, но как основная модель она неэффективна.

Научный руководитель: *А. А. Илюхин*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ *Все идет по плану? Риски командной экономики* // Guru: экономика для всех. 2022. 27 апр. URL: <https://guru.nes.ru/slovar/ekonomicheskij-slovar/vse-idet-po-planu-riski-komandnoj-ekonomiki.html> (дата обращения: 14.06.2022).

² *Сафин А.* Застой, дефицит и блат. Что такое плановая экономика, чем она запомнилась и почему к ней нет возврата // Совкомблог. 2022. 19 янв. URL: <https://journal.sovcombank.ru/glossarii/zastoi-defitsit-i-blatt-cto-takoe-planovaya-ekonomika-chem-ona-zapomnilas-i-pochemu-k-nei-net-vozvrata> (дата обращения: 19.01.2022).

³ *Попов В. О.* Закат плановой экономики // Эксперт. 2008. № 1 (640). С. 74–79.

⁴ Там же.

А. С. Рязанцев

*Владимирский филиал Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации, г. Владимир*

Денежно-кредитная политика России на современном этапе: противоречия позиций органов государственной власти

Аннотация. На сегодняшний день финансовые институты страны претерпевают существенные трансформационные изменения. Благодаря решению Центрального банка РФ инфляцию удалось удержать от высоких двузначных чисел за счет так называемых «охлаждающих» мер. Однако не всеми данная политика была одобрена. Особую критику в свой адрес Банк России получает от Государственной Думы РФ, ссылаясь на то, что мегарегулятор видит развитие экономики по-другому, что и привело к острой фазе кризиса в их отношениях.

Ключевые слова: Банк России; ГД РФ; ключевая ставка; инфляция; денежно-кредитная политика.

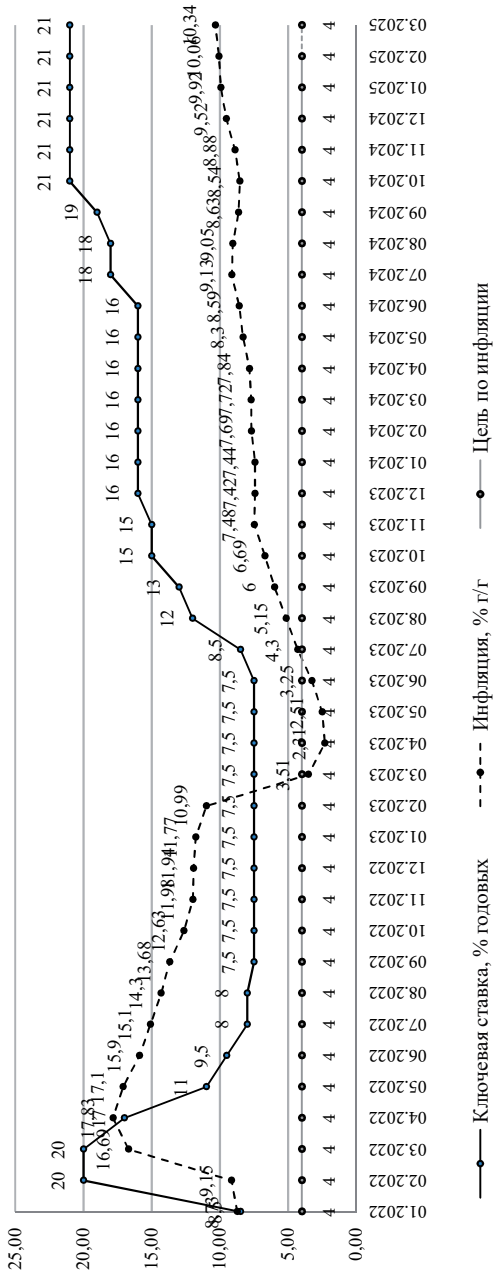
В последнее время Центральный Банк России (далее — Банк России) подвергается жесткой критике со стороны Государственной Думы РФ (далее — ГД РФ). Данная реакция связывается с рекордным поднятием и удержанием на высоком уровне применяемого Банком России инструмента ключевой ставки. На рисунке представлена динамика ключевой ставки и инфляции в период 2024–2025 гг.¹

Свою позицию в отношении Банка России ГД РФ объясняет тем, что теперь мегарегулятор должен нести персональную ответственность за социально-экономическое развитие страны. При этом ГД РФ предлагает также пересмотреть возможности мегарегулятора, в частности: ввести персональную ответственность председателя Банка России; направить обращение Президенту РФ о досрочной отставке председателя Банка России; изменить конституционный статус мегарегулятора, а также предоставлять Правительству кредит под низкие проценты годовых².

Предложенные решения ГД РФ должны оказать давление на мегарегулятор начать проводить мягкую ДКП, что приведет к снижению ключевой ставки.

¹ *Инфляция и ключевая ставка Банка России* // Банк России. URL: https://www.cbr.ru/hd_base/inf/ (дата обращения: 12.04.2025).

² *В Госдуму внесли проект о праве депутатов просить президента снять главу ЦБ* // РИА новости. 2024. 11 дек. URL: <https://ria.ru/20241211/gosduma-1988679465.html> (дата обращения: 12.04.2025).



Динамика инфляции и ключевой ставки в период с 2022 г. по 2025 г.

Но смена курса с жесткой на мягкую ДКП спровоцирует дополнительный всплеск инфляции. Инфляционные ожидания граждан останутся на достаточно высоком уровне (ожидаемая инфляция на годовом горизонте составляет на 26 марта 2025 г. — 12,9%, а в годовом выражении — 16,5%). Сохранится высокий риск дальнейшего роста цен в связи с ростом бюджетной статьи расходов, что затронет также и геополитическую обстановку.

Таким образом, чтобы ключевая ставка начала снижаться и Банк России смог сменить курс с жесткой на мягкую ДКП, необходимо проследивать устойчивую динамику снижения инфляции, чтобы инфляционные ожидания населения могли снижаться. При этом также необходимо, чтобы рубль сохранял стабильность на валютно-финансовом рынке.

9 апреля 2025 г. Председатель Банка России Эльвира Набиуллина представила готовый отчет о работе ЦБ РФ за 2024 г. перед Государственной Думой. По данному докладу прошло бурное обсуждение, в частности, по решению ключевой ставки. Председатель Банка России объяснила свое решение по повышению ключевой ставки до рекордного 21 % тем, чтобы переломить всплеск инфляции и обеспечить возможности ее замедления на горизонте 2025 г.¹

Данная политика объясняется также необходимостью устранить дисбаланс между усиленным ростом спроса и темпом расширения производственных возможностей в экономике. Дополнительный эффект высокой ключевой ставки — это ориентир для защиты, в первую очередь, рубля от самораскручивающейся девальвации валюты.

Таким образом, принятые меры позволят постепенно вернуть инфляцию к заданной цели, придать определенный импульс для развития экономики и обеспечить защиту доходов населения. При этом Банку России придется учитывать при принятии решения ДКП еще один факторный риск — тектонические изменения мирового финансово-торгового рынка.

Таким образом, понятно, что Банк России будет подходить к снижению ключевой ставки очень аккуратно, учитывая события на финансово-экономической и геополитической арене, сохраняя или снижая ключевую ставку, либо продолжая ее умеренный рост.

Научный руководитель: *А. А. Баженов*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ Банк России представил в Государственную Думу Годовой отчет за 2024 год // Банк России. 2025. 28 мар. URL: <https://cbr.ru/press/event?id=23499> (дата обращения: 12.04.2025).

Особенности развития рынка ИТ-аутсорсинга в России

Аннотация. На основе анализа структуры и статистических данных о развитии рынка ИТ-аутсорсинга в России выявлено, что данный рынок в 2020–2023 гг. является быстрорастущим и дифференцированным по регионам. Полученные результаты могут способствовать формированию региональных программ развития цифровой экономики и Индустрии 4.0.

Ключевые слова: аутсорсинг; ИТ-аутсорсинг; рынок ИТ-аутсорсинга; аутсорсинг в России.

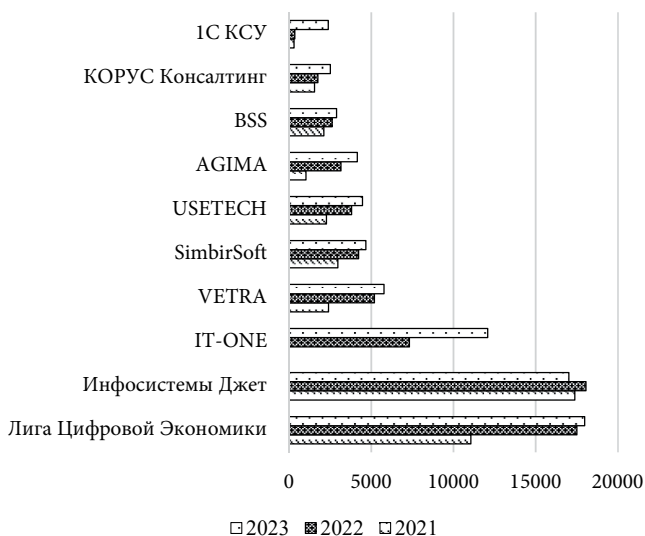
В современном мире информационные технологии играют ключевую роль в развитии бизнеса. Основная проблема развития Индустрии 4.0 и цифровизации бизнеса заключается в том, что не все компании обладают достаточными ресурсами и компетенциями для эффективного управления и поддержки своей ИТ-инфраструктуры. Одним из важнейших инструментов цифровизации бизнеса является ИТ-аутсорсинг, который представляет собой передачу определенных ИТ-функций или процессов сторонней организации на контрактной основе¹. Согласно данным TAdviser² за 2021–2023 гг., количество аутсорсинговых компаний увеличивается с каждым годом. По данным за 2023 г., лидерами стали такие компании как Лига цифровой экономики, Инфосистемы Джет, IT-ONE (см. рисунок).

Если компании Инфосистемы Джет и Лига Цифровой экономики на протяжении всего времени занимают лидирующие позиции на рынке ИТ-аутсорсинга, то компания IT-ONE была основа 1 декабря 2020 г. и уже в 2021 г. заняла 9-е место в рейтинге крупнейших компаний на российском рынке ИТ-аутсорсинга, а в 2023 году — 3-е место.

Рынок ИТ-аутсорсинга имеет сложную структуру, кроме компаний аутсорсеров, он включает вендоров, подрядчиков и заказчиков. На текущий год крупнейшим вендором ИТ-аутсорсинга является компания Axelot, реализовавшая 32 проекта внедрения, а подрядчиком — Мауког, осуществивший 108 проектов. Рассматривая количество проектов, реализованных лидерами рынка, можно охарактеризовать рынок ИТ-аутсорсинга как конкурентный и многоуровневый.

¹ Малаева М. С. Аутсорсинг информационных технологий: достоинства и недостатки // Экономические исследования. 2022. № 3. С. 17–21.

² Российский рынок ИТ-услуг и аутсорсинга. Обзор TAdviser // TAdviser. 2025. 26 марта. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/ИТ-аутсорсинг> (дата обращения: 18.04.2025).



Крупнейшие ИТ-аутсорсеры в России 2021–2023 гг., по выручке¹

Немало важную роль в оценке рынка играет анализ его пространственной структуры, который показал наличие высокой региональной дифференциации рынка ИТ-аутсорсинга. Она обусловлена целым рядом факторов.

Во-первых, экономическая активность и концентрация бизнеса существенно различаются между федеральными округами. Так, Центральный федеральный округ является крупнейшим экономическим центром страны, где сосредоточено наибольшее количество крупных предприятий, что приводит к высокому спросу на ИТ-аутсорсинг (55,6 % заказчиков), а на Южный федеральный округ приходится всего 4,4 % заказчиков².

Во-вторых, доступность квалифицированных ИТ-кадров внутри региона может влиять на решение компаний об аутсорсинге: регионы с меньшим количеством собственных ИТ-специалистов могут чаще обращаться к внешним провайдерам.

¹ Составлено по: Российский рынок ИТ-услуг и аутсорсинга. Обзор TAdviser // TAdviser. 2025. 26 марта. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/ИТ-аутсорсинг> (дата обращения: 18.04.2025).

² Российский рынок ИТ-услуг и аутсорсинга. Обзор TAdviser // TAdviser. 2025. 26 марта. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/ИТ-аутсорсинг> (дата обращения: 18.04.2025).

Наконец, государственная политика и программы поддержки цифровизации экономики могут реализовываться с различной интенсивностью в разных регионах, что также может влиять на развитие рынка ИТ-аутсорсинга.

Таким образом, совокупность всех факторов определяет неравномерное распределение заказчиков ИТ-аутсорсинга по федеральным округам России.

Проведенный анализ показал, что в целом, российский рынок ИТ-аутсорсинга демонстрирует устойчивый рост и является быстрорастущим и динамичным рынком.

Однако развитие и применение ИТ-аутсорсинга в России имеет свои специфические особенности, такие как: высокий уровень региональной дифференциации, многоуровневая структура рынка, понимание которых является ключевым аспектом для успешного развития ИТ-аутсорсинга и его использования российскими предприятиями.

Научный руководитель: *О. В. Комарова*,
кандидат экономических наук, доцент

А. В. Скицко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Фискальная политика: роль налогов и государственных расходов в экономике

Аннотация. Представлен анализ роли фискальной политики в регулировании экономических процессов. Помимо этого рассмотрено влияние налогов и государственных расходов на экономический рост, уровень безработицы и инфляцию. Сделан вывод о том, что эффективность фискальной политики зависит от правильного баланса между налогами и государственными расходами.

Ключевые слова: фискальная политика; налоги; государственные расходы; стимулирующая политика; сдерживающая политика; бюджетный дефицит; государственный долг; эффект вытеснения.

Фискальная политика представляет собой систему мер государственного регулирования экономики на основе формирования и использования доходов и расходов государственного бюджета. Она направлена на смягчение экономических колебаний и обеспечение стабильности в краткосрочной перспективе. Основными составляющими фискальной политики являются: налоги, трансферты и госзакупки. Налоги составляют основную часть доходов государственного бюджета, с помощью которых можно оказывать влияние на экономику. Через систему

налогообложения государство может влиять на объем потребления, сбережений и инвестиций. Например, снижение налога на доходы физических лиц, повышает денежные доходы населения, что стимулирует потребительский спрос и влечет за собой экономический рост. В то же время повышение налогов на прибыль корпораций может снизить инвестиционную активность бизнеса. Согласно «РБК Новости», прогнозные доходы федерального бюджета на 2025 г. составляют 40,3 трлн р., что на 20 % больше, чем предполагалось ранее¹.

Государственные расходы являются ключевым инструментом для сбалансированной макроэкономической политики. В них входят расходы на социальные программы, инвестиции в инфраструктуру и финансирование государственных услуг. Однако стоит не забывать, что повышение государственных трат может привести к дефициту бюджета.

Фискальная политика делится на два вида: стимулирующая и сдерживающая. Стимулирующая, это повышение государственных расходов или понижение налогов для подъема совокупного спроса. Применяется в периоды спада для активизации экономики. Сдерживающая, же наоборот, понижение государственных расходов или повышение налогов для спада совокупного спроса. Применяется при перегреве экономики для предотвращения повышения инфляции².

Также фискальная политика делится еще на два типа: автоматическая (естественные регуляторы, такие как прогрессивные налоги и социальные выплаты) и дискреционная (целенаправленные меры, например изменение налогов или расходов). Автоматическая фискальная политика стабилизирует экономику без вмешательства, а дискреционная позволяет оперативно и быстро реагировать на кризисы. Оба типа дополняют друг друга и обеспечивают экономическую стабильность.

Одним из важных понятий в фискальной политике является мультипликативный эффект. Говоря простыми словами мультипликативный эффект за счет увеличения государственных расходов или инвестиций приводит к росту совокупного дохода в экономике. За счет прироста государственных инвестиций в инфраструктуру создаются новые рабочие места, что в свою очередь увеличивает прибыль населения. Государственные расходы стимулируют экономический рост через мультипликативный эффект: повышение доходов приводит к росту спроса на товары и услуги. Однако с каждым последующим циклом это воздействие стано-

¹ *Власти определили источники роста доходов в бюджете // РБК. 2024. 30 сент. URL: <https://www.rbc.ru/economics/30/09/2024/66f7cc7f9a794789d12bfbce> (дата обращения: 24.03.2025).*

² *Илюхин А. А., Илюхина С. В. Экономический рост и финансовое развитие: макроэкономический аспект // Journal of New Economy. 2021. Т. 22, № 1. С. 53–70.*

виться слабее, так как часть дохода остается в сбережениях или уходит на налоги. С другой стороны, если расходы финансируются за счет заимствований, возникает так называемый эффект вытеснения: повышение спроса на кредитные ресурсы в свою очередь повышает процентные ставки, что делает кредиты менее доступными для частного сектора. Это сокращает количество частных инвестиций, и делает положительное влияние на экономику слабее. Поэтому при разработке фискальной политики важно учитывать баланс между стимулированием роста через мультипликатор и минимизацией эффекта вытеснения, чтобы максимизировать положительные результаты и избежать негативных последствий¹.

Обобщив все сказанное, можно сделать вывод что, фискальная политика остается одним из главных инструментов государственного регулирования экономики, которая дает возможность решать много разных задач — начиная стабилизацией экономики, и заканчивая стимулированием роста и снижением социального неравенства. Но стоит заметить тот факт, что ее эффективность зависит от правильного баланса между налогами и государственными расходами, а также от учета долгосрочных последствий.

Научный руководитель: *С. В. Илюхина*,
кандидат экономических наук, доцент

Е. В. Соколова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Сравнительный анализ теоретических моделей научно-технической обусловленности экономического роста

Аннотация. В работе сравниваются теоретические модели Э. Мэнсфилда, З. Грилихеса, П. Ромера и Ч. Джонса, описывающие влияние НИОКР на экономический рост. На основе синтеза сильных сторон указанных подходов формулируются принципы построения актуальной полуэндогенной модели с учетом институциональной среды, человеческого капитала и продуктивности науки.

Ключевые слова: экономический рост; научно-технический прогресс; НИОКР; эконометрическое моделирование; инновационная экономика.

Настоящее исследование включает сравнительный анализ четырех различных моделей, лежащих в основе современного понимания экономической роли НИОКР, а именно.

¹ *Мультипликатор* Кейнса. URL: <https://www.vavt.ru/glossecon/glossecon/LSP2D86EF> (дата обращения: 24.03.2025).

1. Эконометрическая модель Эдвина Мэнсфилда (1968), основанная на неоклассических предпосылках, в соответствии с которыми технологический прогресс и инновации рассматриваются как основные детерминанты экономического роста и повышения производственной эффективности [3].

2. Функция производства знаний Зви Грилихеса (1958), трактующая знания как особый производственный ресурс. В модели акцент делается на эффектах распространения (spillovers-эффектах), а также на нелинейности процессов накопления знаний, формируемых инвестициями в НИОКР, которые, в свою очередь, оказывают влияние на рост производительности труда и капитала [1].

3. Эндогенная модель экономического роста Пола Ромера (1990), характеризующаяся тем, что знания эндогенно производятся в рамках экономической системы и обладают неубывающей отдачей [4]. Модель предполагает разделение экономики на исследовательский и производственный секторы и демонстрирует возможность устойчивого роста без зависимости от экзогенных технологических шоков.

4. Полудинамическая модель Чарльза Джонса (1995), корректирующая предпосылки эндогенного роста, вводя гипотезу об убывающей отдаче от накопленных знаний [2]. Согласно этой модели, темпы роста зависят не только от масштабов НИОКР, но и от динамики численности научных работников и продуктивности научной деятельности.

При формировании новой концептуальной рамки необходимо синтезировать наиболее ценные компоненты существующих теорий, адаптируя их к вызовам современной глобализированной и институционально дифференцированной экономики (см. таблицу). Ключевые элементы для заимствования при построении новой модели:

— из модели Эдвина Мэнсфилда: (1) эмпирическая операционализация вклада НИОКР через регрессионные методы; (2) гибкость включения институциональных, демографических и инфраструктурных переменных;

— из функции производства знаний Зви Грилихеса: (1) трактовка знаний как особого экономического ресурса с внешними эффектами; (2) включение человеческого капитала и институционального контекста; (3) учет spillover-эффектов как источника социальной отдачи от НИОКР;

— из модели Пола Ромера: (1) двухсекторная структура экономики (производство и исследования); (2) знания как накапливаемый капитал с потенциально неубывающей отдачей; (3) эндогенная технологическая динамика, определяемая экономическим поведением агентов;

— из модели Чарльза Джонса: (1) гипотеза об убывающей отдаче от накопленных знаний; (2) включение численности исследователей и продуктивности науки в модель роста; (3) полуэндогенность роста, зависящая от человеческого капитала и институциональных факторов.

Сравнительный анализ моделей научно-технической обусловленности экономического роста

Критерий	Модель Эдвина Мэнсфилда	Модель Зви Грилихеса	Модель Пола Ромера	Модель Чарльза Джонса
Тип научно-технического прогресса	Экзогенный с элементами эндогенности (ограниченная степень)	Эндогенный с учетом spillover-эффектов	Полностью эндогенный	Полуэндогенный
Эффект масштаба и отдача от НИОКР	Предполагается линейный или квазилинейный эффект	Нелинейный, присутствует spillover-эффект	Неубывающая отдача от знаний	Убывающая отдача от научных исследований
Эмпирические параметры и калибровка	Применимы регрессионные модели (OLS, 2SLS, GMM) на панельных и временных данных	Использование панельных данных, регрессионный анализ с IV, 2SLS и GMM	Панельные данные, регрессионный анализ, структурные методы и GMM	Панельные данные, временные ряды, регрессионный анализ, GMM
Ограничения и критика	Линейность взаимосвязей, игнорирование временных лагов	Проблемы измерения знаний, упрощенность структуры связей	Игнорирование институциональных факторов, проблемы диффузии знаний и защиты интеллектуальной собственности	Игнорирование институциональных и международных факторов, предположение о неизменности параметров и роста населения
Возможности адаптации	Введение динамических и нелинейных элементов, современных инструментов анализа данных (Big Data, AI)	Улучшение измерения знаний, интеграция нелинейных моделей и современных инструментов анализа данных	Расширение за счет институциональных аспектов, защиты интеллектуальной собственности, методов больших данных	Интеграция международных технологических потоков, институциональных факторов и новых методов анализа данных

Таким образом, результирующая модель должна представлять собой полуэндогенную динамическую конструкцию с многосекторной архитектурой и параметризуемой функцией отдачи от знаний. Ее ключевые характеристики включают: (1) гибридный характер, объединяющий микро- и макроуровни анализа; (2) эндогенную технологи-

ческую динамику, основанную на экономических мотивациях агентов и институциональных условиях; (3) явный учет институциональных, демографических и международных факторов, включая механизмы трансграничной диффузии знаний; (4) интеграцию методов машинного обучения, направленных на оценку производной продуктивности науки, адаптацию модели к высоким объемам и изменчивости данных.

Библиографический список

1. *Griliches Z.* Research Costs and Social Returns: Hybrid Corn and Related Innovations // *Journal of Political Economy*. 1958. Vol. 66, no. 5. P. 419–431.
2. *Jones C.* R&D-based models of economic growth // *Journal of political Economy*. 1995. Vol. 103, Issue 4. P. 759–784.
3. *Mansfield E.* Industrial Research and Technological Innovation: An Econometric Analysis // *The Economic Journal*. 1968. Vol. 78, Issue 311. P. 676–679.
4. *Romer P. M.* Endogenous Technological Change // *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98, no. 5, P. 2. P. S71–S102.

Научный руководитель: *В. Е. Ковалев*,
доктор экономических наук, доцент

Е. Е. Степанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Финансовая грамотность студентов: влияние когнитивных искажений на принятие решений

Аннотация. Исследуется влияние когнитивных искажений на принятие финансовых решений студентами. На основе эмпирического анализа (анкетирования) показано, что предвзятость подтверждения влияет на финансовое поведение молодежи.

Ключевые слова: когнитивные искажения; финансовое поведение; поведенческая экономика; финансовая грамотность.

Финансовое поведение является важным атрибутом рыночной экономики, поскольку управление денежными средствами затрагивает интересы всех участников рынка. На финансовое поведение влияют как внешние (условия, доход, возможности), так и внутренние факторы (ценности, привычки, социальные роли и статусы). Важен анализ как объективных, так и субъективных характеристик людей, а также культурных особенностей общества.

Студенты, как социальная группа, имеют особенности финансового поведения. Они осваивают финансовые знания, накапливают трудовой опыт и развивают навыки управления финансами, но их финансовая социализация происходит в специфичных институциональных условиях. Студенческий статус изменяет подход к финансам, а повышение финансовой грамотности способствует более эффективному принятию решений. Однако студенты, сосредоточенные на учебе, часто имеют ограниченную финансовую самостоятельность, что затрудняет применение полученных знаний на практике [2, с. 85].

Для определения влияния когнитивных искажений на принятие финансовых решений студентами был составлен и проведен опрос, в котором были представлены утверждения, а респонденты оценивали по 10-балльной шкале в какой степени каждое утверждение описывает их финансовое поведение.

На основе данного опроса было подтверждение гипотезы о когнитивном искажении «предвзятость подтверждения». Данное искажение проявляется в склонности искать информацию, подтверждающую существующие взгляды, и игнорировать противоположную [1, с. 70], что может влиять на финансовые решения студентов.

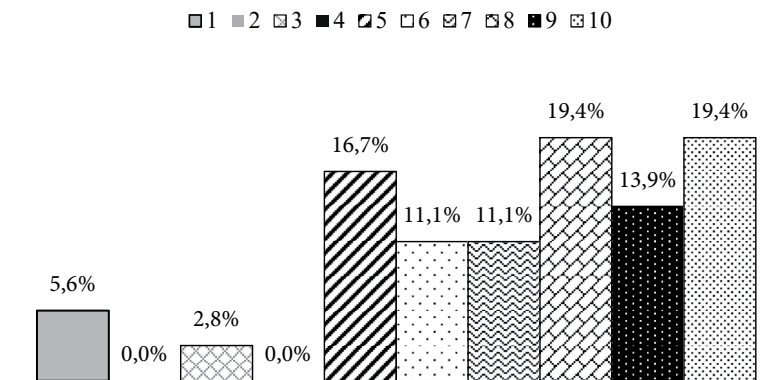
Анализ влияния когнитивного искажения (предвзятость подтверждения) на финансовое поведение студента (см. рисунок) показал: 74,9% респондентов оценили свое согласие на уровне 6 и выше, что подтверждает склонность к поиску подтверждающей информации. Лишь 5,6% респондентов категорически не согласны с утверждением (ответ 1), что указывает на меньшую склонность к когнитивному искажению. Большинство студентов склонны искать информацию, подтверждающую их убеждения, что может ограничивать их объективность и препятствовать рассмотрению альтернативных вариантов. Мода на уровнях 8 и 10 (38,8% респондентов) подтверждает тенденцию студентов искать мнения, соответствующие их текущим взглядам, что может ограничивать восприятие других финансовых вариантов.

Проведенный анализ позволил определить факторы, влияющие на финансовое поведение студента. К ним отнесены:

- 1) ограниченность восприятия финансовых возможностей — студенты, подверженные предвзятости убеждения, склонны выбирать финансовые продукты, которые подтверждают их идеи, избегая более выгодных альтернатив;

- 2) риск принятия неэффективных решений — из-за поиска подтверждающей информации студенты могут попасть в «информационные

пузыри», что создает иллюзию правильности их решений и увеличивает финансовые риски, если игнорировать противоположные мнения;



Распределение ответов на вопрос «Для принятия решений я ищу информацию, которая подтверждает мои убеждения», % от числа ответивших

3) проблемы с адаптацией к изменениям в финансовой среде — студенты, ориентированные на подтверждение своих убеждений, могут быть менее гибкими в меняющихся финансовых условиях, что повышает риск неэффективного поведения на быстро меняющихся рынках.

Таким образом, «предвзятость подтверждения» влияет на финансовое поведение студентов, т.е. когнитивные искажения могут, как и облегчить принятие решений, так и привести к ошибкам. Для принятия более взвешенных финансовых решений важно развивать критическое мышление, способность объективно оценивать информацию и открыто воспринимать новые данные.

Библиографический список

1. *Поведенческая экономика и финансы: учеб. пособие* / И.И. Рахмеева, О.В. Комарова, Г.Г. Ляскин и др.; под общ. ред. И.И. Рахмеевой М.: ИНФРА-М, 2025. 244 с.
2. *Стоянов А.С., Шестопалова П.В. Экономическая независимость как фактор успеваемости студентов // Гуманитарные исследования Центральной России. 2021. № 1 (18). С. 78–87.*

Научный руководитель: *О.В. Комарова*,
кандидат экономических наук, доцент

Монетарная политика в условиях кризиса

Аннотация. Представлен анализ особенностей применения монетарной политики в условиях кризиса; описаны традиционные и нетрадиционные инструменты, используемые для преодоления последствий экономических спадов. Сделан вывод о том, что эффективность монетарной политики зависит от правильного баланса краткосрочных и долгосрочных целей стимулирования экономической активности.

Ключевые слова: монетарная политика; экономический кризис; центральный банк; ключевая ставка; нетрадиционные инструменты; количественное смягчение; инфляционное таргетирование.

Монетарная (или денежно-кредитная) политика представляет собой совокупность государственных мер, предназначенных для корректировки макроэкономических показателей с целью обеспечения стабильности финансовой системы и долгосрочного развития экономики. Особую значимость инструменты монетарной политики приобретают именно в кризисные периоды, когда необходимо стимулировать экономическую активность, увеличивать инвестиции и смягчать последствия экономического спада. К основным задачам денежно-кредитной политики относятся поддержание устойчивого развития экономики и финансовой активности ее участников, регулирование денежной массы, контроль инфляции и сохранение стабильности цен, а также поддержка курса национальной валюты. Реализация этих задач возлагается на центральный банк страны или иной финансовый институт, который отслеживает экономические показатели и применяет соответствующие инструменты влияния.

Основным инструментом монетарной политики является ключевая ставка. Повышение ключевой ставки приводит к увеличению ставок по кредитам в коммерческих банках, это, в свою очередь, ведет к сокращению объемов кредитования, общему замедлению экономики, снижению покупательной способности и, в конечном итоге, к снижению инфляции. Так, Центральный банк РФ в кризисном 2008 г. повышал ключевую ставку до 13 %, в 2014 г. — до 17 %, а в 2022 и 2024 гг. — до рекордных 20 % и 21 %¹. Такие меры направлены на стабилизацию курса национальной валюты и сдерживание инфляционных процессов, хотя и влекут за собой временное замедление экономической активности.

¹ *Решения по денежно-кредитной политике* // Банк России. URL: https://www.cbr.ru/dkr/mp_dec/ (дата обращения: 02.04.2025).

Однако в условиях глубокого экономического кризиса традиционные инструменты монетарной политики могут исчерпать свой потенциал. Это происходит, когда ключевую процентную ставку снижают и она приближается к так называемому эффективному нижнему пределу (Effective Lower Bound, ELB), но при этом остается значительный риск дезинфляции или даже переход к дефляции¹. В подобных случаях, когда традиционные меры стимулирования через процентные ставки становятся неэффективными, необходимое смягчение денежно-кредитных условий достигается посредством нетрадиционных инструментов.

Одним из инструментов нетрадиционной монетарной политики является покупка активов в рамках программ количественного смягчения (Quantitative Easing, QE) или контроля кривой доходностей (Yield Curve Control, YCC). Количественное смягчение предполагает приобретение центральным банком финансовых активов государства на открытом рынке. Такой подход монетарной политики позволяет снижать процентные ставки, и, соответственно, смягчать денежно-кредитные условия. Этот метод считается наиболее активно используемым и относительно эффективным средством стимулирования совокупного спроса в условиях, когда традиционная монетарная политика уже не дает нужного эффекта.

Специфика монетарной политики в условиях кризиса также зависит от характера самого кризиса. По сравнению с регулярными циклическими спадами каждый кризис имеет свои особенности. В таких условиях центральным банкам необходимо адаптировать не только набор инструментов, но и общий подход к реализации денежно-кредитной политики. Одним из распространенных подходов монетарной политики, используемым, в частности, Банком России, является инфляционное таргетирование — режим, при котором центральный банк устанавливает целевой уровень инфляции (или другой промежуточный номинальный показатель, например, валютный курс) и использует все доступные инструменты для его достижения².

В конечном итоге, эффективное преодоление экономических кризисов требует от монетарной политики разностороннего и адаптивного подхода, который должен учитывать характер кризиса, доступные инструменты, а также особенности конкретной экономики. Центральным банкам необходимо находить баланс между краткосрочными целями

¹ Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2024 год и период 2025 и 2026 годов, утв. Банком России. URL: https://cbr.ru/about_br/publ/ondkp/on_2024_2026/ (дата обращения: 01.04.2025).

² Что такое денежно-кредитная (монетарная) политика и какие у нее цели // РБК. 2024. 7 окт. URL: <https://www.rbc.ru/base/07/10/2024/67038dea9a7947364962599e> (дата обращения: 01.04.2025).

стимулирования экономической активности и долгосрочными задачами поддержания ценовой и финансовой стабильности, а также своевременно адаптировать стратегию в ответ на изменения условий.

Научный руководитель: *А. А. Илюхин*,
кандидат экономических наук, доцент

С. К. Сухарева, П. И. Калуцких

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Значение инвестиций и инвестиционного спроса в функционировании и развитии российской экономики

Аннотация. Рассматриваются инвестиционные процессы как ключевые элементы воспроизводственной системы, обеспечивающие возобновление и расширение производственных ресурсов, а также определяющие темпы экономического роста.

Ключевые слова: инвестиции; инвестиционный спрос; инвестиционные процессы.

В системе воспроизводства инвестициям принадлежит очень важная роль в деле возобновления и увеличения производственных ресурсов, и, следовательно, в обеспечении определенных темпов экономического роста.

В соответствии с Федеральным законом от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» инвестиции — это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Инвестиционный процесс всегда связан с двумя факторами: временем и риском. Риск обусловлен недополучением желаемого прироста капитала и возмещением потерь от инфляции в предстоящем периоде.

Общие расходы на инвестиции формируют инвестиционный спрос, являющийся составной частью совокупного спроса. Инвестиционный спрос формируется потребностями хозяйствующих субъектов в инвестиционных ресурсах.

К ним можно отнести:

— недвижимость (коммерческие, производственные помещения, земельные участки);

— транспортные средства общего и специального назначения; производственное оборудование и механизмы; услуги компаний (например, транспортные, строительные, ремонтные).

Инвестиционный спрос формируется на основе реальных денежных средств, поступающих из разных источников (собственные и заемные). Он выражается в конкретной денежной сумме, которую предприниматель готов выделить для покупки этих товаров.

Можно утверждать, что инвестиционный спрос непостоянная функция, зависящая сразу от нескольких факторов, влияющих на конкретную компанию. Выделяют два вида инвестиционного спроса:

— потенциальный инвестиционный спрос, который можно определить, как планируемые расходы на приобретение инвестиционных товаров. Теоретически каждая компания располагает «лишними» ресурсами, которые она может, но не обязана пускать на развитие собственного бизнеса. Эта сумма активов определяется, как потенциальная возможность инвестирования;

— реальный инвестиционный спрос связан с теми денежными средствами, которые инвестор твердо решил вложить в развитие фирмы.

Инвестиционный спрос характеризуется высокой степенью подвижности и формируется под воздействием целого комплекса факторов¹: экзогенные — факторы внешней по отношению к экономическим агентам-инвесторам среды; эндогенные — факторы внутренней среды экономических агентов-инвесторов. Эти факторы тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. Так, ожидания изменений деловой активности напрямую связаны с тенденциями социально-экономического развития в стране, которые в свою очередь во многом зависят от масштабов и характера принятия инвестиционных решений.

Таким образом, инвестиции и инвестиционный спрос имеют большое значение в функционировании и развитии экономики. Если потребность в инвестиционных ресурсах постоянно увеличивается, это однозначно свидетельствует об экономическом росте в отдельных отраслях или в экономике в целом.

Научный руководитель: *Л. Ф. Шайбакова*,
доктор экономических наук, профессор

¹ *Райская Н.Н., Сергиенко Я.В., Френкель А.А.* Стабильное развитие экономики и инвестиционный спрос // *Мировая экономика и международные отношения.* 2004. № 11. С. 69–78.

Применение поведенческой экономики при проведении экономического анализа

Аннотация. Цель статьи — ответить на вопросы, применимы ли теории и практики поведенческой экономики при проведении экономического анализа и какие горизонты способны открыть поведенческая экономика и внедрение методов и практик в анализ.

Ключевые слова: поведенческая экономика; экономический анализ; экономическая теория.

Поведение и психология человека в экономических операциях играют одну из ключевых ролей, исключить которую никак нельзя, а даже напротив, нужно придавать большее значение и внимание данному течению в анализе. Поведенческая экономика не только прибавляет в уравнение человека как один из факторов, но и приносит больше определенности в те ситуации, когда простые цифры ничего не смогут вам сказать.

Уже давно лауреаты Нобелевской премии, такие как Даниэль Канеман, Амос Тверски и позже Ричард Талер, уверяли, что поведенческая экономика, ее изучение, делает экономику более сложной, но и более точной.

Основная суть поведения человека в экономике заключается в том, что зачастую люди, принимая те или иные решения, не имеют должного времени для того, чтобы принять максимально точное и выгодное для них решение, это связано с когнитивным ограничением людей в целом. Люди — не роботы и не машины, они не способны просчитать все за и против, а потому действуют «как им кажется лучше». Здесь важно отметить, что поведенческая экономика не идет вразрез с классической экономикой. Она, с опорой на классические методы, фокусируется на некоторых иных вещах, которые не привычно видеть в классических моделях анализа. Вот пример, какие вопросы ставит перед исследователем поведенческая экономика: Какие эмоции или предубеждения искажают эти расчеты? Какие рамки или значения по умолчанию определяют результат? Как презентация или выбор времени изменяют поведение?¹

¹ *Behavioral Economics Is Economic Analysis That Includes Humans* — Aslan Patov Founder & CEO, Renascence (Published on March 31, 2025). URL: <https://www.renascence.io/journal/behavioral-economics-is-economic-analysis-that-includes-humans> (дата обращения: 10.04.2025).

Из данных вопросов в дальнейшем стали появляться различные интересные концепции, которые стали обрисовывать сложившиеся на рынке условия совершенно новыми красками. Так, к примеру, теория принятия решений, разработанная Г. Саймоном, приобрела широкую известность. В рамках этой теории было продемонстрировано, что акторы, включая предпринимателей, зачастую стремятся не к максимизации прибыли как таковой, а к достижению достаточного уровня удовлетворения своих желаний и устремлений, которые могут претерпевать значительные изменения.¹ Приведенный пример иллюстрирует, что даже базовые потребности могут объяснить, почему компания придерживается консервативных стратегий и не стремится к расширению на рынке.

Однако стоит учитывать критические замечания в адрес теорий поведенческой экономики. Одним из основных аргументов против них является то, что большинство данных, используемых для подтверждения этих теорий, получены в ходе экспериментальных исследований и могут не полностью отражать реальные рыночные условия. На первый взгляд, это утверждение кажется обоснованным, поскольку большинство доказательств в поведенческой экономике действительно основано на экспериментальных данных, которые неизбежно содержат определенную степень погрешности. Однако важно отметить, что сами концепции поведенческой экономики продолжают развиваться. Эта научная дисциплина появилась сравнительно недавно, и, хотя ее доказательная база еще формируется, а теории продолжают эволюционировать, ее результаты уже активно применяются для анализа макроэкономических показателей, финансовых рынков, государственной экономической политики и других областей².

После рассмотрения основ экономической науки и критического анализа ее методологических подходов возникает вопрос о применимости поведенческой экономики в экономическом анализе. Ответ на данный вопрос является положительным, однако необходимо учитывать специфику использования теоретических положений поведенческой экономики.

Поведенческая экономика позволяет объяснить феномены, которые не поддаются количественному анализу или рациональному объяснению с точки зрения экспертного мнения. Решения, принимаемые инди-

¹ *Поведенческая экономика* // Большая Российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/c/povedencheskaia-ekonomika-709773> (дата обращения: 10.04.2025).

² *Behavioral Finance: An Introduction*, Guido Baltussen, Stern School of Business, New York University & Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1488110 (дата обращения: 10.04.2025).

видами в экономической сфере, часто обусловлены эмоциональными факторами, а не исключительно рациональными расчетами.

Интеграция принципов поведенческой экономики в экономический анализ способствует устранению неопределенностей и повышению точности прогнозирования рыночных условий. Данный процесс уже демонстрирует свою эффективность, поскольку поведенческая экономика активно развивается и расширяет сферу своего применения в экономической науке.

Научный руководитель: *О. А. Соболева*,
кандидат экономических наук, доцент

А. Э. Юрьева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Восприятие и понимание инфляционных процессов студенческой молодежью

Аннотация: исследование посвящено анализу восприятия инфляции студенческой молодежью как социально-экономической группой, обладающей высокой чувствительностью к ценовым колебаниям. Анкетный опрос позволил выявить уровни осведомленности, представления о причинах инфляции и оценку ее влияния на личное благосостояние и экономику страны в целом.

Ключевые слова: инфляция, студенческая молодежь, инфляционные процессы, антиинфляционная политика, финансовая грамотность.

В 2024 г. инфляция в России составила 9,51%, превысив уровень предыдущего года на 2,1 п.п., что соответствует одному из самых высоких показателей в мире. В 2023–2024 гг. инфляция характеризовалась высокой волатильностью, обусловленной внутренним спросом, ослаблением рубля, ростом издержек и санкционным давлением¹. Несмотря на кратковременные периоды замедления, темпы роста цен стабильно превышали 4%. Существенное влияние оказывали как устойчивые, так и волатильные ценовые компоненты. Инфляция привела к снижению покупательной способности, росту потребительских расходов и долговой нагрузки населения.

Молодежь с ограниченными финансовыми ресурсами, прежде всего студенты, наиболее уязвима к инфляционным колебаниям вследствие ограниченных доходов и зависимости от фиксированных источников финансирования. Будучи в переходной стадии между детством и эко-

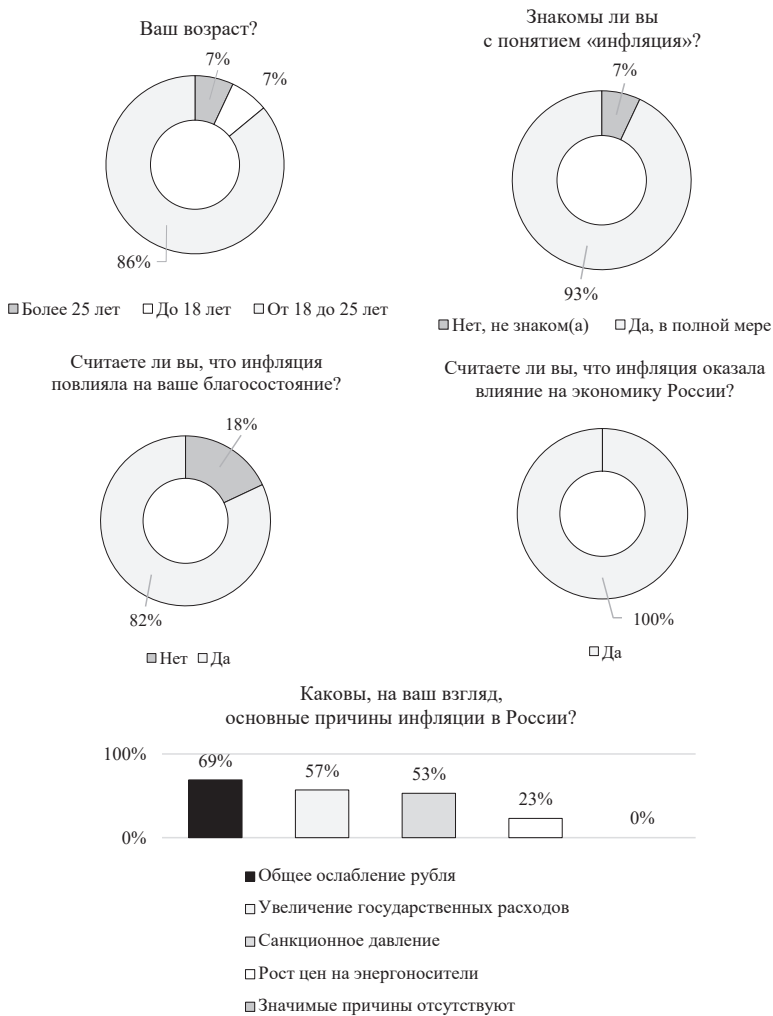
¹ *Зевелева Е. А., Кокунов К. А.* Влияние санкций на социально-экономическое развитие России // Человек. Общество. Инклюзия (Приложение). 2024. № S1-2. С. 457–462.

номически активной взрослостью, студенты особенно чувствительны к росту цен. Их восприятие инфляции определяется личным опытом, уровнем финансовой грамотности и доступом к информации, что придает данной группе особую исследовательскую значимость. Изучение их мнения важно, так как они обладают низкой финансовой защищенностью, не имеют накоплений и ограничены в возможностях компенсации инфляции. Кроме того, студенты формируют экономические ожидания и поведенческие установки, влияющие на их будущее участие в социально-экономических процессах, что делает их отношение к инфляции важным индикатором устойчивости в долгосрочной перспективе.

В рамках исследования выдвигается гипотеза о том, что студенческая молодежь воспринимает инфляцию как значимый фактор, влияющий на их покупательскую способность, при этом ее понимание причин инфляции может быть ограниченным или фрагментарным. Для проверки гипотезы использовались методы теоретического обобщения, сравнительного анализа и эмпирического анкетного обследования. Также в ходе исследования проведено предварительное анонимное анкетирование выборки 30 студентов 1-го курса обучения бакалавриата. Результаты представлены на рисунке.

Некоторые предварительные выводы по результатам опроса: (1) выборка репрезентативно отражает точку зрения возрастной группы, наиболее подверженной влиянию инфляционных процессов в условиях ограниченных финансовых ресурсов; (2) ни один респондент не указал на частичное знание термина, что свидетельствует о достаточно высоком уровне общего представления об инфляции среди участников исследования; (3) респонденты по-разному объясняют причины инфляции, но большинство связывает ее с внешнеэкономическими и фискальными факторами; (4) оценка личных последствий инфляции показала, что 82% опрошенных считают ее негативным фактором, повлиявшим на их благосостояние, тогда как 18% не отметили значимых изменений. В то же время абсолютное большинство респондентов (100%) убеждено во влиянии инфляции на экономику страны в целом.

Исследование показало, что студенческая молодежь в целом осведомлена о явлении инфляции, однако ее представления о причинах и механизмах инфляционных процессов остаются поверхностными.



Результаты анкетного опроса респондентов

Результаты подчеркивают актуальность целевых программ финансовой грамотности, направленных на формирование у студентов более глубокой и системной экономической компетентности. В связи с ограниченным размером выборки необходимо продолжить исследование, расширив эмпирическую базу.

Научный руководитель: *Е. В. Соколова*

Направление 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Д. С. Абышева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности инфраструктурной деятельности сервисных предприятий

Аннотация. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью глубокого анализа взаимодействия между фирмами-производителями и сервисными предприятиями, что является значимым фактором для повышения конкурентоспособности и устойчивости бизнеса.

Ключевые слова: производство; сервис; инфраструктура; развитие; сеть.

Функционирование организаций, выпускающих сложную технику, осуществляется при инфраструктурной поддержке сервисных организаций, деятельность которых локализована в регионах РФ. Производители сложной технической продукции осуществляют производство и первичную установку техники, а сервисные компании осуществляют техническое обслуживание, ремонт, обучение персонала, консультационную поддержку и т. д.

Общим трендом развития сервисной сети до недавнего времени являлось ориентация на глобальные компании, реализующие продукцию в области машиностроения, энергетики, транспортных систем, связи. В рамках общих трендов развития к целям развития сервисной сети относится повышение качества услуг, цифровизация, экологическая повестка, включая практики устойчивого развития.

В связи с появлением прямых запретов на экспорт сложной машиностроительной продукции в Россию, начиная с февраля 2022 г. и прекращением деятельности западных компаний наблюдается снижение конкурентного давления глобальных корпораций и появление рыночных возможностей для отечественного машиностроения, в том числе формирование сети сервисных предприятий [1; 2]. При этом специалисты отрасли отмечают, что сохраняется конкуренция с компаниями с постсоветского пространства, в таких условиях активизируются модели кооперации, позволяющие, с одной стороны, организовать поставки комплектующих и деталей для сервисного обслуживания комплексов оборудования, произведенного западными компаниями, а, с другой сто-

роны, сформировать систему сервисного обслуживания покрывающую всю территорию страны.

Такая ситуация формирует условия для инвестирования в проекты несущие инновационное обновление, оптимизацию производственных мощностей сервисной инфраструктуры и формирования инструментов, поддерживающих связи с партнерами из дружественных государств [3].

Библиографический список

1. *Плахин А.Е., Огородникова Е.С., Раджаб М.* Модели адаптации внешнеэкономической деятельности российских компаний в условиях санкционного давления // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.* 2024. Т. 17, №4. С. 126–143.
2. *Арефьев П.В.* Разрушение цепочек поставок и цепочек создания добавленной стоимости в результате санкционного противоборства. Проблемы и новые возможности для российских компаний // *Управленческий учет.* 2024. №2. С. 13–18.
3. *Татарова С.П., Коротков Е.С.* Оценка состояния креативных индустрий и поиск инструментов по совершенствованию их функционирования // *Креативная экономика.* 2024. Т. 18, № 1. С. 127–144.

Научный руководитель: *Е. С. Огородникова*,
кандидат экономических наук, доцент

В. Н. Байбулатова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Психологические аспекты поведения потребителей при онлайн-покупках недвижимости

Аннотация. Рассматриваются поведенческие и эмоциональные особенности принятия решений при онлайн-покупке недвижимости в условиях цифровой экономики. Особое внимание уделяется вопросам доверия, информационной асимметрии и безопасности персональных данных. Обосновывается необходимость интеграции психологических факторов в маркетинговые стратегии цифровых платформ.

Ключевые слова: онлайн-покупки; недвижимость; потребительское поведение; психология; доверие; цифровой маркетинг.

За последние десятилетия рынок электронной коммерции демонстрирует устойчивый рост: по данным аналитического агентства Data Insight, в 2023 г. объем рынка e-commerce в России достиг 7,8 трлн р., из которых более 4% приходится на сегмент сделок с недвижимостью

в формате онлайн-броней и удаленного оформления¹. Переход к цифровому формату покупки недвижимости стал возможен благодаря технологическим решениям, но окончательное решение о покупке остается за человеком, руководствующимся не только рациональными, но и эмоциональными критериями [1].

Онлайн-покупка жилья, несмотря на ее удобство, сопряжена с рядом психологических барьеров. В отличие от классического оффлайн-подхода, где возможна физическая оценка объекта, в цифровой среде важнейшее значение приобретает доверие к платформе и визуализация недвижимости. Исследования показали, что более 67% респондентов признают необходимость «увидеть» квартиру вживую перед принятием решения, однако 43% готовы рассматривать покупку онлайн при наличии видеотуров, отзывов и официальных гарантий застройщика [3].

Психологическая модель потребителя в условиях онлайн-среды претерпевает изменения. Согласно Д. Канеману, большинство решений принимается бессознательно, и лишь 5% — осознанно [2]. Это особенно актуально для рынка недвижимости, где значительное влияние оказывают визуальные образы, эмоции и ассоциации, вызываемые объектом. Формирование положительного первого впечатления, привлекательный интерфейс и контент, ориентированный на потребности целевой аудитории, становятся факторами успеха. Анализ поведенческих моделей потребителей в сфере электронной коммерции, включая сегмент онлайн-продаж недвижимости, подтверждает сохранение классической структуры принятия решений: от осознания потребности до оценки после покупки. Однако цифровая среда вносит коррективы, особенно на этапах поиска и сравнения. Избыточность и неоднородность информации в интернете усложняют принятие решений, усиливая информационную асимметрию: около 31% покупателей затрудняются проверить юридическую чистоту объектов, включая наличие обременений и ограничений [4]. Наряду с этим, значимую роль в формировании доверия к платформе играет степень защищенности персональных данных. Повышение числа киберинцидентов и утечек информации вызывает у пользователей обоснованные опасения. По информации, представленной в ежегодном отчете Центра компетенций по цифровой экономике Российской Федерации за 2024 г., более половины респондентов (58%) отметили тревожность по поводу возможной компрометации своих персональных данных при заключении сделок в онлайн. Среди наиболее чувствительных рисков пользователи выде-

¹ Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2024 // Data Insight. 2024. 3 мая. URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2023 (дата обращения: 12.04.2025)

ляют несанкционированный доступ к паспортным данным, банковской информации и электронной почте.

Интернет-платформы, работающие в сегменте онлайн-продаж недвижимости, испытывают растущие требования к технической безопасности и юридической прозрачности. Для укрепления доверия пользователей необходимы понятные условия обработки персональных данных, четкая политика конфиденциальности и использование многофакторной аутентификации. В условиях увеличения объема дистанционных сделок возрастает актуальность правового регулирования, обеспечивающего защиту прав онлайн-покупателей. Современные цифровые инструменты — виртуальные туры, 3D-визуализация, алгоритмы ИИ — способствуют снижению неопределенности и росту доверия. Однако наибольшая эффективность достигается при сочетании технологической надежности с психологически ориентированной коммуникацией.

Таким образом, в условиях цифровизации экономики особую актуальность приобретает исследование психологии покупателя в сфере онлайн-продаж недвижимости. Компании, игнорирующие психологические особенности принятия решений, рискуют потерять доверие аудитории. Внедрение персонализированного контента, формирование доверительной среды, визуализация ценности объекта — все это становится неотъемлемой частью маркетинговых стратегий будущего.

Библиографический список

1. *Иванов С.А.* Онлайн-платформы в сфере недвижимости: опыт и перспективы // Журнал недвижимости. 2023. № 2. С. 21–28.
2. *Канеман Д.* Думай медленно ... решай быстро. М.: АСТ, 2025. 656 с.
3. *Петренко Е.В.* Психология онлайн-покупок: факторы влияния на принятие решений // Вестник психологии. 2021. № 1. С. 35–40.
4. *Соломон М.Р.* Поведение потребителей: искусство и наука побеждать на рынке. М.: ДиаСофт, 2003. 777 с.

Научный руководитель: *А. И. Матвеева*,
доктор философских наук, доцент

Технологическое предпринимательство как механизм стратегического развития компаний по переработке рыбы и морепродуктов

Аннотация. Рассматривается роль технологического предпринимательства в стратегическом развитии компаний, занимающихся переработкой рыбы и морепродуктов. Статья содержит рекомендации для бизнеса, государства и научных учреждений.

Ключевые слова: рыбоперерабатывающая отрасль; развитие технологий; стратегия развития; конкурентное преимущество; технологическое предпринимательство.

Технологическое предпринимательство в пищевой и рыбоперерабатывающей промышленности, является предпринимательством в сфере производственных технологий, инновационных продуктов, услуг, новых форм труда, организации производственных процессов, обслуживания и управления.

Рыбоперерабатывающая отрасль России относится к основным источникам обеспечения населения страны пищевыми продуктами, имеет огромный сырьевой потенциал, является комплексным сектором экономики, включает в себя добычу водных биологических ресурсов, переработку, воспроизводство, логистику [1]. По данным Росрыболовства, в 2025 г. общий вылов будет увеличен на 29 %. Россия занимает 4-е место по объемам вылова в мире.

Учитывая все плюсы, развитие данного сектора сдерживается рядом взаимосвязанных факторов, основными из которых являются: технологические и технические отсталости предприятий по переработке рыбы и морепродуктов.

Венчурный капитал и государственные субсидии в основном направлены на добычу сырья, разработку новых мест вылова, на модернизацию и оснащение флота.

В рамках развития технологического предпринимательства, можно опираться на три ключевые теории:

— теория динамических способностей — это инструмент внутренней среды фирмы по реконструкции внешней среды [2];

— модель тройной спирали — модель организации рыночного общества, в которой университеты, бизнес и государство обособлены друг от друга;

— теория креативного разрушения — объясняет, что внедрение новых технологий приводит к «разрушению» старых методов, это необходимо для развития и конкурентоспособности компании.

Для развития технологического предпринимательства в рыбоперерабатывающей отрасли рекомендуется произвести следующее:

— среднему и малому бизнесу следует инвестировать в современное оборудование, автоматизированные линии для разделки и упаковки рыбы, оборудование для дефростации и шоковой заморозки. Установка инновационного оборудования повысит выработку производственных линий и качество выпускаемого продукта.

— в рамках государственной поддержки — выделять субсидии на модернизацию предприятий, предусмотреть льготное кредитование. Также важно модернизировать инфраструктуру, и логистические цепочки в регионы.

— рыбоперерабатывающим компаниям перенять опыт стран, занимающих лидирующие позиции в области технологического предпринимательства [3].

Для развития отрасли рекомендуется создание кластеров, которые будут объединять все взаимосвязанные цепочки производства: вылов, переработку, логистику до конечного потребителя. В качестве примера успешного кластера стоит рассмотреть Мурманскую область. В регионе крупная сырьевая база, современные портовые мощности, более высокий технологический уровень развития. В Приморском крае расположено более 60 % производственных мощностей по переработке рыбы, но учитывая большие объемы вылова, слабую инфраструктуру и логистические цепочки, создаются сложности для развития. Урал, несмотря на удаленность от мест вылова, имеет большой потенциал для развития. Основными преимуществами Урала являются: развитые логистические цепочки по регионам РФ, потребительский спрос на морепродукты, невысокая конкуренция среди предприятий по переработке рыбы.

Компаниям следует инвестировать в современные технологии по переработке рыбы, развивать сотрудничество с институтами. Институтам следует активно проводить исследования в области новых технологий.

Технологическое предпринимательство в отрасли по переработке рыбы и морепродуктов имеет большой потенциал для развития. Для достижения результатов, необходимы совместные усилия бизнеса, государства и научных учреждений, направленных на модернизацию научно-технических, технологических, продуктовых и производственных стратегий.

Библиографический список

1. *Деркач С. Н., Левкина Е. В.* Инновационные пути развития предпринимательства (на примере рыбной отрасли Приморского края) // Территория новых возможностей. 2015. № 3 (30). С. 34–38.
2. *Орехова С. В.* К дискуссии о динамических способностях фирмы // Современная конкуренция. 2012. № 1. С. 12–20.
3. *Вареца Р. А.* Роль технологического предпринимательства в сфере промышленности в современных условиях // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 138–146.

Научный руководитель: *А. Е. Плахин*,
доктор экономических наук, доцент

Е. Ю. Борисова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторы эффективности функционирования предприятия

Аннотация. Представлены основные группы факторов, оказывающие воздействие на эффективность предпринимательских проектов; выделены группы внешних и внутренних по отношению к предприятию групп факторов; обозначены механизмы их воздействия.

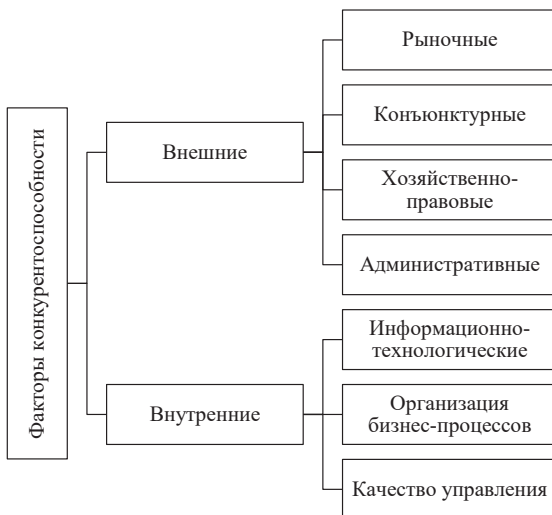
Ключевые слова: эффективность; факторы; предпринимательство; развитие.

Эффективность реализации предпринимательского проекта зависит от того на сколько предприниматель будет умело распоряжаться ограниченным набором ресурсов: деньги, персонал, помещения, оборудование, время и пр. Более эффективным будет именно та компания, которая при прочих равных получит больше выгоды в виде прибыли, расширения доли рынка, укрепления бренда и деловой репутации [1].

Факторы, которые непосредственно воздействуют на уровень эффективности работы компании, можно сгруппировать по отношению к границам организации на внешние и внутренние (см. рисунок).

Рыночные факторы заставляют компанию работать эффективнее потому, что речь идет о размерах прибыли — правильные действия в данном направлении увеличивают получаемые предприятием выгоды (репутационные, стратегические, финансовые и пр.), в то время как ошибки могут привести к негативным последствиям, вплоть до ухода с рынка из-за банкротства. Конъюнктурные факторы могут дать компа-

нии какие-то преимущества в сравнении с конкурентами — например, обеспечить доступ к важной инсайдерской информации. Хозяйственно-правовые и административные факторы решают вопрос снижения издержек за счет расширения перечня имеющихся ресурсов, но, как уже говорилось выше, при нерациональном использовании данных ресурсов бизнесу не удастся добиться должного уровня эффективности [3].



Факторы эффективности реализации предпринимательского проекта [2]

На внешние факторы для предприятия воздействовать затруднительно даже при хорошо поставленной маркетинговой работе. Значительно более перспективным решением было бы оценивать внутренние факторы, которые могли бы повысить эффективность работы предприятия и тем самым увеличить его конкурентоспособность. С этой точки зрения наибольшее значение приобретает анализ ключевых бизнес-процессов предприятия, оценка показателей результативности и эффективности которых должна показать то насколько правильно построена операционная деятельность компании, какие существуют проблемы и узкие места, требующие первоочередных организационно-технических решений по их решению.

Библиографический список

1. Кустова И. Н. Повышение эффективности деятельности предприятия // Евразийский союз ученых. 2018. № 11 (56). С. 43–47.

2. Нечаева С.Н., Малицкая В.Б. Оценка факторов экономической эффективности на микро-уровне // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010. №3. С. 83–88.

3. Князева Е.В., Шаповал Е.В. Эффективность деятельности предприятия и факторы, влияющие на нее // Вестник университета. 2018. №2. С. 112–115.

Научный руководитель: П. П. Рыскин,
кандидат социологических наук, доцент

Ю. С. Булдакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ролевая модель предпринимательских команд

Аннотация. Рассматривается социо-психологическая модель функционирования предпринимательской команды, в которой выделены интеллектуальные, социальные и процессные роли участников.

Ключевые слова: проектная команда; социо-психологическая модель; интеллектуальная роль.

Доктор психологических наук Р.М. Белбин в середине XX в. сформировал модель, определяющую взаимодействие между членами команды. Он выделил девять типов ролей членов команды, которые разделены на три группы: интеллектуальные (генератор идей, специалист, аналитик-стратег); социальные (душа команды, координатор, исследователь ресурсов); активные или действующие (мотиватор, педант, реализатор) [1].

Основной идеей данной модели является предположение о том, что наибольшей эффективности команда может достигнуть в том случае, когда в нее включены люди, имеющие разные способности, образы мышления и личностные качества. При этом основным критерием отбора являются не отличия между членами команды, а их способность дополнять их. Только в этом случае каждый работник будет выполнять свои задачи и после их выполнения передавать их дальше, не пытаясь выполнить задачи следующего участника команды.

Интеллектуальные роли включают следующие разновидности:

— генератор идей выполняет задачи, связанные с изобретательством и новаторством, чаще всего именно он является руководителем. Особо значима роль генератора идей при создании проекта или в тех случаях, когда в реализации рабочего процесса обозначились определенные проблемы и необходимо провести действия, направленные на их преодоление;

— аналитик-стратег должен обладать объективностью и проницательностью, в обязанности этого участника входит проведение анализа возможностей проекта. В большинстве случаев в качестве аналитика выступает хладнокровный человек, обладающий высоким уровнем интровертности, особо значима его роль во время стратегического планирования [2];

— специалист — эксперт с высоким уровнем целеустремленности, имеющий высокий уровень профессионализма, а также готовый делиться своими знаниями с другими представителями команды. Особая значимость этого участника возникает на начальных этапах реализации проекта, когда важно определить и реализовать все технические нюансы его реализации.

Социальные роли проектной команды включают [3]:

— *душа команды* обладает мягкостью и дипломатичностью, чаще всего является наиболее популярным членом команды. Для данной роли характерен высокий уровень эмпатии, что способствует формированию дружеской атмосферы и участвует в разрешении конфликтных ситуаций;

— *исследователь ресурсов* зачастую обладает экстравертностью и харизматичностью. В его сферу навыков входит способность налаживать отношения, грамотно организовывать ведение переговоров. Кроме того, этот специалист проводит договорную работу как с поставщиками, так и с клиентами компании;

— *координатор* осуществляет основную организационную работу. Зачастую является лидером команды. В его функции входит распределение задач, установление сроков их выполнение и контроль результатов. Этот специалист знает все особенности каждого члена команды и может использовать их преимущества для достижения поставленных перед командой целей.

Процессные роли включают:

— роль мотиватора, который выполняет функции по стимулированию участников команды к действиям. Он способен вести за собой команду, при этом чаще всего негативно реагирует на неудачи;

— реализатор ориентирован на дисциплинированное выполнение поставленных перед ним задач, чаще всего обладает высоким уровнем консервативности и руководствуется здравым смыслом;

— контролер имеет высокий уровень тревожности и добросовестности, ему обычно поручают завершение проекта, его оформление. Основные качества — аккуратность, внимательность, нежелание делегировать свои обязанности, перфекционизм. Этот участник обладает

высоким уровнем ответственности и искренним сопереживанием за результат.

Кроме того, при организации командной работы важно понимать, что для каждого психотипа характерна склонность к наилучшему восприятию информации, поданной в том или другом виде, эти особенности проявляются как в личной жизни, так и в профессиональной работе. Проведенные исследования доказали, что для различных психотипов характерно наличие предрасположенности к различным видам деятельности.

Библиографический список

1. *Белбин Р.М.* Эффективные менеджеры: секрет их успеха с позиции теории командных ролей // Вестник Московского университета. Серия 24: Менеджмент. 2010. № 1. С. 11–25.
2. *Логинов С.В., Эргашев С.К.* Мобильные сервисы стимулирования двигательной активности в условиях действия антироссийских экономических ограничений // Урал — драйвер неиндустриального и инновационного развития России: материалы V Уральского экономического форума (Екатеринбург, 19–20 октября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 133–138.
3. *Шуралева Н.Н., Кочерьян М.А., Давыдова Е.В.* Оценка лояльности сотрудников к ценностям корпоративной культуры организации // Вестник Академии знаний. 2023. № 6 (59). С. 733–735.

Научный руководитель: *С.С. Фагина*

О.Д. Бухориева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль сервисных предприятий в повышении качества обслуживания

Аннотация. Статья посвящена определению направлений работы сервисных предприятий в современной экономике. Сформулирован вывод о необходимости использования современных стандартов управления качеством, что позволяет получать обратную связь от клиентов.

Ключевые слова: сервисные предприятия; управление; обратная связь; инструменты анализа.

Сервисные предприятия играют ключевую роль в системе обслуживания, выступая связующим звеном между производителями и конечными потребителями. Их основная задача заключается в предоставлении услуг, которые дополняют и поддерживают продукцию производителя, обеспечивая ее оптимальное функционирование и удовлетворение по-

требностей клиентов. В условиях современного рынка, где качество обслуживания становится важным конкурентным преимуществом, сервисные предприятия становятся неотъемлемой частью стратегии производителей [1]. Производители и сервисные предприятия используют различные методы взаимодействия для повышения качества обслуживания. Один из ключевых способов заключается в интеграции процессов и обмене данными, что позволяет оперативно реагировать на запросы клиентов и предоставлять персонализированные услуги. Кроме того, совместные программы обучения и сертификации сотрудников способствуют унификации стандартов качества и повышению профессионализма в обслуживании.

Примеры успешного взаимодействия производителей и сервисных предприятий в России включают сотрудничество таких компаний, как «Газпром» и «Роснефть», с их сервисными партнерами. Эти предприятия активно используют возможности сервисных компаний для обеспечения высокого уровня обслуживания своих клиентов. Такой подход не только повышает удовлетворенность потребителей, но и укрепляет репутацию производителей на рынке. Сервисные предприятия оказывают значительное влияние на удовлетворенность потребителей, обеспечивая качественное и своевременное обслуживание. Исследование 2021 г. показало, что компании, предоставляющие высококачественные сервисные услуги, имеют на 30% больше шансов удержать клиентов. Это свидетельствует о важности таких предприятий для формирования лояльности клиентов и поддержания конкурентоспособности производителей. В этом контексте аутсорсинг послепродажного обслуживания продукции, рассматриваемый как форма альянса производителя с сервисной компанией, становится важным инструментом для повышения качества обслуживания и, следовательно, уровня удовлетворенности потребителей [2].

Стандарты качества в сфере сервисных услуг представляют собой совокупность установленных норм и требований, направленных на обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов. Они включают в себя такие аспекты, как время реакции на запрос клиента, точность выполнения услуг и уровень профессионализма сотрудников. Введение стандартов позволяет создать единый подход к оценке качества и установить базовые критерии, которые должны соблюдаться всеми участниками процесса, что особенно важно для обеспечения конкурентоспособности предприятий, работающих на рынке сервисных услуг.

Применение международных стандартов, таких как ISO 9001, и отечественных стандартов, разработанных Росстандартом, позволяет

унифицировать процессы предоставления сервисных услуг и повысить их качество. Россия, будучи членом Международной организации по стандартизации, активно внедряет эти стандарты. Согласно данным Росстандарта, к 2020 г. около 60% российских предприятий приняли стандарты ISO 9001, что свидетельствует о значительном прогрессе в области управления качеством. Одним из ключевых методов измерения удовлетворенности клиентов является использование индекса Net Promoter Score (NPS), который широко применяется в российских компаниях. Этот метод позволяет определить, насколько клиенты готовы рекомендовать услуги компании своим знакомым. Высокий показатель NPS свидетельствует об удовлетворенности клиентов и высоком уровне качества предоставляемых услуг. Данный метод помогает выявить слабые стороны в работе предприятия и своевременно их устранить [3].

Сбор и анализ обратной связи позволяет выявить недостатки в работе предприятия и разработать меры по их устранению, что способствует повышению качества обслуживания и укреплению доверия клиентов.

Библиографический список

1. Багаутдинова Н.Г., Никулин Р.А. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации // *Инновации*. 2018. № 8 (238). С. 80–83.
2. Повтарева В.А., Жаров В.Г. Роль и место средних сервисных предприятий в современных рыночных условиях // *Современные проблемы туризма и сервиса: сб. ст. науч. докл. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. (Черкизово, 25 апреля 2019 г.)*. Черкизово: РГУТИС, 2019. С. 125–133.
3. Григорьева А.А., Пирогова О.Е. Методики оценки ресурсного потенциала сервисных предприятий // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2017. № 1 (19). С. 101–108.

Научный руководитель: *К.В. Ростовец*,
кандидат экономических наук, доцент

Роль инновационных проектов в развитии экономики

Аннотация. Рассматриваются вопросы инновационного развития и связанных с ним экономических процессов. В результате исследования сделан вывод о том, что инновационная деятельность создает благоприятные эффекты в экономике.

Ключевые слова: инновационная деятельность; развитие; эффективность; рост.

Инновационная деятельность включает в себя создание, разработку и внедрение новых идей, технологий, продуктов или услуг, которые направлены на удовлетворение потребностей общества и повышение эффективности производственных процессов. Этот процесс охватывает как научные исследования, так и практическую реализацию их результатов, что делает его ключевым элементом современной экономики. Сущность инновации как экономической категории «отражает наиболее общие и существенные свойства, признаки, связи и отношения производства и реализации нововведений» [1, с. 219].

Другим важным признаком является ориентация на практическое применение. Инновации направлены на удовлетворение конкретных потребностей или решение актуальных проблем. Внедрение таких технологий, как цифровые платформы, способствует оптимизации процессов в различных отраслях экономики. Анализ показывает, что дело не в количестве законов, а в механизме и обязательности их исполнения [2]. Это подчеркивает значимость не только самих технологий, но и их интеграции в существующие системы и процессы, что позволяет максимально эффективно использовать их потенциал.

Инновационная деятельность является важным фактором для устойчивого экономического роста и повышения конкурентоспособности страны. Согласно данным Росстата, в 2020 г. объем затрат на научные исследования и разработки в России составил около 1 % ВВП, что указывает на значительные инвестиции в эту сферу. Вместе с тем, сравнительный анализ российского и зарубежного опыта «зеленого» инновационного развития выявляет ощутимые различия в темпах и качестве этого процесса [3].

Технологические инновации представляют собой изменения, связанные с созданием и внедрением новых или существенно улучшенных продуктов, процессов и технологий. Они являются основой научно-технического прогресса и играют ключевую роль в развитии экономики.

Примеры таких инноваций включают разработки в области искусственного интеллекта, робототехники и нанотехнологий, которые находят применение в различных отраслях промышленности.

Примером успешного влияния инновационных проектов служит программа «Национальная технологическая инициатива», которая способствовала развитию более 50 инновационных проектов в различных регионах России. Данные проекты, охватывающие разработку новых технологий и продуктов, не только способствуют экономическому росту, но и укрепляют технологический суверенитет страны. В рамках государственной политики в области инновационной деятельности предусмотрены различные преференции, включая налоговые льготы, что позволяет более эффективно реализовывать инноваторские ресурсы регионов.

Инновационные проекты способствуют созданию новых рабочих мест, особенно в высокотехнологичных отраслях, что помогает снизить уровень безработицы в регионах. Например, стартап «Сколково» в Москве создал более 3000 рабочих мест в сфере высоких технологий, что свидетельствует о значительном влиянии инновационной деятельности на рынок труда. Развитие инновационных проектов существенно повышает инвестиционную привлекательность регионов. Примером может служить региональная инновационная программа в Татарстане, которая привлекла более 500 млн рублей иностранных инвестиций. Это свидетельствует о том, что инновации могут стать важным фактором для привлечения капитала и развития экономики.

Инновационные проекты укрепляют научно-технический потенциал регионов за счет привлечения специалистов, создания исследовательских центров и внедрения передовых технологий. Все вышеперечисленное превращает регионы в центры притяжения для научных кадров и инвесторов, что, в свою очередь, способствует развитию местной экономики и повышению ее устойчивости. Становление и развитие соответствующих институтов позволит полностью раскрыть потенциал как наемных работников, так и предпринимателей и государства.

Библиографический список

1. *Сафронов И. В.* Понятия «инновация» и «инновационная деятельность»: сущность и содержание // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. 2008. Т. 1, №4 (14). С. 217–226.

2. *Логинова Е. В.* Повышение инвестиционной привлекательности региона // Материалы докладов 57-й междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов: в 2 т. (Витебск, 18–19 апреля 2024 г.). Витебск: ВГТУ, 2024. С. 346–347.

3. *Hughes S.F.* A new model for identifying emerging technologies // *Journal of Intelligence Studies in Business*. 2017. Vol. 7, no. 1. P. 79–86.

Научный руководитель: *М. В. Селезнева*

К. С. Емельянова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Методы оценки предпринимательских компетенций

Аннотация. Материалы статьи освещают методическое наполнение процесса оценки предпринимательских компетенций. Автор делает вывод о целесообразности использования компетентностных интервью, тестирования, методов ассесмент-центра и проблемно-аналитических деловых игр.

Ключевые слова: предпринимательские компетенции; метод; ассесмент-центр; интервью.

Оценка предпринимательских компетенций может проводиться с использованием разных методов таких как компетентностное интервью, тестирование, метод ассесмент-центра, проведение проблемно-аналитических деловых игр [1]. При реализации компетентностного интервью проводится структурированная беседа, в ходе которой исследователь получает детальное описание тех ситуаций, с которыми потенциальный предприниматель сталкивается в ходе осуществления деятельности. Плюсом данной методики является то, что исследователь может изменять вопросы в зависимости от того, какие компетенции или навыки потенциального предпринимателя ему нужно оценить.

В ходе тестирования используются заранее разработанные наборы вопросов с вариантами ответа на них. Также к тестам прилагается методика интерпретации ответов, в соответствии с которой исследователь выявляет наличие тех или других способностей, навыков, компетенций и настроений [2]. Из всех существующих методов оценки тестирование является самым формализованным, что снижает уровень субъективности оценки. При этом имеется и негативный момент — потенциальный предприниматель может заранее подготовиться к тестированию, изучить тест и дать те ответы, которые позволят ему незаслуженно получить высшую оценку.

Метод Ассесмент-центра позволяет исследователю изучить особенности поведения потенциального предпринимателя в той или иной проблемной ситуации, которая может возникнуть в ходе выполнения профессиональных функций и задач. При этом исследование проводится не столько для того, чтобы понять, насколько потенциальный пред-

приниматель знает «правильное» решение, сколько для оценки особенностей его поведения в сложных и кризисных ситуациях, склонности принимать рискованные решения, способности активно и оперативно решать возникшие проблемы, даже если не было никаких свидетельств о возможности возникновения кризисной ситуации [3].

Проведение проблемно-аналитических игр в целом пересекается с предыдущей методикой и в некоторых случаях может служить частью инструментария этой технологии. Главным отличием от предыдущей методики является то, что проблемно-аналитическая игра — это метод групповой оценки. То есть в данном случае проводится оценка не только индивидуальных способностей и склонностей сотрудника, но и его способность работать в группе, склонность к подчинению или, наоборот, занятию лидерских позиций, умение организовать работу группы, определить способность к системности и критичности мышления, наличие креативности и других способностей, необходимых для сотрудников руководящих должностей.

Если для оценки будет использована не одна методика, а несколько в виде комплекса, при котором для результатов каждой методики будет определено определенное значение весового коэффициента, дает возможность получить обоснованное мнение об уровне развития навыков и компетенций потенциального предпринимателя с минимизацией влияния посторонних факторов (субъективность оценки, состояние здоровья, настроение и другие индивидуальные характеристики оцениваемого в момент оценки — разные методики применяются в разные дни, поэтому личное состояние работника будет изменяться в разные дни). Важно, чтобы в ходе оценки использовались те методики, которые уже доказали валидность. Особенно это важно в том случае, если оценка проводится с использованием только одной методики. В тех случаях, когда используется комплекс методик, в него можно включить новые, непроверенные, разработанные в рамках компании. При этом весовой коэффициент, присвоенный новой непроверенной методике, должен быть ниже, чем у тех, которые уже доказали свою валидность.

Библиографический список

1. *Махмутова Е. Н., Воронина Р. Н.* Проектирование образовательной среды вуза для развития предпринимательских компетенций студентов // Российский психологический журнал. 2022. Т. 19, № 3. С. 123-134.
2. *Шуралева Н. Н.* Актуальные направления анализа корпоративной культуры организации // Материалы докладов 57-й междунар. науч.-техн. конф. пре-

подавателей и студентов: в 2 т. (Витебск, 18–19 апреля 2024 г.). Витебск: ВГТУ, 2024. С. 350–351.

3. Корнова Г.Р., Логинова Е.В. Оценка уровня активации персонала контактной зоны организации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2021. № 1 (157). С. 60-65.

Научный руководитель: *Н. Н. Шуралева*

М. О. Иванов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Методы оценки предпринимательских рисков

Аннотация. Рассмотрены вопросы организации бизнеса на рынке шин и проводов РФ. Сформулирован вывод: в текущей ситуации возможен рост спроса, что формирует благоприятные условия для начала предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: рынок; спрос; увеличение продаж; стратегия.

Сущность предпринимательской деятельности заключается в получении прибыли в условиях принятия рисков хозяйственной деятельности. Соответственно риски являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности и нуждаются в своевременной оценке. Заблаговременно анализируя риски, можно предоставить своим сотрудникам информацию, необходимую для предотвращения опасных сценариев. Обнаружив эти потенциальные опасности с помощью анализа рисков, предприниматель может принять необходимые меры предосторожности.

Рассмотрим несколько популярных методов анализа управленческих рисков [1]:

— анализ галстука-бабочки — это метод анализа рисков, используемый для их управления и снижения. Начиная этот процесс с наблюдения за потенциальным риском и разделения его на две категории: одна включает все потенциальные способствующие факторы, а другая перечисляет все потенциальные последствия. По результатам группировки можно создавать новые практики, которые устраняют каждую из потенциальных причин и последствий;

— техника Дельфи — это метод анализа рисков, похожий на мозговой штурм, но разница в том, что техника Дельфи в значительной степени зависит от использования мнений экспертов на протяжении всего процесса. Эти заключения позволяют оценивать, выявлять и анализировать риски индивидуально. Оттуда каждый эксперт рассматривает

другие риски для создания реестра рисков, который может включать все потенциальные риски и последствия;

— SWIFT-анализ [2] или «структурированный метод «что, если», включает командный подход в среде семинара. Этот процесс включает в себя оценку того, как изменения нового реализованного плана или проекта могут повлиять на потенциальный проект. Используя вопросы «что, если», команды могут определить, как изменения могут повлиять на проект или инициативу в будущем. Например, можно провести SWIFT-анализ, когда компания должна изменить протоколы, чтобы соответствовать новым ограничениям безопасности, наложенным государством, что в конечном счете позволит компании определить, эффективны ли новые протоколы и как их улучшить, чтобы они соответствовали требованиям;

— матрица вероятности/последствий [3] является известным методом оценки серьезности риска при проведении качественного анализа риска и может оценивать риски на всех уровнях компании. Матрица вероятности/последствий представляет собой практический метод ранжирования серьезности различных рисков путем расчета потенциального воздействия риска, что не только позволяет компаниям лучше определять общую серьезность риска, но также позволяет определить основные факторы, способствующие каждому потенциальному риску. Владелец тренажерного зала, заинтересованный в проведении анализа рисков, может использовать матрицу вероятности/последствий для оценки правил и процедур, касающихся оборудования и гигиены. Матрица вероятности/последствий может помочь им определить, какие области их рекомендаций по гигиене требуют внимания для обеспечения безопасности их бизнеса;

— метод анализа дерева решений помогает людям и компаниям определить наилучший план действий и сценарии. Чтобы применить этот метод, компании начинают с анализа предлагаемого решения и определения различных возможных результатов решения. После того, как вы перечислите все потенциальные результаты, а также вероятность их возникновения, можно будет выбрать наилучший план действий для каждой проблемы.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на факт того, что управленческая эффективность напрямую связана с работой команды, применение ряда методик и инструментов управления рисками способно оценить и предварительно оценить негативные последствия от неудачных управленческих решений.

Библиографический список

1. *Страхова Н. А., Кармазин С. А.* Характеристика наиболее используемых методов анализа рисков // *Наукоедение*. 2013. № 3 (16). С. 122.
2. *Самоволева С. А.* Анализ рисков инновационных проектов // *Управление наукой и наукометрия*. 2006. № 1. С. 227–235.
3. *Логинов С. В., Гиматов Е. П.* Анализ факторов поведенческой экономики в контексте вторичного рынка билетов на матчи чемпионата Европы по футболу — 2020 // *Культура физическая и здоровье*. 2024. № 3 (91). С. 291–297.

Научный руководитель: *И. С. Кудрявцев*

А. А. Калякина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Применение бизнес-модели «Использование по максимуму»

Аннотация. Бизнес-модель «Использование по максимуму» позволяет увеличить прибыльность предприятия и работать с максимальной эффективностью. Рассматриваются перспективы применения данной модели в производственной деятельности.

Ключевые слова: бизнес-модель; дополнительный доход; ресурсы; производство; инновации.

В современных реалиях при ведении бизнеса предприниматель стремится к достижению максимальной эффективности и прибыльности производства. Для этого актуально применение бизнес-модели «Использование по максимуму» [1, с. 208–211]. Ее суть заключается в том, что деятельность компании осуществляется не только в рамках основной специализации, но и выходит за ее пределы. Так, целесообразна продажа ресурсов, которые уже участвовали в производственном цикле и не могут быть использованы в нем повторно другим производителям — так компания получает дополнительный доход. Аналогично можно использовать интеллектуальные ресурсы, которые накапливаются в процессе деятельности компании, но не находят применения: в оказании консультационных услуг, монетизируя нереализованный потенциал.

Данная модель является выигрышной, поскольку в случае неполадок на основном производстве компания не останется без источников дохода, имея возможность восстановить деятельность при непрерывающемся получении выручки.

Истоки данной модели лежат в основе компании Porsche, созданной в 1931 г., специализирующейся на производстве автомобилей. Porsche не просто создает автомобили, а глубоко исследует аспекты процесса производства. Это обеспечивает возможность осуществлять грамотную и профессиональную поддержку клиентов по вопросам эксплуатации автомобилей. На начальных этапах деятельности компании производственные мощности Porsche не были задействованы в полном объеме, в связи с этим инженерные средства направлялись на продажу, формируя вспомогательные источники дохода.

Бизнес-модель «Использование по максимуму» также используется швейцарской компанией Sulzer, монетизирующей профессиональные знания посредством продажи инновационных разработок сторонним клиентам для финансирования своей дальнейшей исследовательской деятельности. Клиенты используют интеллектуальные ресурсы компании для повышения производительности своих производств [4]. Таким образом, использование интеллектуальных ресурсов компании по максимуму приводит к развитию отрасли в целом.

В качестве усовершенствования бизнес-модели «Использование по максимуму» целесообразно эффективно использовать не только имеющиеся у компании ресурсы (как материальные, так и интеллектуальные), но и связи с поставщиками и другими производителями. К примеру, за оказание консультационных услуг компанией получать поставку материалов на более выгодных условиях (по сниженной цене).

Также актуально внедрять элементы цифровизации в данную бизнес-модель, поскольку это позволит повысить эффективность и производительность труда, масштабировать производство, увеличить клиентскую базу и выйти на международный рынок [3].

Помимо этого, перспективой применения данной бизнес-модели является создание широкомасштабных производственных комплексов, преимуществом которых является производственная деятельность, особенностью которой является минимизация количества отходов за счет повторного использования материалов. Так, например, немецкая компания BASF образует структуру заводов, позволяющую расходовать сырье более эффективно и использовать ресурсы вторично. Перспективным также является создание комплексов металлургических и химических заводов. Выхлопные газы металлургических заводов содержат углекислый газ, который можно применять для создания мочевины, входящей в состав большинства удобрений. Кроме того, выхлопные газы можно применять для добычи нефти [2], что можно также использовать для организации производства в рамках бизнес-модели «Использование по максимуму».

Итак, изученная бизнес-модель может активно использоваться в различных отраслях производства и создании производственных комплексов. Она позволяет компании иметь относительно стабильный доход даже в кризисные времена.

Библиографический список

1. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.
2. Горбылева Я. А. О технологиях закачки выхлопных (дымовых) газов для извлечения нефти // Вестник евразийской науки. 2021. №4. С. 7.
3. Смирнова О. П., Чеснюкова Л. К. Влияние цифровых технологий отраслей промышленности на экономический рост индустриальных регионов // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, №9 (516). С. 1653–1670.
4. Смирнова О. П., Чеснюкова Л. К. Оценка уровня производительности труда индустриально развитых городов // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 апреля 2024 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2024. С. 60.

Научный руководитель: Л. К. Чеснюкова

Д. Н. Качалков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Перспективы и проблемы развития малого бизнеса в сфере производства тиристорных преобразователей

Аннотация. Рассматриваются актуальные вопросы повышения конкурентоспособности малого бизнеса на рынке электротехнических услуг. Представлен обзор факторов внешней среды, оказывающих значительное влияние на развитие малых предприятий исследуемой сферы деятельности; обозначены мероприятия по решению возникающих проблем.

Ключевые слова: малый бизнес; электротехнические услуги; тиристорные преобразователи; конкурентоспособность; проблемы; пути решения.

Современный бизнес в России требует от малого предпринимательства гибкости и инноваций, особенно в сфере электротехнического оборудования [1]. Производство тиристорных преобразователей – одно из перспективных направлений для малого бизнеса, учитывая потребности промышленных предприятий, нефтегазоперерабатывающего сектора и горно-обогатительных комплексов. Повышенный спрос на системы управления электропитанием с внедрением промышленной автоматизации создает благоприятные возможности для роста малого бизнеса в данной сфере. Для удержания позиций на рынке предприятия

должны учитывать технические стандарты, импортозамещение и эффективность производства.

При значительном спросе на тиристорные преобразователи внутри страны, малые предприятия сталкиваются с рядом препятствий. Высокая себестоимость производства обусловлена импортозависимостью отдельных компонентов и низкой серийностью выпуска, что затрудняет конкурентную борьбу с более крупными игроками рынка. Отсутствие локальных производителей некоторых ключевых компонентов приводит к необходимости закупки дорогостоящих материалов за рубежом, что усложняет ценообразование и увеличивает стоимость комплектующих.

Внешнеполитическая нестабильность и санкционные ограничения также оказывают негативное влияние на отрасль, ограничивая доступ к зарубежным технологиям, комплектующим и программному обеспечению. Введение санкций со стороны ряда стран затрудняет внешнеэкономические связи, вынуждая предприятия искать альтернативные поставки и разрабатывать собственные технологические решения, что требует дополнительных временных и финансовых затрат.

Высокие риски и процентные ставки затрудняют доступ малого электротехнического бизнеса к кредитам, ограничивая расширение, инновации и замедляя развитие отрасли.

Квалифицированные кадры также остаются серьезной проблемой, так как производство тиристорных преобразователей требует специалистов в области радиоэлектроники, автоматизации и электроприводных систем¹. Предприятия вынуждены самостоятельно заниматься обучением персонала или привлекать высокооплачиваемых специалистов, что увеличивает затраты на ведение бизнеса.

Развитие малого бизнеса в производстве тиристорных преобразователей требует комплексной поддержки. Налоговые льготы снизят затраты, технопарки и кластеры помогут кооперации и оптимизации издержек. Субсидии и гранты укрепят отечественных производителей, сократив зависимость от импорта. Доступ к льготному финансированию повысит инвестиционную привлекательность отрасли.

Использование отечественных разработок в сфере полупроводников и материаловедения позволит снизить импортозависимость и создать конкурентные преимущества на внутреннем рынке [2]. Партнерство с поставщиками компонентов, научными институтами и техническими университетами может дать дополнительный импульс для роста от-

¹ *А мы монтажники-досрочники, да* // Коммерсантъ. 2023. 15 мая. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5986215> (дата обращения: 03.04.2025).

расли, обеспечивая предприятиям доступ к передовым технологиям и квалифицированным специалистам.

Также необходимо усилить сотрудничество с образовательными учреждениями для подготовки специалистов в области силовой электроники и автоматизированных систем управления. Организация профильных курсов, совместных исследовательских проектов и программ повышения квалификации позволит малым предприятиям получать доступ к молодым специалистам, готовым к работе в высокотехнологичных секторах.

В условиях конкуренции и импортозамещения такие предприятия могут занять ключевое место в электротехнической отрасли. Эффективное развитие возможно при государственной поддержке, оптимизации бизнес-процессов и подготовке квалифицированных кадров, что позволит малым компаниям успешно конкурировать на внутреннем рынке и разрабатывать инновационные решения для модернизации российской промышленности.

Библиографический список

1. *Бармута К. А.* Инновационная деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства России: состояние и барьеры развития // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2021. № 2. С. 3–12.
2. *Моисеев С. Б., Какатунова Т. В.* Развитие инновационных компетенций предприятий по производству электрического оборудования в области импортозамещения // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2022. Т. 21, № 2. С. 60–66.

Научный руководитель: *Я. В. Савченко*,
кандидат экономических наук, доцент

Роль прибыли в деятельности коммерческого предприятия

Аннотация. Приведен краткий обзор подходов к оценке роли прибыли в деятельности коммерческой организации. В результате исследования сделан вывод о том, что прибыль является индикатором экономического обмена, источником инвестиционной деятельности организации.

Ключевые слова: прибыль; расходы; инвестиционная активность; развитие.

Многогранность научных подходов к определению прибыли требует комплексного рассмотрения данной экономической категории. Финансовый результат деятельности предприятия формирует систему экономических взаимоотношений, базирующуюся на механизмах распределения добавленной стоимости в рамках сложившейся хозяйственной модели. Прибыль выступает ключевым индикатором эффективности экономических процессов, отражая качество использования производственных ресурсов и результативность принятых управленческих решений [1]. Совокупный финансовый результат выступает ключевым индикатором, позволяющим всесторонне анализировать рентабельность производственно-хозяйственных операций компании в разные периоды деятельности, оценивая достигнутые показатели прибыльности бизнес-процессов

Функционирующие рыночные субъекты стремятся максимизировать прибыль, направляя полученные средства на инвестиционные цели, модернизацию производства, повышение квалификации сотрудников, выплату дивидендов акционерам. Положительная динамика финансовых результатов позволяет предприятиям наращивать производственный потенциал, внедрять инновационные технологии, создавать эффективную систему материального стимулирования персонала [2]. Достижение высоких экономических показателей способствует укреплению рыночных позиций компании, привлечению дополнительных инвестиций, формированию устойчивого фундамента для дальнейшего развития бизнеса. Финансовый результат коммерческой деятельности предприятия выражается через полученную прибыль, определяющую эффективность хозяйственных операций. Финансовый результат производственной деятельности компании характеризуется возможностью получения положительного либо отрицательного показателя рентабельности.

Ключевыми факторами формирования убыточности выступают рост себестоимости продукции, падение покупательского спроса на рынке, сокращение производственных мощностей предприятия. Формирование прибыли представляет собой неотъемлемый компонент общественного хозяйственного механизма, определяющий основополагающие принципы деятельности экономических субъектов. Многогранная система взаимодействий различных элементов хозяйствования устанавливает ключевые параметры функционирования предприятий и методологию расчета итоговых финансовых показателей [3].

Формирование прибыли представляет неотъемлемый компонент экономической системы общества, реализуемый через действующий хозяйственный механизм денежных отношений. Созданная структура взаимодействия экономических субъектов позволяет воплощать финансовые процессы в рамках установленных рыночных параметров. Анализ экономической сущности прибыли требует глубокого понимания многогранности выполняемых функциональных задач данной категории.

Библиографический список

1. *Степанова Ю.Н., Полянская О.А.* Классификация факторов, влияющих на формирование финансового результата деятельности предпринимательских структур // *Международный студенческий научный вестник*. 2018. № 5. С. 114–114.
2. *Молчан А.С.* Капитализация экономических субъектов как основной фактор воспроизводства социально-экономических систем // *Вопросы экономики и права*. 2011. № 33. С. 33–37.
3. *Филиппов А.А.* Оценка эффективности и результативности функционирования современных предприятий // *Международный технико-экономический журнал*. 2014. № 3. С. 37–43.

Научный руководитель: *Е.В. Логинова*,
кандидат экономических наук

Модели принятия решений в предпринимательской деятельности

Аннотация. Статья посвящена обзору подходов к принятию решений в предпринимательской деятельности. Выделены рациональный, интуитивный и дескриптивный подходы к принятию решений предпринимателем.

Ключевые слова: предпринимательство; принятие решений; рациональность; интуиция.

Модель принятия решений — это структурированный процесс, который помогает предпринимателю принимать решения. В каждой модели принятия решений используются разные методы, чтобы помочь проанализировать и преодолеть конкретную проблему.

Модели принятия решений предоставляют собой полезные шаги для предпринимателя, которым нужно следовать, чтобы сделать обоснованный выбор и четко описывать процессы для контрагентов. Когда все участники предпринимательской команды понимают используемую модель принятия решений, им легче внести свой вклад в процесс мышления и вместе прийти к сбалансированному и успешному развитию. Существуют следующие разновидности моделей принятия решений:

— рациональная модель принятия решений, фокусируется на использовании логических шагов для достижения наилучшего возможного выбора [1]. Предприниматели обычно используют рациональную модель принятия решений, когда у них есть время для встреч и исследований, что позволяет им составить список потенциальных вариантов и обсудить плюсы и минусы каждого из них;

— интуитивная модель принятия решений, предполагает, что вместо логических рассуждений для выбора используются чувства и инстинкты. Часто предприниматели используют эту модель, когда у них нет времени на исследования или планирование. Процесс интуитивного решения менее структурирован и может использовать предыдущие знания о схожих целях или препятствиях для выбора варианта действий [2].

Модель принятия решений, основанная на дескриптивном подходе [3], использует быстрое мышление и предыдущий опыт для принятия решений, часто в быстро меняющихся условиях. Предприниматели могут использовать эту модель, чтобы оценить основы ситуации и создать потенциальное решение, а затем продумать решение, чтобы определить, можно ли его использовать, что несомненно требует от лица принима-

ющего решения большого опыта работы с целью успешного решения возможных проблем и поиска подходящего варианта решения.

Модель креативного решения использует оригинальные идеи для создания инновационных идей, которые позволяют предпринимателю достичь целей. Часто можно использовать эту модель для ситуаций, с которыми раньше не сталкивались, например, для новых проектов или производственных проблем. Использование модели творческого решения обычно требует гибкого мышления для создания успешных уникальных решений.

Библиографический список

1. Диев В. С. Критерии выбора альтернатив: рациональные модели и реальные решения // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Философия. 2012. Т. 10, № 1. С. 5–12.
2. Вашилева И. В., Шураева Н. Н., Кудрявцев И. С. Исследование мотивационных факторов к занятиям физической культуры и спортом студентов // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. 2022. № 9 (211). С. 53–56.
3. Логинов С. В., Гиматов Е. П. Анализ факторов поведенческой экономики в контексте вторичного рынка билетов на матчи чемпионата европы по футболу — 2020 // Культура физическая и здоровье. 2024. № 3 (91). С. 291–297.

Научный руководитель: *Т. В. Воловик*

К. В. Нестеров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-процессы предпринимательского проекта

Аннотация. Рассмотрены основные бизнес-процессы проекта, направленного на производство чистой питьевой воды. Выделено ценностное предложение планируемого бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-процесс; ценность; модель А. Остервальдера; развитие.

Бизнес-процесс — это последовательная цепочка действий или операций, которая имеет начало, определенное количество шагов и приводит (или должна приводить) к запланированному результату [1].

К операционным бизнес-процессам относят базовую деятельность организации, которая обеспечивает основной доход: закупки, выполнение работ, продажи. Поддерживающими бизнес-процессами называются вспомогательные потоки деятельности компании, которые обслуживают основные узлы: техническая поддержка, бухгалтерский учет, ремонтные подразделения, ОТК.

Однако управление любой деятельностью не будет достаточно эффективным, если не определить ключевой бизнес-процесс компании. Ключевые бизнес-процессы — это процессы, ориентированные непосредственно на оказание услуг, представляющие ценность для клиента и обеспечивающие доход предприятия. Второстепенные бизнес-процессы предназначены обеспечивать выполнение ключевых процессов [2].

Питьевая вода является главным пищевым продуктом на планете, при этом экологическая ситуация ухудшается с каждым годом что приводит к ухудшению качества воды. По этим причинам производство чистой питьевой воды является актуальным видом бизнеса. Для эффективного моделирования бизнес-процессов нами была использована бизнес-модель А. Остервальдера — это схема, которая помогает увидеть ресурсы, оценить факторы успеха и понять, есть ли успех у бизнеса [4] (см. рисунок).

Ключевые партнеры: — частные заказчики и юридические лица: школы, торговые фирмы, рестораны, спортклубы и офисные центры; — поставщики ресурсов воды/упаковки	Ключевые виды деятельности: производство питьевой воды, оптовая продажа продуктовым магазинам и супермаркетам, адресная доставка клиентам по звонку Ключевые ресурсы: техническое оснащение, расходные материалы	Ценностные предложения: — здоровый полезный продукт; — доступность каждому; — удобная упаковка; — низкая себестоимость	Взаимоотношения с клиентами: максимальная поддержка и удовлетворение желаний клиента, информирование, рекомендации Каналы сбыта: реклама в социальных сетях, прямые продажи	Потребительские сегменты: пол, возраст, социальная группа
Структура издержек: оплата труда персонала; арендная плата помещения и скважины; закупка упаковки и оборудования			Потоки поступления доходов: оплата за предоставление услуги и покупки товара	

Бизнес-модель А. Остервальдера [3]

Организация бизнеса по производству питьевой воды подразумевает следующие бизнес-процессы.

Для начала мы арендуем скважину, в которой качество и состав воды определены в государственной лаборатории. Скважина расположена недалеко от окраины города. Возможности наладить производство возле источника нет, поэтому вода будет качаться в резервуары и доставляться на производство, расположенное в пригороде. Вода будет проходить дополнительную очистку и упаковываться в пластиковые бутылки, а затем уже будет транспортироваться заказчикам.

В качестве ключевого бизнес-процесса нами выделяется именно очистка и подготовка воды перед упаковкой, поскольку качество продукта является принципиальным фактором успеха на уже достаточно конкурентном рынке.

Библиографический список

1. Бжассо А. А., Каниюкова И. О. Содержание, методы бизнес-анализа и его роль в оптимизации бизнес-процессов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 3-1. С. 59–62.
2. Урманова Л. Д., Бекмуратова С. Б. Проблемы качества питьевой воды // Forcipe. 2021. Т. 4. № S1. С. 237–238.
3. Саурбаева А. И. Питьевая вода в сфере окружающей среды // Вестник науки. 2023. Т. 4. № 2 (59). С. 302–304.
4. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. 2-е изд. М.: Альпина Пабли., 2016. 288 с.

Научный руководитель: *М. А. Кочерьян*,
кандидат экономических наук

А. А. Попов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Механизм распределения прибыли в деятельности организации

Аннотация. Статья посвящена вопросам распределения прибыли между внутренним использованием организацией и направлением на социальные цели через механизм налоговых изъятий.

Ключевые слова: прибыль организации; распределение; налоги; инвестиционные цели.

Категория предпринимательской прибыли является частью добавленной стоимости, формируемой в ходе хозяйствующей деятельности предпринимателя. На уровень формирования прибыли влияет совокупность внешних и внутренних факторов деятельности организации. Общий порядок определения прибыли подразумевает определение разницы между выручкой или предпринимательским доходом и общей суммой издержек, включая материальные расходы, расходы на оплату труда работников и социальные взносы, расходы на энергоресурсы и амортизацию использования материальных и нематериальных активов [1].

Формирование прибыли как финансового результата деятельности организации подразумевает ее последующее распределение. Основные

направления распределения прибыли включают внутренние нужды организации, вознаграждение собственников компании и фискальные изъятия для реализации социальной функции государства.

Весьма очевидным представляется факт о том, что не только размеры получаемой прибыли, но и механизм ее распределения влияют на эффективность деятельности предприятия, первичное распределение подразумевает механизм распределения прибыли компании между государственными обязательствами и внутренними потребностями предприятия. Налоговые отчисления направляются на социальные программы, тогда как оставшиеся средства расходуются организацией для развития производственных мощностей, формирования страховых накоплений и вознаграждения акционеров [2].

Рационализация формирования, распределения и использования прибыли компании представляет ключевую задачу менеджмента как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде. Максимизация доходности предприятия определяет базовые цели экономической деятельности, формируя единый комплекс управленческих решений. Руководство организации стремится к наращиванию финансовых показателей при соблюдении баланса между корпоративными интересами, государственными требованиями и потребностями персонала [3].

Управление прибылью включает следующие этапы.

1. Этап планирования, включающий определение необходимого объема прибыли исходя из интересов собственников и уровня рентабельности для ориентации системы управления на заданный уровень эффективности.

2. Этап финансового моделирования, включающий определение основных статей расходов, объема выручки по продуктам и сегментам рынка, определение базовых условий функционирования бизнеса.

3. Этап реализации мероприятий для достижения заданного уровня прибыльности включает план-факт анализ и реализацию соответствующих координационных мероприятий. Мероприятия состоят в поддержании плановых значений уровня выручки, размера издержек и т. д. Следует выделить, что логично запланировать те параметры, на которые корпорация может воздействовать. Например, корректировка налоговых ставок не находится в полномочиях руководства предприятия.

Библиографический список

1. *Шейна Е. Г., Кошелева В. И.* Политика формирования и распределения прибыли на предприятии // Вестник Прикамского социального института. 2017. № 3 (78). С. 89–98.

2. Бурыкин А.Д., Селезнева В.А. Оптимизация механизма формирования и распределения прибыли предприятия // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 6, № 10. С. 86–92.

3. Степанова Н.Р., Хайнус И.В. Распределение прибыли предприятия при сохранении его финансовой устойчивости и эффективности // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2011. № 3. С. 148–152.

Научный руководитель: *Е.В. Логинова*,
кандидат экономических наук

Ю. С. Потапенко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторы макроокружения для предпринимательского проекта

Аннотация. Рассматриваются подходы к выявлению факторов макроокружения для реализации бизнес-проекта. Выявлены модели оценки: PEST анализ, SWOT-анализ и пять сил конкуренции М. Портера.

Ключевые слова: факторы, развитие бизнеса, предпринимательство, рост.

В ходе реализации предпринимательского проекта осуществляется оценка факторов макроокружения. Оценка факторов может осуществляться в рамках различных подходов, в табл. 1 представлен пример оценки с помощью инструмента PEST анализ.

Таблица 1

PEST-анализ [1]

Политические	Экономические
1. Изменение законодательства в области охраны окружающей среды, промышленной безопасности. 2. Отношения предприятия с конкурентами	1. Уровень инфляции. 2. Платежеспособность населения. 3. Курс валюты. 4. Уровень безработицы
Социокультурные	Технические
Изменения в базовых ценностях к своему здоровью	1. Новые технологии и система выполнения трудовых функций (новое оборудование для создания чистой воды). 2. Объем изменения и адаптации к новым технологиям. 3. Развитие интернета приводит к появлению новых услуг/видов

Таким образом, политические факторы в силу своей неопределенности в законодательном плане оказывают влияние на организацию

и планирование предприятия. Однако социокультурные и экономические факторы так же имеют высокое значение для бизнес-проекта. Невершенство политической и юридической защиты в сфере торговли и предпринимательства является основной проблемой в развитии данной организации труда в России. Технологические факторы являются основополагающими для деятельности работников предприятия. Использование усовершенствованного оборудования помогает выполнить качественную работу с меньшим расходом материалов и времени.

На основании предложенного PEST-анализа, мы можем предположить, какие угрозы могут возникнуть, и какие возможности у нас есть, чтобы минимизировать угрозы (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ [2]

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Обучение работе за счет предприятия. 2. Наличие платы в конце смены. 3. Скидки для постоянных покупателей. 4. Наличие дополнительных услуг. 5. Предоставление качественного товара	Малая узнаваемость на стадии запуска бизнеса
Возможности	Угрозы
1. Расширение диапазона услуг. 2. Бурение новых скважин	1. Появление конкурентов в данной сфере. 2. Низкая окупаемость

По результатам анализа мы можем сделать вывод, что нашими сильными сторонами является предоставление качественного товара. Планируется расширить перечень предлагаемых товаров/услуг, чтобы минимизировать влияние конкурентов на рынке и увеличить узнаваемость предприятия.

Таким образом, представленные инструменты стратегического анализа позволяют достаточно грамотно сформировать бизнес-модель компании, определить перспективные направления развития, что в совокупности обеспечит долгосрочную конкурентоспособность бизнеса.

Библиографический список

1. Кузьменко О.В., Чекарь В.Н., Мостипан С.В. PEST-анализ в системе стратегического маркетингового анализа // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 2 (96). С. 217–223.
2. Богомолова В.Г. SWOT-анализ: теория и практика применения // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 17. С. 57–60.

Научный руководитель: М. А. Кочерьян,
кандидат экономических наук

Портрет целевого потребителя спортивных услуг

Аннотация. Представлены результаты психографического исследования потребителей спортивных услуг, выявлены перспективные группы потребителей и обозначены инструменты работы с ними.

Ключевые слова: портрет потребителя; спрос; увеличение продаж; развитие.

Управление потребительской лояльностью формирует требования, касающиеся описания типовой модели поведения потенциального потребителя. Проведение психографического анализа потребителей спортивных услуг позволяет сделать выводы о наличии сегментов, отличающихся общими рамками поведения [1]. Потребители спортивных услуг могут быть разделены на несколько сегментов, которые отличаются по особенностям потребительского поведения, и может быть проведен анализ характеристик данных сегментов с точки зрения их перспектив для генерации прибыли.

«Выбирающие потребители» заинтересованы в наличии вариантов тарифных планов не только по параметрам цены, но и по заложенным возможностям приобретаемого спортивного абонеента.

«Коммуникаторы» не считаются эффективными потребителями, так как часто их действия направлены на налаживание нужных связей и сбор информации на будущее. При этом покупка абонеента может даже не осуществляться, хотя организация расходует время и ресурсы на обслуживание запросов информации.

«Потребитель-исследователь» проявляет интерес к новым идеям, его могут заинтересовать как новые решения и возможности, так и коммуникационные технологии, делающие бизнес-процессы более удобными для потребителя.

«Потребители-бунтовщики» целеустремленно действуют в обход правил, и их интересуют «лазейки», позволяющие получить более выгодные условия обслуживания, в том числе проявляя изворотливость. Данная черта ставит под сомнение эффективность работы организации с данной категорией [2].

«Актуалайзер» имеет высокий статус, поэтому заинтересован в комфорте и качественном обслуживании, зачастую он ищет возможность переложить функции по выбору спортивной программы на специалиста.

«Достигающие потребители» ищут престижных поставщиков, поскольку привыкли рассуждать категориями брендинга и именно таким образом подтверждают свой статус и состоятельность.

«Стремящиеся потребители» нуждаются в подкрепляющей мотивации — они внимательно воспринимают отзывы об организации, часто обращаются к специалистам при возникновении сомнений [3].

Исходя из данной дифференциации клиентской базы по отдельным категориям, появляется возможность определить желательных потребителей, вдумчивая и целенаправленная работа с которыми серьезно улучшит коммерческие результаты спортивной организации.

Библиографический список

1. Ковалевский В.П., Вязикова Г.В. Особенности маркетинговой деятельности физкультурно-оздоровительных организаций // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 14 (175). С. 186–193.

2. Давыдова Е.В. Повышение вовлеченности населения в занятия физической культурой и спортом // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14 мая 2024 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2024. С. 35–37.

3. Логинов С.В., Манин С.А., Кучер Н.С. Влияние «карты болельщика» на изменение гендерно-возрастного состава зрителей футбольных матчей российской премьер-лиги // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2023. Т. 18, №4. С. 180–188.

Научный руководитель: *И. В. Вашляева*

С. Т. Собиров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Исследование инструментов анализа и прогнозирования стратегического развития компании

Аннотация. Рассматриваются современные инструменты, используемые при анализе и прогнозировании стратегического развития организаций. Выделяются основные подходы к оценке внутренней и внешней среды, включая сценарные и экосистемные методы, а также анализируются приемы риск-менеджмента, позволяющие своевременно реагировать на возникающие угрозы.

Ключевые слова: стратегическое планирование; инструменты анализа; прогнозирование; риск-менеджмент; экосистемный подход; цифровизация.

Немаловажным направлением развития стратегического планирования является риск-менеджмент, интегрированный в общую систему

управления¹. Речь идет о том, чтобы выявлять как очевидные, так и скрытые угрозы, начиная от колебаний валютных курсов и заканчивая вопросами информационной безопасности и регуляторных ограничений. Такая интеграция способствует формированию резервов, страховых инструментов и механизмов диверсификации проектов. Менеджмент получает возможность гибко корректировать бюджетирование, поддерживая наиболее перспективные направления и своевременно сворачивая убыточные начинания. В совокупности это создает подушку безопасности, без которой долгосрочная устойчивость компании оказывается под вопросом.

При оценке внутренних возможностей немаловажным становится метод «20 ключей», ориентированный на системную оптимизацию внутренних процессов. Он помогает выявить, какие аспекты деятельности требуют немедленной трансформации, будь то качество продукции, себестоимость, технологическое перевооружение или морально-психологический климат в коллективе. В сочетании со сценарным подходом данная методика формирует комплексное представление о том, насколько организация способна адаптироваться к внешним вызовам, и где именно потребуются модернизация. Эксперты отмечают, что использование «20 ключей» способствует росту эффективности производства в среднем на 15–20% за счет выявления дублирующих функций и избыточных затрат, а вовлеченность персонала в процесс улучшений положительно отражается на корпоративной культуре [1].

Цифровизация, которую все активнее продвигают государственные программы, предлагает новые пути в части анализа и прогнозирования, но одновременно повышает требования к защите данных и к юридической грамотности при использовании блокчейна или криптотехнологий [2]. Массивы данных, генерируемые потребителями и партнерами, могут стать ценным активом, если в организации внедрены системы машинного обучения и готовы регламентированные процедуры интерпретации полученных результатов. Для многих компаний такое расширение инструментов аналитики открывает дорогу к более глубокому персонализированному обслуживанию клиентов, оптимизации логистики и повышению качества управленческих решений.

Одним из ключевых компонентов успешного стратегического развития становится формирование культуры прозрачности и открытости. Помимо этического аспекта, ориентированность на прозрачные биз-

¹ Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утв. постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 316.

нес-процессы повышает доверие со стороны инвесторов и госорганов, а также снижает вероятность коррупционных рисков и внутрикорпоративных конфликтов. Кроме того, исследователи утверждают, что предприятия с развитой культурой взаимного обучения гораздо быстрее внедряют инновации и охотнее используют многообразие методов анализа — от PESTEL и SWOT до реальных опционов и сценарных моделей [3]. Такие компании способны не только отвечать на изменения рынка, но и предвосхищать их, занимаясь формированием нового спроса и расширением бизнеса за счет разработки уникальных услуг и продуктов.

Таким образом, стратегический анализ и прогнозирование в условиях растущей сложности и непредсказуемости деловой среды требуют многоуровневого и адаптивного подхода. Сочетание проверенных методик (PEST/PESTEL, SWOT, «20 ключей») с инновационными инструментами (Delphi-опросы, машинное обучение, блокчейн-платформы) позволяет компаниям своевременно выявлять потенциальные возможности и угрозы, что особенно актуально в эпоху цифровых преобразований и быстрого технологического прогресса. Однако фундаментом для эффективного применения этих инструментов служат готовность к организационным изменениям, продуманная система риск-менеджмента и ориентация на экосистемное взаимодействие [4]. В совокупности все эти факторы обеспечивают долгосрочную устойчивость компаний, поддерживают их конкурентные преимущества и создают благоприятные условия для генерации инноваций и роста.

Библиографический список

1. *Управление компаниями в рамках экосистемного подхода в цифровой экономике* / О. А. Лукинова, Н. Д. Писаренко, О. А. Апалихина, Н. В. Плужникова // Финансовые рынки и банки. 2023. № 2. С. 29–34.
2. *Щепилов О. И., Димитриади Н. А.* Сценарный анализ в структуре процесса разработки конкурентной стратегии // Финансовые исследования. 2022. № 1 (74). С. 54–70.
3. *Бриштен Н. Л.* Развитие системы стратегического управления на российских предприятиях // Вестник науки. 2024. Т. 1, № 11 (80). С. 49–57.
4. *Кононов А. А., Нурулин Ю. Р.* Разработка стратегии развития организации в условиях неопределенности и нестабильности // Прогрессивная экономика. 2024. № 6. С. 186–198.

Научный руководитель: *К. В. Ростовец*,
кандидат экономических наук, доцент

Философия командной работы в реализации предпринимательского проекта

Аннотация. Содержатся выводы по организации командной работы при реализации предпринимательских проектов. Выделены особенности, включающие коллективную ответственность и социально-психологический климат командной работы.

Ключевые слова: предпринимательский проект; команда; ответственность; коммуникации.

Основная специфика управления персоналом в предпринимательских проектах заключается в том, что вся работа строится в рамках проектного подхода, а это означает, что в большинстве случаев не формируется стойкая команда, которая имеет постоянный состав. Некоторые члены команды добавляются для выполнения определенных задач, некоторые работают постоянно. Между работниками не возникает длительных сформированных рабочих отношений — в каждом новом кейсе появляются новые работники, а части тех, к кому уже привыкли по предыдущему проекту, нет. В связи с этим становится значимым формирование команды, так как реализация проекта возможна только в слаженном коллективе, где каждый участник взаимодействует со всеми, и система работает комплексно.

Такая ситуация требует особо тщательного подхода к подбору персонала для работы в реализации подобных проектов, где отбор осуществляется не только на основе наличия знаний и навыков, но и способности быстро включаться в коллективную работу в незнакомом или малознакомом коллективе, поддерживать необходимый уровень социально психологического взаимодействия [1].

Работа в группе и команде в целом имеют определенное сходство, однако есть и ряд ключевых отличий, которые и позволяют разделить эти два понятия. Так, в группе и команде различаются слаженность и степень нацеленности на достижение поставленной цели. В большинстве случаев командная работа дает возможность достигнуть максимальных результатов, что обеспечивается наличием постоянной поддержки от коллег, нацеленности на достижение общей цели и идей, позволяет генерировать лучшие решения за счет высокого уровня слаженности. При этом в команде повышается и ответственность каждого ее участника. Каждый участник команды одновременно несет

ответственность и за собственные результаты, и за общие результаты, достигнутые командой. Если один участник команды совершит ошибку, то она будет расцениваться как ошибка всей команды, ведь она также повлияет на возможность достижения поставленной цели. В целом этот момент является негативным элементом в командной работе, большинство людей не готово к тому, чтобы нести ответственность за работу своих коллег, они готовы отвечать только за то, что сделали сами.

Управление работой коллектива требует создания определенной организационной и производственной структуры, в которой будет обеспечена возможность проводить мероприятия по обмену опытом, вводить новые системы оценки, проводить развлекательные и торжественные мероприятия, имеющие корпоративный характер. Важным фактором эффективности работы команды является наличие определенной психологической совместимости между ее членами. Поэтому при командообразовании очень важно учитывать этот фактор, который позволит облегчить процесс формирования благоприятной психологической атмосферы, которая формируется за счет правильного подбора и расстановки тех людей, которые будут между собой психологически совместимыми [2]. Кроме того, в ходе командообразования важно проводить обучение процессам взаимодействия между членами команды. Особенно важно это в тех случаях, когда в команду приходится включать людей, несовместимых между собой по психологическому типу. В некоторых случаях невозможно обеспечить полную совместимость между членами команды, если в нее необходимо включить специалиста, который на данном этапе развития компании является для нее незаменимым (или владеющим таким объемом информации, который не позволяет его исключить из проекта дальнейшего развития) [3].

В целом, команду следует расценивать как единое целое, но при этом использовать механизмы управления индивидуальным поведением каждого из его членов с целью стимулирования личной инициативы, а также ориентации на личный пример руководителя. Формируя принципы управления индивидуальным поведением, руководитель коллектива должен уважительно относиться к своим подчиненным, заниматься подготовкой кадрового резерва для вышестоящих должностей, а также развивать работу по делегированию выполнения задач.

Библиографический список

1. Коваленко Б. Б. Континуум групповой и командной организации в современном предпринимательстве // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2015. № 3. С. 117–131.

2. Кочерьян М.А., Кудрявцев И.С. Оценка мотивации работников фитнес-синдустрии // Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы V Уральского экономического форума (Екатеринбург, 19–20 октября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 215–218.

3. Логинов С.В., Манин С.А., Кучер Н.С. Влияние «карты болельщика» на изменение гендерно-возрастного состава зрителей футбольных матчей российской премьер-лиги // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2023. Т. 18, №4. С. 180–188.

Научный руководитель: *Е. В. Давыдова*

В. А. Ткалич

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль государственных программ в поддержке науки и инноваций

Аннотация. Рассмотрены вопросы управления инновационной деятельностью в рамках государственных программ. Сделан вывод о том, что использование метода разработки и внедрения программ развития позволяет успешно управлять научно-технической деятельностью в рамках национальной экономики

Ключевые слова: инновации; программы; развитие; цифровизация.

Государственные программы играют важную роль в поддержке науки и инноваций, направляя значительные ресурсы на развитие научно-технического потенциала страны. Среди таких программ можно выделить национальный проект «Наука и университеты», который в 2021 г. получил финансирование в размере более 1 трлн р. Эти средства направляются на создание современной научной инфраструктуры, поддержку исследовательских проектов и развитие образовательных учреждений. Данные инициативы способствуют укреплению научной базы и стимулируют инновационную деятельность в России.

Финансирование научных исследований в рамках государственных программ осуществляется по нескольким ключевым направлениям. Это поддержка фундаментальных исследований, развитие прикладных наук и внедрение инновационных технологий. Например, в рамках федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса» в период с 2007 по 2013 г. было создано более 1000 новых технологий, что свидетельствует о значительном вкладе в научно-технический прогресс [1].

Государственные программы играют ключевую роль в развитии инновационных технологий, создавая условия для их внедрения и распро-

странения. Программа «Сколково», запущенная в 2010 году, привлекла более 2,5 тыс. компаний-резидентов, занимающихся разработкой и коммерциализацией передовых технологий. Это способствует формированию инновационной экосистемы в стране. А.Н. Руденко подчеркивает, что «развитие — процесс перехода из одного состояния в другое, более совершенное» [2], что наглядно демонстрирует успехи таких инициатив, как «Сколково».

Эффективность реализованных программ подтверждается их влиянием на научное сообщество и экономику в целом. Например, в рамках программы «Цифровая экономика» в 2020 г. было реализовано более 150 проектов в области информационных технологий, что способствует цифровой трансформации различных отраслей. Эти достижения показывают, что государственная поддержка играет ключевую роль в стимулировании научной активности и развитии инноваций [3]. На будущее государство планирует реализовать ряд инициатив, направленных на укрепление научно-технического потенциала страны. В частности, в рамках национального проекта «Наука» предполагается создание 15 научно-образовательных центров мирового уровня к 2024 г.

Представленные материалы исследования позволяют сделать вывод о том, что использование метода разработки и внедрения программ развития позволяет успешно управлять научно-технической деятельностью в рамках национальной экономики.

Библиографический список

1. Руденко А. Н. К вопросу о дифференциации понятий «развитие» и «рост» относительно концепта «личность» // Евразийское научное объединение. 2021. № 6–5. С. 422–424.
2. Микова Н., Соколова А. Мониторинг глобальных технологических трендов: теоретические основы и лучшие практики // Форсайт. 2014. Т. 8, № 4. С. 64–83.
3. Hughes S. F. A new model for identifying emerging technologies // Journal of Intelligence Studies in Business. 2017. Vol. 7, no. 1. P. 79–86.

Научный руководитель: Т. В. Кочергина,
кандидат экономических наук, доцент

Роль инноваций в сервисных услугах

Аннотация. Рассматриваются особенности инновационной деятельности организаций сервиса; сформулирован вывод о приоритете внедрения цифровых технологий.

Ключевые слова: сервисные предприятия; цифровые технологии; инновации; логистика.

Инновации в сервисных услугах охватывают внедрение новых технологий, методов и подходов, направленных на повышение качества обслуживания и оптимизацию процессов взаимодействия с клиентами. Эти инновации могут включать как цифровые технологии, такие как автоматизация и использование искусственного интеллекта, так и организационные изменения, например, новые модели обслуживания. Исследование компании PwC за 2021 г. показало, что 70 % российских компаний считают внедрение цифровых технологий в сервисные процессы ключевым фактором конкурентоспособности, что свидетельствует о значимости инноваций как средства повышения эффективности и адаптации к современным вызовам [1]. О.А. Курносова отмечает, что «в процессе решения проблем управления логистическим сервисом внимание современных авторов сосредоточено на следующих аспектах: развитие логистических цепей, оптимизация бизнес-процессов и внедрение новых технологий» [2]. Таким образом, комплексный подход к внедрению инноваций в сервисные услуги требует учета как технологических, так и организационных изменений, что позволяет создать более эффективные и адаптивные системы обслуживания.

В России множество примеров успешного внедрения инноваций в сервисных услугах. Например, компания «Газпром нефть» реализовала систему цифрового мониторинга оборудования на своих сервисных предприятиях, что позволило снизить затраты на обслуживание на 15 %. Это свидетельствует о значительном потенциале цифровых технологий для повышения эффективности операций. Другим примером является использование искусственного интеллекта в сервисных предприятиях, что, согласно отчету Российской ассоциации франчайзинга, увеличивает лояльность клиентов на 25 %. Эти примеры демонстрируют, как инновации могут способствовать улучшению бизнес-показателей. Важно учитывать, что «доказано, что базовая трансформация крупного российского бизнеса идет в русле мировых тенденций: доминирую-

щей формой его организации является компания, в основе построения и функционирования которой лежит принцип разнообразия» [3]. Это подчеркивает, что внедрение инноваций не только улучшает отдельные показатели, но и соответствует глобальным изменениям в организации бизнеса.

Инновации в сервисных услугах играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности производителей. Они позволяют улучшить качество обслуживания, сократить затраты и повысить удовлетворенность клиентов. Например, внедрение цифровых технологий обеспечивает более быстрое и точное выполнение заказов, что укрепляет позиции компании на рынке. С учетом растущей конкуренции и изменений в предпочтениях потребителей, инновационные подходы становятся неотъемлемой частью стратегии успешных компаний. Это подтверждается данными, согласно которым 70% российских компаний рассматривают внедрение цифровых технологий как важнейший элемент конкурентоспособности.

Сотрудничество между производителями и сервисными предприятиями в России демонстрирует значительный рост, что обусловлено необходимостью повышения эффективности бизнес-процессов. Согласно исследованию РАНХиГС, в 2022 г. около 60% российских производителей отметили увеличение производительности благодаря взаимодействию с сервисными партнерами. Это подтверждает важность сервисных предприятий в оптимизации процессов, охватывающих как логистику, так и послепродажное обслуживание. Д.К. Кулешов отмечает, что взаимодействие между производителями и сервисными предприятиями является ключевым фактором для повышения конкурентоспособности и эффективности бизнеса в России [4]. Внедрение цифровых платформ также играет значимую роль, так как они упрощают и ускоряют взаимодействие между сторонами, способствуя более эффективному управлению ресурсами и заказами.

Перспективы развития сотрудничества между производителями и сервисными предприятиями в России связаны с дальнейшим внедрением инноваций и расширением сферы взаимодействия. В 2021 г. в стране было зарегистрировано более 500 стартапов в сфере сервисных технологий, что свидетельствует о росте интереса к инновационным подходам в данной области. Складывающиеся тренды открывают возможности для создания более гибких и эффективных моделей сотрудничества, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности российских производителей на внутреннем и международном рынках. Прогнозируется, что в ближайшие годы акцент будет сделан

на интеграцию цифровых решений, таких как искусственный интеллект и интернет вещей, в процессы взаимодействия.

Библиографический список

1. Багаутдинова Н.Г., Никулин Р.А. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации // Инновации. 2018. № 8 (238). С. 80–83.
2. Курносова О.А. Анализ методологических подходов к управлению системой логистического сервиса на промышленных предприятиях // Новое в экономической кибернетике. 2020. № 3-4. С. 55–75.
3. Датукашвили Р.Д. Организация системы взаимодействия предпринимательских структур. 2008.
4. Кулешов Д.К. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13, № 2А. С. 73–79.

Научный руководитель: Т.В. Кочергина,
кандидат экономических наук, доцент

А.Д. Харькова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Подходы к оценке конкурентоспособности предпринимательского проекта

Аннотация. Рассмотрены подходы к оценке конкурентоспособности спортивных организаций; сделаны выводы, касающиеся применения данных методов и возможностей их использования.

Ключевые слова: предпринимательство; конкурентоспособность; увеличение продаж; стратегия.

В настоящее время разработаны методы оценки конкурентоспособности, которые позволяют при помощи вычислений сделать обоснованные выводы, касающиеся перспектив развития спортивных организаций [1]. Рассмотрим наиболее популярные подходы к оценке конкурентоспособности:

— подход оценки сравнительных преимуществ организаций [2], на основе оценки издержек. Отраслевые игроки сравниваются по данному показателю между собой и считается, что преимущество остается за той компанией, которая может произвести продукцию с аналогичными потребительскими характеристиками, затрачивая на это меньше производственных ресурсов. В целом, речь идет о двух возникающих возможностях: либо предложить потребителю более низкую цену (тем самым повысив рыночную привлекательность то-

вара), либо использовать высвобожденные (сэкономленные) ресурсы для развития компании.

— второй подход основан на оценке конкурентного профиля [3], для оценки конкурентоспособности определяются такие критерии, которые позволяют понять уровень удовлетворенности потребительского ожидания, затем данные критерии ранжируются по значимости в глазах целевой аудитории. Итогом становится сравнительный анализ различных характеристик, присущих продукции, с аналогичными рыночными предложениями. Преимущество признается за тем товаром, который быстрее продается в силу потребительских предпочтений — соответственно, является более конкурентоспособным по данным параметрам;

— третий подход предполагает построение стратегических матриц [4], используются матричные аналитические таблицы, которые позволяют выявить позицию на рынке и общие закономерности, присущие развитию конкурентоспособности товара. Наиболее популярной среди российских компаний является матрица БКГ. Существуют и другие способы определить рыночную позицию продукции — бенчмаркинг, параметрические оценки, функциональный метод и др., однако вышеперечисленные являются наиболее распространенными в настоящее время среди российских предприятий.

Востребованная методика анализа, позволяющая определить уровень конкурентоспособности определенного товара или услуги — это составление матрицы БКГ. Схематическая матрица с 2 осями, по которым располагаются актуальная доля рынка и темп рыночного роста, дает возможность провести сравнение с конкурентами и определить перспективы развития сбытовых показателей, а также сравнить эти показатели с конкурентами.

С точки зрения методики БКГ, выведенные на рынок товарные предложения должны пройти в своем развитии через определенные этапы:

— категория «звезд» располагает значительной рыночной долей при том, что рост рынка продолжается;

— категория «проблем» имеет схожие со «звездами» характеристики при том, что есть потребность в дополнительных целенаправленных инвестициях;

— категория «дойная корова» дает возможность сгенерировать прибыль, превышающую вложения, при том, что рынок растет медленно;

— наконец, «дикие кошки» отличаются небольшой долей на стагнирующем рынке.

При грамотно организованном управлении конкурентоспособностью можно добиться планомерного изменения рыночной позиции

на более выгодную, проведя объект по пути от «проблемы» до «звезды» с дополнительными инвестициями, и по мере стабилизации рыночной обстановки переведя его в статус «дойной коровы» в стадии зрелости.

Таким образом, произведя анализ с применением определенной методики, можно сделать вывод о том, насколько оцениваемая компания конкурентоспособна в текущих условиях, а также определить дальнейшие действия, позволяющие добиться улучшения рыночной позиции в будущем по отношению с настоящим.

Библиографический список

1. *Арбатская Е. А.* Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия // Известия Байкальского государственного университета. 2012. № 1. С. 118–121.
2. *Давыдова Е. В.* Подходы к оценке эффективности функционирования спортивной организации // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 26 мая 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 47–49.
3. *Воловик Т. В., Давыдова Е. В., Шуралева Н. Н.* Развитие сферы спортивных услуг в Свердловской области // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 3, № 11 (140). С. 68–73.

Научный руководитель: *П. П. Рыскин*,
кандидат социологических наук

И. А. Чечулин

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Особенности деятельности на рынке водоподготовки

Аннотация. Статья посвящена вопросам организации предпринимательской деятельности при поставках реагентов для водоподготовки; выявлены тенденции импортозамещения поставок.

Ключевые слова: рынок водоподготовки; импортозамещение; конкуренция; развитие бизнеса.

В 2023 г. объем производства реагентов для очистки и подготовки воды в России составил 605,3 тыс. т, из которого 93 % приходится на коагулянты [1]. Производство данных реагентов является высококонкурентным, что связано с распространенностью производства в каждом регионе России и его простотой. Тем не менее, основной объем производства коагулянтов в России приходится на 3 основные группы компаний: Аурат, Метакхим, Завод химических реагентов, со-

вокупный объем производства которых составляет 74 % от общего объема производства. Технологически сложнее производство флокулянтов, объем производства которых в 2023 г. составил 12 650 т. Основные объемы производства приходятся на Полифлок и Ашленд МСП, в совокупности 79 % от общего объема. Основные объемы производства стабилизаторов приходятся на компанию Экоэнерго — 23 % и Траверс, совокупно 37 % от общего объема производства в 2022 г. 65 % производимых на территории России ионообменных смол приходится на компанию Токем [1].

Импорт реагентов в 2022 г. составил 65 085 т на сумму 112 385 тыс. долл. Основные объемы импорта реагентов в тоннаже пришлись на коагулянты — 46 %, в то время как их доля в стоимостном выражении всего 6 %. Доля флокулянтов и ионообменных смол в совокупности 37 % в натуральном выражении и более 65 % в стоимостном выражении. В 2023 г. произошло снижение объем импорта в связи с ведением санкций ЕС против РФ, а также ростом доллара и евро. Импорт в 2024 г. составил 46 186 т на сумму 102 666 тыс. долл. Объем экспорта реагентов для очистки и подготовки воды в 2023 г. составил 8,4 тыс. т на сумму 5 069 тыс. долл.

Таким образом, объем рынка реагентов для подготовки и очистки воды в 2024 г. составил 599 тыс. т реагентов в натуральном выражении и 12,3 млрд р. в стоимостном. Основной объем рынка в натуральном выражении по-прежнему приходится на коагулянты — 87 %. Доли остальных видов реагентов не превышают 5 %. В стоимостном выражении доли реагентов распределены более равномерно. На коагулянты приходится — 33 %, 26 % приходится на флокулянты, 23 % на стабилизаторы и 15 % на ионообменные смолы.

Среди отраслей потребления, 72 % рынка реагентов приходится на ЖКХ, 14 % на Энергетику, доли остальных отраслей не превышают 5 %. Потребление воды в России находится на уровне 70 км³ ежегодно, резкого увеличения в связи с замедлениями темпов развития экономики России в целом, в ближайшее время ожидать не приходится. Кроме того, предприятия все больше стараются экономить воду и увеличивать использование ее в водооборотных циклах [2]. Увеличение экономии воды характерно и для обычных потребителей, все большее распространение принимает установка счетчиков в квартирах и уменьшение использования воды. Данная тенденция будет продолжаться. Тем не менее, увеличение объемов оборотных воды, а также очистка сточных воды приведет к ежегодному росту рынка реагентов на 1 %

и в 2030 г. объем рынка стабилизируется на уровне 630–650 тыс. т или 13–14 млрд р. [3].

Библиографический список

1. Павлов Д. А., Казимиров О. Е., Кочева М. А. Проблемы водоподготовки на энергообъектах коммунального хозяйства и наименее затратные и наиболее эффективные способы их решения // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 3-1. С. 169–170.
2. Курбатов А. Ю., Аверина Ю. М., Ветрова М. А. Ключевые методы очистки питьевой воды для частного сектора // Успехи в химии и химической технологии. 2019. Т. 33, № 13. С. 26–28.
3. Крупина Н. Н. Инновационные технологии очистки сточных вод как ключевой фактор развития рынка непитьевой воды // Инновационные технологии защиты окружающей среды в современном мире: материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием молодых ученых и специалистов (Казань, 18–19 марта 2021 г.). Казань: КНИТУ, 2021. С. 266–272.

Научный руководитель: Т. И. Гусева

Д. А. Шайдуллин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние качества обслуживания на репутацию производителей

Аннотация. Рассматриваются вопросы, касающиеся сервисной деятельности и параметров конкурентоспособности работы организации: репутации производителя и качества обслуживания.

Ключевые слова: конкурентоспособность; сервисная организаций; оценка качества.

Качество обслуживания играет ключевую роль в формировании репутации производителя, так как оно напрямую влияет на восприятие бренда потребителями. Высокий уровень сервиса способствует укреплению доверия и лояльности клиентов, что, в свою очередь, положительно сказывается на репутации компании. Примером успешного влияния высокого качества обслуживания на репутацию является компания Apple, которая благодаря своему вниманию к клиентскому опыту сохраняет лидирующие позиции на рынке и пользуется доверием миллионов пользователей.

Репутация непосредственно влияет на конкурентоспособность производителя. Компании, которые обеспечивают высокий уровень обслуживания, получают значительное преимущество на рынке, поскольку

клиенты готовы платить больше за качественный сервис. Н.И. Спиридонов подчеркивает, что «сервисное обслуживание в любом предприятии должно быть на высшем уровне, так как именно оно делает фирму конкурентоспособной» [1, с. 188]. Исследования показывают, что качество сервиса оказывает решающее влияние на выбор потребителей и, соответственно, на успех компании.

Современный рынок отличается высокой степенью динамичности, что создает множество вызовов для производителей. К основным из них относятся быстрое изменение потребительских предпочтений, усиление глобальной конкуренции и необходимость внедрения инновационных технологий. В условиях глобализации компании обязаны адаптироваться к новым стандартам качества и экологическим требованиям. Цифровизация и автоматизация процессов требуют значительных инвестиций, что усложняет конкуренцию для традиционных производителей. Вместе с тем «большие вызовы создают существенные риски для общества, экономики, системы государственного управления, но одновременно представляют собой важный фактор для появления новых возможностей и перспектив научно-технологического развития Российской Федерации» [2, с. 389].

Сервисные предприятия играют ключевую роль в адаптации производителей к изменениям рынка, предоставляя специализированные услуги, которые позволяют компаниям сосредоточиться на основном бизнесе. Они обеспечивают техническое обслуживание оборудования, предлагают логистические решения и предоставляют аналитические данные о рынке. Это не только повышает эффективность, но и снижает затраты, что критически важно для сохранения конкурентоспособности. Результаты исследований инновационной деятельности сервисных предприятий подтверждают их значимость в поддержании конкурентоспособности производителей.

Примером успешной адаптации производителя через сервисные взаимодействия является сотрудничество компании «КамАЗ» с рядом сервисных предприятий. Это партнерство позволило улучшить послепродажное обслуживание, что повысило удовлетворенность клиентов и укрепило позиции компании на рынке. Использование сервисных услуг также дало возможность «КамАЗ» сосредоточиться на разработке новых моделей и внедрении инноваций, что стало важным фактором роста компании в условиях конкурентного рынка.

Интеграция инновационных технологий играет решающую роль в развитии сотрудничества между производителями и сервисными предприятиями. Внедрение цифровых платформ для взаимодействия,

по данным Минэкономразвития РФ, увеличивает скорость обработки заказов на 30 %, что значительно повышает общую эффективность работы [3]. Применение таких технологий, как автоматизация и аналитика больших данных, не только оптимизирует текущие процессы, но и позволяет предвосхищать потребности рынка, что становится важным конкурентным преимуществом. Спиридонов подчеркивает, что организация сервисного обслуживания является ключевым фактором в обеспечении конкурентоспособности предприятия, а также отмечает значимость использования информационных технологий в этом процессе [1]. Таким образом, инновации формируют основу для создания устойчивых и взаимовыгодных отношений между производителями и их сервисными партнерами.

Библиографический список

1. *Спиридонов Н.И.* Сервис и качество обслуживания — основа конкурентоспособности // Дни студенческой науки сб. ст. V Междунар. студ. конф. (Казань, 15 апреля 2022 г.) Чебоксары: Изд. дом «Среда», 2022. С. 188–190.
2. *Рождественская С.М., Клочков В.В.* Парадигма «Больших вызовов» в системе стратегического планирования научно-технологического развития // Россия: тенденции и перспективы развития: ежегодник / ИНИОН РАН. Вып. 12, Ч. 3. Москва: ИНИОН РАН, 2017. С. 389–394.
3. *Кудряшов В.С., Яшкин А.В.* Цифровая трансформация экономики: особенности, риски, перспективы // Ученые записки Тамбовского отделения РoC-MY. 2021. № 23. С. 34–52.

Научный руководитель: *Е. С. Огородникова*,
кандидат экономических наук, доцент

Методы обоснования решений в предпринимательстве

Аннотация. Статья посвящена обзору методов обоснования предпринимательских инициатив. Автор делает вывод о необходимости использования комплекса методов для получения количественных и качественных оценок приоритетных направлений развития.

Ключевые слова: предпринимательский проект; спрос; рост продаж; решения.

Принятие решений является неотъемлемой и важной частью предпринимательской инициативы, поэтому целесообразно использование нескольких методик для получения всестороннего обоснования планируемых действий. Среди общепринятых методик обоснования предпринимательских решений выделяют:

— SWOT-анализ, структурная модель оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, играет решающую роль в упрощении процесса принятия управленческих решений. Он охватывает наиболее важные аспекты реализации предпринимательского проекта [1];

— анализ Парето один из формальных методов обоснования принятия управленческих решений. Данный метод помогает проанализировать возможные направления действий, которые еще предстоит разработать для повышения конкурентоспособности в организации;

— матрица решений, метод позволяющий выделить важные аспекты предпринимательского проекта на основе оценки эффективности действий [2].

Кроме отмеченных методов анализа эффективности, в практике менеджмента, в частности в отношении оценки эффективности управленческих решений присутствует понятие — управленческие риски. Анализ управленческих рисков имеет множество применений и может помочь предприятиям устранить потенциальный риск и стать более успешным. Изучение правильного способа проведения такого анализа может помочь бизнесу выявлять тенденции в своих процессах и быть более активным. Способность выявлять и потенциально предотвращать превращение рисков в угрозы может помочь сэкономить ресурсы или сохранить имидж бренда.

Анализ риска предполагает анализ возможности возникновения негативного события на экологическом, государственном или корпоративном уровне [3]. Этот процесс помогает предприятиям обнаруживать, выявлять и устранять потенциальные проблемы в своей деятельности.

Анализ рисков часто предполагает сотрудничество с профессионалами, чтобы помочь компаниям избежать потенциально негативных событий. Проведение анализа рисков может быть полезным инструментом для предприятий, стремящихся к улучшениям. Например, внедрение методов, обеспечивающих безопасность и законность операций компании, может помочь предотвратить любые инциденты, которые наносят ущерб имиджу. Вместо того, чтобы ждать, пока что-то произойдет, и реагировать на это после, участие в анализе рисков позволяет выявить риск и остановить его до того, как он возникнет.

Библиографический список

1. *Майсак О.С.* SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. 2013. № 1. С. 151–157.
2. *Изакова Н.Б., Бикеева П.Г.* Конкурентоспособность российского производителя шинопровода в условиях санкций // Деловой вестник предпринимателя. 2022. № 4 (10). С. 17–19.
3. *Шуралева Н.Н., Кочерьян М.А., Давыдова Е.В.* Оценка лояльности сотрудников к ценностям корпоративной культуры организации // Вестник Академии знаний. 2023. № 6 (59). С. 733–735.

Научный руководитель: *С.В. Логинов*,
кандидат экономических наук

Направление 7. Корпоративная экономика и управление бизнесом

A. Singh

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Strategic Management of Customer-Oriented Personnel Motivation in the Context of Digital Sales Transformation

Summary. This article explores the strategic management of customer-oriented personnel motivation in the context of digital sales transformation. As digital sales reshape traditional channels, organizations must align staff motivation with customer-centric goals. The research focuses on advanced motivational frameworks, including Self-Determination Theory, Goal-Setting Theory, and Expectancy Theory, and examines the role of gamification, emotional labor, and intrinsic motivation in enhancing sales performance and customer satisfaction. A conceptual model integrating these approaches with CRM systems is proposed, emphasizing non-material motivators to foster a motivated and adaptable sales workforce. The findings underscore the strategic impact of motivation on organizational competitiveness and suggest directions for future research in live digital sales environments.

Keywords: digital sales transformation; personnel motivation; customer orientation; gamification; emotional labour.

The rise of digital sales has transformed traditional sales channels, introducing new dynamics in customer interactions and expectations. A critical strategic challenge for organizations is managing staff motivation to align with a customer-oriented approach. Motivation is a pivotal management tool for fostering competitiveness in this evolving environment. This article explores the strategic management of customer-oriented personnel motivation within the context of digital sales transformation, highlighting its significance in driving organizational success and enhancing competitive edge [4].

The shift from classical motivation theories to advanced frameworks in behavioural economics and organizational psychology is crucial for addressing the digital economy's complexities. Contemporary approaches like Self-Determination Theory (SDT) by Deci and Ryan emphasize intrinsic motivation, autonomy, competence, and relatedness [1]. Goal-Setting Theory by Locke and Latham highlights specific, challenging goals for enhanced performance [2].

In the digital era, gamification and emotional labour are powerful motivation tools. Gamification integrates game-like elements into work processes,

enhancing engagement and productivity through intrinsic motivators [3]. Emotional labour, managing personal feelings to meet organizational expectations, is vital in customer-oriented roles.

Recent Russian and international literature post-2020 emphasizes employee motivation under digital conditions, exploring remote work, digital communication tools, and data-driven performance metrics' impact on motivation and well-being.

The digital sales environment is defined by remote work, automation, and real-time customer feedback. These characteristics present unique challenges, including fragmented attention due to multiple digital channels, constant performance tracking, and depersonalized interactions that hinder rapport-building.

To thrive in this environment, soft skills and emotional intelligence are essential. Sales staff must effectively communicate, empathize, and build trust through digital means. The evolving behavioural expectations in customer-facing digital roles require proactive, responsive, and adaptable personnel.

The proposed conceptual model for strategic management of customer-oriented personnel motivation addresses the challenges and opportunities of the digital sales environment. It is structured around three key principles: alignment, engagement, and continuous improvement, integrating motivational strategies.

With well stated, quantifiable goals shared throughout the company, alignment concentrates on matching motivating strategies to business objectives and customer needs. Strategic goals are turned into practical plans by middle management in great part.

The strategic handling of customer-oriented employees motivation presents major managerial benefits and competitive advantages as well. Through matching motivating techniques with organizational objectives, the model can improve staff retention, customer satisfaction, and sales performance.

To negotiate the digital sales environment, then, the strategic leadership of customer-oriented personnel motivation is absolutely vital. The suggested model promotes involvement, helps to match motivating techniques with organizational goals, and stimulates ongoing development. Using this approach might improve staff retention, customer satisfaction, and sales performance.

References

1. *Deci E.L., Ryan R.M.* The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior // *Psychological Inquiry*. 2000. Vol. 11, no. 4. P. 227–268.

2. Locke E.A., Latham G.P. Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation. American Psychologist // The American psychologist. 2002. Vol. 57, no. 9. P. 705–717.

3. Hamari J., Koivisto J., Sarsa H. Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification // 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences. Waikoloa, HI, USA, 2014. P. 3025–3034.

Scientific advisor: *I. N. Tkachenko*,
Doctor of Economics, Professor

В. О. Берин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Геймификация как инструмент повышения конкурентоспособности компании на международном рынке

Аннотация. Повышение конкурентоспособности бизнеса — важнейшая задача успешного развития любого предприятия. Продукт компании должен быть интересен целевой аудитории, но возникает вопрос: как можно сформировать интерес к товару? Одним из вариантов коммуникации с потребителем не только на локальном, но и на международном рынке может являться использование такого инструмента маркетинга, как геймификация. Исследуется влияние геймификации на повышение степени вовлеченности и лояльности потребителя на международном рынке.

Ключевые слова: геймификация; потребитель; потребительское поведение; международный рынок; международный маркетинг.

В современном мире крупным компаниям приходится бороться за внимание клиентов. Завоевание внимания потребителя является важнейшей частью любой маркетинговой кампании, в тоже время, данный аспект является самым сложным для маркетологов.

В разное время маркетологи крупных компаний делали акценты на новейшие технологии, например, в 90-ых годах, когда основными каналами коммуникации с потребителями являлось телевидение и СМИ, компании старались активно заявить о своем присутствии на рынке, создавая яркие рекламные ролики, делая акцент на массового потребителя.

В 2000-х гг., с развитием цифровых технологий, компании начали уделять особое внимание интернет ресурсам, создавая собственные веб-сайты, постепенно переходя в интернет пространство, делая акцент на персонализации каждого клиента.

С 2010 г. компании стали делать больший акцент на персонализации каждого клиента, компании занимались сбором данных клиента,

тем самым получая возможность предлагать клиенту только те товары, которые ему интересны. Компании начали взаимодействовать с крупными инфлюенсерами для привлечения внимания к себе новых потребителей. Также, компании стали разрабатывать свои мобильные приложения, переходя полностью в интернет пространство.

Наше десятилетие, 2020-е гг., началось с пандемии Covid-19, что, в некоторой степени, определило развитие маркетинговых стратегий для международных компаний. Компаниям пришлось переходить в онлайн среду, тем самым давая значительное развитие сервисам по доставке товаров. Такой массовый переход компаний в онлайн среду сильно ускорил развитие цифровых технологий.

«Многие компании используют геймификацию, как способ привлечь к себе внимание и укрепить лояльность потребителей к себе» [1, с. 310].

Немаловажным плюсом геймификации является добровольное взаимодействие клиента с брендом. «Потребители хотят чувствовать сопричастность с брендом, в некотором смысле эмоциональную взаимосвязь и приверженность к его ценностям, философии и методам взаимодействия» [2, с. 661]. В наше время, очень трудно достичь расположение клиента, многие из потребителей остаются лишь наблюдателями за компанией или делают единичный заказ и уходят. Геймификация дает компании возможность расположить клиента к себе посредством дополнительных бонусов, баллов, мини-игр.

Геймификация является отличным инструментом и для международного маркетинга. Выход компании на международный рынок является очень затратным, ведь необходимо подстраиваться под культурные особенности локальных рынков. «Одной из самых ключевых функций геймификации является шанс проанализировать потребности целевой аудитории в определенный период времени. Именно это позволяет собирать и обновлять данные в уже существующей клиентской базе и понимать какие решения в области проведения рекламных кампаний необходимо принять для получения наиболее эффективных результатов» [3, с. 73].

Рассмотрим пример геймификации на компании Nike. Данная компания, совместно с Apple, запустила мобильное приложение Nike Run Club. Пользователи данного приложения выполняют ежедневные задания, которые стимулируют их заниматься спортом, за выполнение данных заданий, пользователь получает достижения и ценные награды, такие как, скидки на фирменную продукцию Nike, а также дополнительные бонусы в App Store и подписки в Apple Music.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно выделить то, что геймификация является удобным инструментом в руках больших компаний, который выполняет множество различных задач для компании.

Библиографический список

1. Михайлов А. Н. Геймификация в CRM: как игровые механики помогают вовлекать клиентов // Вестник науки. 2024. Т. 2, № 12 (81). С. 309–312.
2. Абрамова Р. С., Гужеченко Л. Т., Ларина А. С. Анализ основных трендов маркетинга, ориентированных на повышение эффективности компаний // Вестник Академии знаний. 2024. № 3 (62). С. 660–666.
3. Нестерова З. В. Геймификация как современный инструмент коммуникации с потребителем в условиях цифровой трансформации экономики // Деловой вестник предпринимателя. 2024. № 1 (15). С. 72–75.

Научный руководитель: З. В. Нестерова,
кандидат экономических наук, доцент

А. Б. Гомзяков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

От методики к принципам: адаптивный подход в стратегическом управлении

Аннотация. В условиях высокой волатильности современных рынков традиционные модели стратегического управления демонстрируют снижение эффективности. Данное исследование обосновывает необходимость перехода от жестких методических подходов к гибким принципам стратегического управления.

Ключевые слова: стратегическое управление; адаптивные стратегии; принципы управления; VUCA-мир; организационная гибкость.

Современная бизнес-среда характеризуется возрастающей сложностью и непредсказуемостью, что ставит под сомнение эффективность классических моделей стратегического управления. Традиционные подходы, такие как SWOT-анализ, матрица БКГ или модель пяти сил Портера, разрабатывались для условий относительной стабильности и предполагают линейное прогнозирование. Однако в реалиях VUCA-мира (нестабильности, неопределенности, сложности и неоднозначности) их применение часто приводит к стратегической ригидности и запаздывающим решениям [1, с. 336].

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью разработки более гибких подходов к стратегическому управлению. Основная гипотеза заключается в том, что переход от жестких моделей

к адаптивным принципам позволяет организациям эффективнее реагировать на изменения внешней среды.

Классические модели стратегического управления обладают рядом существенных ограничений в современных условиях. Во-первых, они предполагают наличие полной и достоверной информации, что редко соответствует действительности в условиях информационной турбулентности. Во-вторых, жесткие модели не учитывают скорость изменений на современных рынках. Ярким примером может служить кейс компании Kodak, которая, несмотря на наличие формально грамотной стратегии, не смогла адаптироваться к цифровой трансформации фотоиндустрии [2, с.320]. Важнейшим недостатком является игнорирование человеческого фактора. Большинство моделей рассматривают организацию как механистическую систему, не учитывая особенности корпоративной культуры и поведенческие аспекты. Это приводит к ситуации, когда формально правильные стратегии не реализуются на практике из-за сопротивления. В противовес жестким моделям предлагается система взаимосвязанных принципов, обеспечивающих необходимую гибкость стратегического управления:

1. *Принцип адаптивной перспективности* предполагает сочетание долгосрочного видения с возможностью оперативной корректировки. Крупные корпорации, такие как Unilever, демонстрируют эффективность такого подхода, устанавливая амбициозные долгосрочные цели, при этом ежегодно пересматривая тактические планы их достижения. Для малого бизнеса данный принцип реализуется через более короткие стратегические горизонты, что позволяет быстрее реагировать на изменения спроса.

2. *Принцип системности* отражает необходимость комплексного рассмотрения всех элементов организации. Практика компании Zappos показывает, как интеграция HR-стратегии с маркетинговой политикой создает устойчивое конкурентное преимущество. Современные системы бизнес-аналитики позволяют реализовать данный принцип через создание единого информационного пространства для всех подразделений.

3. *Принцип реализуемости* акцентирует внимание на балансе между амбициозностью и достижимостью стратегических целей. Опыт SpaceX демонстрирует эффективность поэтапного подхода к реализации масштабных задач (программа колонизации Марса), в то время как кейс WeWork показывает риски завышенных ожиданий, не подкрепленных рыночными реалиями.

4. *Принцип итеративности* предполагает разбиение стратегии на серию управляемых этапов с постоянной обратной связью. Методо-

логия Agile, адаптированная для стратегического управления в Spotify, позволяет организациям оперативно корректировать курс без потери общего направления. Японская система Kaizen, успешно реализованная в Toyota, подтверждает эффективность непрерывного совершенствования через малые изменения.

5. *Принцип комплексности* требует всестороннего анализа всех аспектов деятельности. Практика сценарного планирования, разработанная в Shell, показывает, как учет множества факторов позволяет предвидеть кризисные ситуации. В то же время, опыт Nokia свидетельствует о последствиях недостаточного внимания к комплексной диагностике изменений.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о необходимости переосмысления традиционных подходов к стратегическому управлению. Предложенная система принципов представляет собой эффективную альтернативу жестким моделям в условиях нестабильности. Основное преимущество принципиального подхода заключается в его гибкости — каждая организация может адаптировать предложенные принципы с учетом своей специфики, сохраняя при этом стратегическую целостность.

Библиографический список

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / пер. с англ. А. Ткаченко. СПб.: Питер, 2020. 336 с.

2. Румянцева З.П. Стратегический менеджмент: учебник М.: ИНФРА-М, 2022. 320 с.

Научный руководитель: Л. А. Раменская,
кандидат экономических наук, доцент

Оценка инвестиционной привлекательности компаний перед сделками слияния и поглощения (M&A): ключевые методы и подходы

Аннотация. Сделки слияния и поглощения являются важной частью корпоративного бизнеса, так как они помогают компаниям расти, диверсифицировать портфель и оптимизировать структуру капитала. Для эффективной реализации сделок M&A необходима грамотная оценка инвестиционной привлекательности компаний с помощью ряда ключевых методов и подходов, которые будут представлены в данной статье.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность; сделки слияния и поглощения; оценка; дисконтирование денежных потоков.

Инвестиционная привлекательность представляет совокупность количественных и качественных показателей, отражающая эффективность деятельности различных аспектов предприятия, на основе которой строятся экономические отношения между субъектами хозяйствования для эффективного развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности [1].

Традиционные методы финансового анализа являются основой оценки инвестиционной привлекательности компании. Сюда включаются:

1. Диагностика финансовой отчетности (анализ баланса, отчета о прибылях и убытках и отчета о движении денежных средств) позволяет оценить ликвидность, платежеспособность, рентабельность и финансовую устойчивость компании [3].

2. Коэффициентный анализ основан на расчете различных финансовых коэффициентов (ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости и деловой активности).

3. Анализ капитала исследует структуру капитала компании, соотношение собственного и заемного капитала.

Методы дисконтирования денежных потоков (DCF) являются наиболее распространенными, точными и теоретически обоснованными методами оценки компаний. Они основаны на прогнозировании будущих денежных потоков компании и дисконтировании их к текущей стоимости. Основные этапы оценки методом DCF включают:

1. Прогнозирование денежных потоков на определенный период (обычно 5–10 лет).

2. Определение ставки дисконтирования кумулятивным способом, CAPM (модель капитальных активов) или WACC (средневзвешенная стоимость капитала).

3. Расчет терминальной стоимости на основе модели Гордона (расчет стоимости основан на капитализации дохода в последний год прогнозного периода или в первый год постпрогнозного периода [1]).

4. Дисконтирование будущих денежных потоков и терминальной стоимости.

5. Расчет стоимости компании как суммы текущей стоимости всех дисконтированных денежных потоков и терминальной стоимости.

Сравнительные методы основаны на сравнении компании с аналогичными компаниями, уже представленными на рынке. Они включают:

1. Методы рыночных мультипликаторов (соотношение между ценами и показателями деятельности компании).

2. Метод рынка капитала (определение миноритарных пакетов акций компании).

3. Метод сделок (определение стоимости доли акционерного капитала с учетом премии за контроль).

Одним из ключевых аспектов оценки инвестиционной привлекательности в сделках М&А является оценка потенциальной синергии. Оценка синергии должна быть реалистичной и основанной на конкретных планах интеграции. Различают:

1. Операционную синергию: сокращение затрат за счет эффекта масштаба, оптимизации производственных процессов, объединения административных функций и т. д.

2. Финансовую синергию: улучшение доступа к финансированию, снижение стоимости капитала, оптимизация налогообложения [2; 4].

При оценке инвестиционной привлекательности необходимо учитывать стратегические факторы, такие как конкурентная среда, регулирование отрасли, макроэкономические условия и технологические тренды, а также стоимость нематериальных активов (бренд, репутация, интеллектуальный капитал и т. п.).

Библиографический список

1. *Верхоглядова Е. С.* Понятие инвестиционной привлекательности // Экономика и социум. 2018. № 12 (55). С. 265–268.

2. *Савченко Я. В., Григорьев М. Н.* Методический подход к оценке экономической эффективности сделок слияний и поглощений // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 1 (45). С. 82–88.

3. *Теплова Т.В.* Инвестиции: учебник и практикум. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 781 с.

4. *Тютык О.В.* Корпоративный менеджмент. Рынок корпоративного контроля: слияния и поглощения компаний: учеб. пособие. Пермь, 2019. 121 с.

Научный руководитель: *С.Н. Смирных*,
кандидат экономических наук, доцент

А.К. Калашиникова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Формирование устойчивых стратегий развития крупных промышленных структур в современных условиях

Аннотация. В условиях глобальной экономической турбулентности и технологической трансформации эффективная стратегия развития становится ключевым инструментом для крупных промышленных компаний. В данной статье освещаются особенности стратегического управления в компаниях масштабного уровня. Рассматриваются структурные принципы построения стратегии, а также аналитические подходы, такие как методика анализа поля сил, позволяющая глубже понять динамику изменений внутри корпоративной системы. Особое внимание уделено ресурсной базе, институциональной роли таких организаций и их влиянию на региональное развитие.

Ключевые слова: стратегия; стратегическое управление; крупные промышленные компании; ESG-принципы.

Крупные промышленные компании представляют собой сложно-организованные производственные комплексы с высокой степенью капиталоемкости, мультиуровневой структурой и широкой географией функционирования. Их роль выходит за пределы производственной эффективности: они выступают активными агентами экономического роста, научно-технического прогресса и социальной стабильности. Формирование стратегии в таких организациях требует не просто планирования, а выстраивания целостной системы управления развитием, где каждый элемент — от корпоративной миссии до производственной логистики — подчинен долгосрочным целям [1].

В отличие от малых и средних предприятий, стратегическое поведение крупных интегрированных структур основано на принципах системности, диверсификации и устойчивости. Учитывая наличие разветвленной инфраструктуры, корпоративных дочерних предприятий, а также тесных связей с государственными и муниципальными структурами, стратегия развития приобретает комплексный и межотраслевой

характер. Планирование включает не только производственные и инвестиционные решения, но и вопросы экологии, социальной ответственности, кадровой политики, цифровой трансформации [2].

Особое внимание сегодня уделяется так называемым ESG-принципам, которые включают три взаимосвязанных направления: экологические аспекты, социальная ответственность, качество корпоративного управления. Внедрение ESG-подходов означает, что компания не ограничивается только финансовыми показателями, а стремится к снижению негативного воздействия на окружающую среду, улучшению условий труда, равенству возможностей и прозрачности управленческих процессов [3]. Для крупных промышленных компаний это становится как инструментом устойчивого развития, так и важным фактором инвестиционной привлекательности и соответствия международным стандартам. Одним из центральных принципов стратегического управления в условиях промышленного масштаба становится долгосрочность с обязательной адаптацией к краткосрочным колебаниям рынка. Стратегии должны быть гибкими, но при этом системно структурированными¹.

Крупные промышленные компании в условиях кризиса выстраивают адаптивные стратегии, направленные на снижение зависимости от внешних факторов: диверсифицируют логистику, локализуют ключевые технологии, усиливают внутренний рынок. Одновременно укрепляется операционная устойчивость через цифровизацию и сокращение издержек. Стратегия дополняется сценарным подходом и управлением рисками, что позволяет сохранять развитие даже в нестабильной среде.

В современных условиях растущей конкуренции важную роль играет технологическая приоритетность — предприятия стремятся к опережающему внедрению инноваций, цифровых решений, локализации критически важных компетенций. Это особенно актуально для организаций, действующих в капиталоемких отраслях — нефтехимии, металлургии, машиностроении и энергетике. Стратегическая модель для таких компаний выстраивается на основе оценки ресурсного потенциала, финансовой устойчивости, логистических цепочек, а также прогнозирования внешних воздействий. Это требует внедрения прогностических инструментов, интеграции ESG-факторов в ключевые бизнес-процессы, расширения инструментов мониторинга и контроля за реализацией стратегических решений.

¹ Кондратенко М. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать // РБК Тренды. 2022. 6 дек. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (дата обращения: 29.03.2025).

Библиографический список

1. Пьянкова С. Г., Ергунова О. Т. Специфика развития городов под влиянием деятельности крупных промышленных компаний в России // Проблемы развития территории. Т. 29, № 1. С. 57–72.
2. Свиридова С. В., Ильина Е. А. Подходы к разработке и реализации стратегии развития промышленных предприятий // Экономинфо. 2019. Т. 16, № 2-3. С. 50–54.
3. Ткаченко И. Н., Савченко Я. В. Смена приоритетов ESG-составляющих в российском бизнесе // Kant. 2023. № 4(49). С. 157–161.

Научный руководитель: Я. В. Савченко,
кандидат экономических наук, доцент

И. Мара

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современные тенденции устойчивого развития

Аннотация. Рассматриваются существующие подходы к понятию «устойчивое развитие». Автором раскрываются особенности устойчивого развития как элемента экологического и социального менеджмента. Кроме того, рассматриваются современные тенденции в области устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивое развитие; модель устойчивого развития; эффективность управления; концепция устойчивого развития.

Устойчивое развитие является концепцией, охватывающей широкую палитру взглядов и подходов. Каждый из представленных аспектов подчеркивает значимость баланса между текущими нуждами человечества и сохранением потенциала для будущих поколений. Это требует от общества ответственного подхода к ресурсам и систематического учета экологических и социальных факторов при планировании и реализации экономических и социальных проектов [1].

Сегодня деловой мир сталкивается с рядом серьезных экологических и социальных проблем. Хотя эти препятствия можно преодолеть, их игнорирование может оказать разрушительное воздействие на будущую прибыльность, репутацию и потенциальный рост вашей компании. Среди препятствий, с которыми мы сталкиваемся, — рост цен на энергоносители и сырье, усиление влияния регулирующих органов в сфере экологии и труда, а также растущая осведомленность потребителей об экологических и социальных проблемах. В дополнение к этим новым рискам существуют фундаментальные риски, связанные с неспособностью достичь бизнес-целей или потерей доверия клиентов к бренду.

В контексте бизнеса под экологическим и социальным менеджментом понимаются процессы и практики, позволяющие организации снизить воздействие на окружающую среду и повысить общую операционную эффективность [2]. Внедрение систем социального и экологического менеджмента потенциально может принести компании прямые выгоды. Производственные затраты могут быть снижены за счет более эффективного использования материалов и энергии, а также экономии ресурсов. Существует четкая связь между сокращением, переработкой и утилизацией отходов и связанными с этим затратами на утилизацию, которые, как правило, со временем увеличиваются.

Внедрение социальных принципов руководством принесет пользу сотрудникам и партнерам компании, поскольку повышает их общее благосостояние. Удовлетворенные сотрудники, которые остаются в коллективе на длительный срок и повышают производительность, вносят значительный вклад в успех организации [3].

Бизнес, даже в условиях нестабильности, блокаде финансовых и сырьевых мировых рынков активно стремится использовать потенциал принципов устойчивого развития для стабильного долгосрочного роста стоимости своих компаний, обращая все больше внимания на менее популярные и менее исследованные (апробированные) составляющие направления устойчивого развития: «S» (общество) и «G» (корпоративное управление), особенно это заметно в современных российских реалиях.

Разрыв коммуникационных и деловых связей по средствам санкционного давления с ключевыми для нашей страны контрагентами и партнерами, предвзятое отношение со стороны прошлых партнеров к объективным данным российских компаний, не уничтожили российскую экономику, не свернули ESG-трансформацию российского бизнеса с повестки дня, однако внесли множество своих вызовов — экономика столкнулась с необходимостью поиска, разработки и применения своих техник, инструментов и методик, в том числе и для реализации принципов устойчивого развития. Необходимость развития собственных стандартов и методологий рейтингования компаний в рамках ESG повестки, с учетом своей национальной и региональной специфики — является важнейшей задачей в рамках реализации принципов устойчивого развития для российского государства и бизнес-сообщества.

Итак, проблемы устойчивого развития предприятия существенно возрастает в условиях турбулентности современной экономики, особенно в Российской Федерации, при агрессивно настроенном к России мировом сообществе. В этой связи необходимо переосмысление роли

принципов ESG для эффективного управления предприятия, вовлечения в данный процесс не только топ — менеджмента, но и всего персонала.

Библиографический список

1. *Ахатов А.* Эколого-экономическая модель Татарстана и переход к устойчивому развитию // *Экология: безопасность нации: сб. ст. / науч. ред. Э. Тагиров.* Казань: Экополис, 1998. С. 79–92.
2. *Бланк И. А.* Торговый менеджмент. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Ника-Центр; Киев: Эльга, 2004. 780 с.
3. *Данилов-Данильян В. И., Лосев К. С.* Исходные положения устойчивого развития // *Устойчивое развитие. Обзор. информация.* 1999. №4. С. 3–9.

Научный руководитель: *И. Н. Ткаченко*,
доктор экономических наук, профессор

Я. Е. Нурдинов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка рисков проектов

Аннотация. Оценка рисков проектов является ключевым этапом в управлении инвестициями, позволяющим минимизировать возможные потери и повысить вероятность успеха предприятия. Этот процесс включает выявление потенциальных угроз и разработку стратегий их преодоления. Грамотная оценка рисков помогает инвесторам принять обоснованные решения и выбрать наиболее перспективные направления вложения капитала.

Ключевые слова: инвестиция; риск; проект; цель; организация; методы; анализ; решение; производство; продажа.

Риск в контексте инвестиционной деятельности можно определить как вероятность наступления событий, приводящих к отклонению фактических результатов от ожидаемых, чаще всего — в сторону ухудшения. С позиций теории управления проектами, риск — это мера неопределенности, связанной с реализацией целей проекта [1].

Методы оценки рисков можно условно разделить на качественные и количественные. Выбор конкретного подхода зависит от целей анализа, доступности информации и стадии жизненного цикла проекта.

Качественная оценка основана на экспертной оценке, интуитивном анализе и структурированных описательных методиках. Наиболее распространенные:

1. SWOT-анализ — выявляет сильные и слабые стороны проекта, а также внешние возможности и угрозы.

2. Метод экспертных оценок — привлечение компетентных специалистов для ранжирования рисков по степени вероятности и возможному ущербу.

3. Метод дерева решений — визуализация сценариев развития проекта с учетом вероятностей и последствий различных рисков.

Данные методы являются удобными на ранних этапах анализа и позволяют получить общее представление о рисковой структуре проекта [2].

Количественные методы предполагают использование математических и статистических моделей для более точной оценки влияния рисков на параметры проекта:

1. Анализ чувствительности (*sensitivity analysis*) — позволяет определить, насколько результат проекта (например, *NPV*) изменяется при изменении отдельных исходных параметров.

2. Сценарный анализ — рассматриваются различные сценарии (оптимистичный, реалистичный, пессимистичный) с оценкой их вероятности и последствий.

Использование этих методов повышает обоснованность принимаемых инвестиционных решений и способствует снижению негативных последствий неопределенности.

При принятии решений в условиях неопределенности и риска используются различные критерии, разработанные в теории принятия решений [3]:

1. Критерий максимина (Вальда) — выбор альтернативы, обеспечивающей наилучший результат в случае наихудшего сценария.

2. Критерий максимума (Максимакс) — ориентирован на получение наилучшего возможного результата.

3. Критерий минимакса сожалений (Сэвиджа) — минимизация возможных потерь от неправильного выбора.

4. Критерий ожидаемой полезности — взвешенная оценка всех возможных исходов проекта с учетом их вероятности.

Применение этих подходов зависит от степени склонности инвестора к риску и специфики проекта.

Оценка рисков является важнейшим инструментом управления инвестиционными проектами. Применение как качественных, так и количественных методов позволяет не только выявить и классифицировать возможные угрозы, но и принять обоснованные решения по минимизации негативных последствий.

Библиографический список

1. Болдырев Е. С., Буренина И. В., Захарова И. М. Учет рисков при оценке инвестиционных проектов в нефтегазовой отрасли // Наукovedение. 2016. Т. 8. № 1. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/48EVN116.pdf>.
2. Грузин Н. А. Современные подходы к оценке проектных рисков организации // Наукovedение. 2015. № 6. С. 1–10. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/68EVN615.pdf>.
3. Штеле Е. А., Гусева М. А., Руди Л. А. Методика оценки эффективности инвестиционных проектов с учетом рисков // Вестник СибАДИ. 2016. № 6 (52). С. 135–140.

Научный руководитель: *С. Н. Смирных*,
кандидат экономических наук, доцент

Н. А. Шаидова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Математические методы оценки риска инвестиционных проектов

Аннотация. Приведен обзор математических методов, которые позволяют получить количественные оценки риска реализации инвестиционного проекта. Рассматриваются как простые подходы к оценке риска, так и более сложные, требующие использования специальных математических показателей.

Ключевые слова: инвестиционный проект; риск; эффективность; дисконт; чистая приведенная стоимость, *NPV*.

Математические методы, как универсальный инструмент для получения количественных оценок, широко используются в экономических исследованиях и позволяют принимать обоснованные решения в тех ситуациях, когда эти решения неочевидны [2].

Инвестиционная деятельность практически всегда связана с риском. Инвестиционные решения носят целенаправленный характер и предполагают определенный срок вложения средств. При этом если размер инвестирования является величиной определенной, то ожидаемые поступления опираются на прогнозные оценки будущих доходов. В этом случае существенным фактором, который оказывает влияние на величину будущих доходов является риск.

Риск инвестиционного проекта целесообразно рассматривать как возможность отклонений получаемых результатов от ожидаемых. В качестве результата реализации инвестиционного проекта выбираются показатели, которые характеризуют его эффективность. Наиболее по-

пулярным показателем является чистая приведенная стоимость (NPV), которая представляет собой разность между будущими доходами, приведенными к моменту инвестирования, и размером вложенных средств. Для получения доходов, приведенных к моменту начала проекта, используется норма дисконта, которая определяется координаторами проекта экспертным путем.

Наиболее простой способ оценки риска заключается в изменении величины дисконта на определенную величину, которая зависит от степени сложности проекта. Если расширяется уже успешно действующий проект, то дисконт увеличивают на одно значение, если же проект связан с освоением новых видов деятельности и выходом на новые рынки, то это значение возрастает. Для увеличенного дисконта рассчитывается чистая приведенная стоимость. Если она не становится отрицательной, то риск считается минимальным [1].

Другим способом оценки риска является расчет чистой приведенной стоимости только для гарантированных поступлений денежных средств по анализируемому проекту. Если результат получен положительный, то проект можно рассматривать как мало рисковый.

Если количество вариантов развития реализации проекта не слишком большое, то для оценки риска можно использовать метод, называемый деревья решений. В этом случае реализация проекта представляется в виде графа. Состояния развития проекта, которые предполагают выбор дальнейшего поведения, представляют собой вершины графа, а его дуги — те последствия, которые могут возникнуть в той ситуации, которую определяет вершина. Несмотря на четкую логику, в рамках этого метода с увеличением количества вершин происходит рост сложности вычислений, что приводит к редкому использованию данного метода.

Более подробные результаты для анализа риска может дать метод анализа чувствительности критерия эффективности. В качестве такого критерия чаще всего используется чистая приведенная стоимость. Суть метода заключается в вариации значений показателей на основе которых определяется величина чистой приведенной стоимости. В результате появляется возможность оценить изменение чистой приведенной стоимости в зависимости от изменения показателей, на базе которых определяется ее величина. Чем меньше чувствительность NPV к изменению показателя, тем меньше риск проекта.

Принимая решение об участии в инвестиционном проекте важно оценить вероятность убыточности проекта. В этом случае показателям, на основе которых рассчитывается NPV , задают несколько возможных

значений, как правило это оптимистическое, пессимистическое и наиболее вероятное значения. На основе этих значений определяются оптимистическое, пессимистическое и наиболее вероятное значения NPV . С использованием найденных значений определяются основные математические характеристики NPV как случайной величины: математическое ожидание и стандартное отклонение. Полагая, что изучаемая случайная величина имеет нормальное распределение, на основе полученных характеристик распределения выполняется вероятностный анализ, в рамках которого будут получены ответы на интересующие аналитика вопросы, в частности появится возможность рассчитать какова вероятность того, что проект будет убыточным, или вероятность того, что NPV проекта будет меньше ожидаемого значения на заданное процентное значение.

Все рассмотренные выше методы имеют свои достоинства и недостатки, поэтому в каждом конкретном случае именно аналитик определяет наиболее предпочтительный способ анализа риска.

Библиографический список

1. *Кочкина Е. М.* Оценка риска инвестиционных решений // Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы II Уральского экономического форума: в 2 т. (Екатеринбург, 21–22 октября 2020 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. Т. 1. С. 147–152.

2. *Радковская Е. В.* Динамика персональных финансов в современных условиях // Финансы и общество: новые реалии, новые форматы, новые финансовые инструменты: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14 ноября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2024. С. 116–120.

Научный руководитель: *Е. М. Кочкина*,
кандидат экономических наук, доцент

Направление 8. Рынки, фирмы, бизнес-модели: на пути к цифровому будущему

М. З. Андрианова

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

Искусственный интеллект: роль в автоматизации бизнес-процессов и проблемы применения

Аннотация. Использование искусственного интеллекта в бизнесе способствует увеличению его эффективности. Проблема применения ИИ вызвана отсутствием глубокого понимания бизнес-функций, на которые он может оказать влияние, и конкретного результата от его использования.

Ключевые слова: искусственный интеллект; бизнес-процесс; автоматизация бизнес-процессов; бизнес-функция; цифровая интеграция.

В настоящее время цифровые технологии безусловно служат основополагающей базой для всех сфер человеческой жизни, в том числе для экономической сферы. Успешная цифровая интеграция в государственных структурах и учреждениях и бизнесе является одним из определяющих факторов прогрессивного развития любого государства.

Рынок, как система экономических отношений, включающих конкуренцию между предпринимателями, первым адаптировался к появлению информационных технологий и активно внедрял их для автоматизации своих бизнес-процессов. Одной из ключевых технологий, получивших широкое распространение, стал искусственный интеллект. Его применение и инвестиции в него начинают себя оправдывать: он улучшает клиентский опыт, процессы принятия управленческих решений и сокращает затраты.

Неотъемлемость его использования, как и других цифровых технологий, способствовало возникновению B2B-компаний, которые специализируются на цифровой трансформации других бизнесов и интеграции в них цифровых технологий, которые испытывают трудности не только в самом процессе внедрения, но и в понимании его необходимости или областях применения. В организациях крупных предприятий с этой же целью введены новые должности: CIO Digital Office или Chief Transformational Office.

Такие решения обусловлены подходом к рассматриванию больших данных как ключевого актива компании. Для этого в любой крупной организации должен быть человек, который несет ответственность за управление большими данными. Управление включает в себя понимание применения правильных цифровых инструментов и технологий, в том числе технологий искусственного интеллекта, ради достижения эффективных результатов для компании. Без необходимого обучения сотрудников и проведения стратегических сессий по использованию новых цифровых технологий в компаниях будет возникать проблема низкого уровня понимания их сути или ожидания от них результата, которого они способны помочь достичь.

Под эффективным применением искусственного интеллекта подразумевается понимание бизнес-функций, которые получают максимальную пользу от ее внедрения; важно ответить на вопросы «что?» и «как?» Другими словами, в основе потребности автоматизации должно лежать глубокое ориентирование во всех бизнес-процессах, а также в специфике самой компании. Более упрощенное восприятие бизнес-функций и применение в них искусственного интеллекта представлено на рисунке.



Примеры автоматизации бизнес-процессов

Сейчас компании пересматривают свои компетенции для работы с искусственным интеллектом. Автоматизация рутинных задач важна для снижения затрат и повышения качества результатов бизнес-процессов. Это происходит благодаря адекватному соотношению источников данных и последующему созданию из них смысла, генерируемой энергией искусственного интеллекта, что, в свою очередь, имеет под собой почву осмысления алгоритмических целей и задач бизнес-пользователя.

Научный руководитель: *М. В. Казаковцева*,
кандидат экономических наук, доцент

Ю. Г. Бондаренко

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Франчайзинг»

Аннотация. Работа посвящена изучению франчайзинга как многообещающего подхода к ведению бизнеса, основанного на сотрудничестве между правообладателем и пользователем. Прослеживается история возникновения данной модели, приводятся актуальные примеры ее успешной реализации в российских условиях, обсуждаются возможные риски и ограничения.

Ключевые слова: предпринимательство; малый бизнес; бизнес-модель; риски; коммерческая концессия; франчайзинг; франчайзер; франчайзи.

В современной деловой среде, где максимизация прибыли при минимизации рисков является ключевой целью, постоянно возникают инновационные методы ведения бизнеса. Франчайзинг представляет собой одну из многообещающих структур [1].

Франчайзинговая модель предполагает передачу правообладателем лицензии на применение своей отработанной бизнес-схемы. Это позволяет компании быстро расширяться географически, не инвестируя собственные средства и не принимая связанные с этим риски. Эти риски берет на себя франчайзи, выступающий в роли независимого предпринимателя, отвечающего за управление бизнесом. В свою очередь, франчайзи получает возможность работать под известным брендом, используя готовую продукцию, налаженное оборудование и процессы, что значительно уменьшает риски, связанные с созданием бизнеса с нуля. Франчайзи может рассчитывать на поддержку и экспертизу франчайзера, что при успешном развитии приводит к взаимовыгодному партнерству [2].

История франчайзинга уходит корнями в средневековую Францию, где монархи делегировали право на производство товаров от своего

имени. В период индустриализации данную модель активно перенял частный сектор, одной из первых стала компания Singer Corporation. Однако мировую известность франчайзинг получил благодаря McDonald's, где дальновидность Рэя Крока позволила превратить небольшую сеть в глобальную структуру, основанную на строгих стандартах и эффективной франчайзинговой модели.

Сегодня российский рынок франчайзинга демонстрирует уверенный рост и предлагает множество успешных примеров масштабирования бизнеса. «Додо Пицца» и «Жизнь Март» — яркие представители, активно использующие франчайзинг для расширения сети и повышения узнаваемости бренда. «Додо Пицца» заслуженно считается технологичной и инновационной компанией, предлагающей своим партнерам современные IT-решения. «Жизнь Март» привлекает покупателей широким ассортиментом качественных продуктов и удобным форматом магазинов «у дома» [3].

Несмотря на очевидные преимущества, франчайзинг не лишен недостатков для обеих сторон. Для франчайзера это риск потери контроля над качеством в отдельных точках сети, потенциальные конфликты с франчайзи из-за финансовых вопросов или маркетинговой политики, а также сложность поддержания единообразия бренда. Для франчайзи недостатки заключаются в ограничении свободы предпринимательства, жестких требованиях франчайзера, необходимости выплачивать роялти и паушальный взнос, а также зависимость от репутации бренда в целом. Улучшить данную бизнес-модель можно путем внедрения более гибких франчайзинговых договоров, учитывающих региональные особенности и потребности франчайзи. Важно также усилить систему контроля качества и обучения персонала, развивать прозрачную систему коммуникации между франчайзером и франчайзи, а также предлагать франчайзи более широкие возможности для реализации собственных идей в рамках общей концепции бренда. Создание эффективной системы поддержки франчайзи, включающей консультации, обучение и маркетинговую помощь, также способствует укреплению франчайзинговой сети и повышению прибыльности бизнеса для всех участников.

Библиографический список

1. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Пабlishер, 2016. 430 с.
2. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Влияние цифровых технологий отраслей промышленности на экономический рост индустриальных регионов // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, № 9 (516). С. 1653–1670.

3. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Оценка уровня производительности труда индустриально развитых городов // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 апреля 2024 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2024. С. 60.

Научный руководитель: Л.К. Чеснюкова

Ю.Г. Домрачева

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

Почему заработок в интернете привлекает людей? Возможности заработка в социальных сетях

Аннотация. Удаленная работа все больше и больше привлекает людей. В статье обсуждаются возможности заработка в интернете, а главное — даны ответы на вопрос: почему заработок в интернете привлекает людей?

Ключевые слова: интернет; заработок; заработок в интернете; социальные сети; онлайн-заработок.

Заработок в интернете привлекает много людей. Это неудивительно, потому что он не предполагает опыта, образования и вклада. Онлайн заработок не имеет возрастных и прочих ограничений. Многие сайты в онлайн среде предлагают ознакомиться с перспективными и популярными возможностями заработка в интернете. Но нужно учитывать один нюанс, что такая работа имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые нужно обязательно принимать во внимание.

Несомненно, плюсов в таком виде заработка больше, чем минусов. Эти негативные аспекты не делают работу в онлайн среду хуже. Рассмотрим плюсы такой работы:

Во-первых, вы можете свободно распоряжаться своим временем. Тяжелее распоряжаться своим временем, когда человек работает на предприятии или в другом месте. К счастью, работа в интернете может это предоставить. Каким-то людям привычнее работать в дневное время, другим ночью. Вы сможете составить удобный для себя график.

Во-вторых, отметим свободу труда в домашней атмосфере. Дома человеку не будет никто мешать, нет начальства и надоедливых сотрудников. Вы в любое время сможете сделать перерыв на обед или домашние дела. В общем, нет контроля со стороны. Но не забывайте, что доход будет зависеть от правильного распределения вашего времени и сил.

В-третьих, у вас есть возможность обустроить рабочее место согласно вашим предпочтениям. Не может быть ничего уютнее чем соб-

ственный дом, любимая кофейня или же беседка на берегу моря. Главное, чтобы вам было комфортно.

В-четвертых, человек, работающий на дому, находится в постоянном саморазвитии. Вы можете не только работать, но и заниматься любимыми хобби или попробовать другие варианты работы на дому.

В-пятых, отсутствие возрастных ограничений. Работать в интернете может как школьник, так и человек в возрасте. Онлайн-заработок не предполагает никаких физических нагрузок.

Казалось бы, почему у работы, которая имеет столько преимуществ, могут быть недостатки? Ответ прост. Многие люди попросту будут не готовы к ненормированному графику. Кому-то легче работать в коллективе, кому-то одному. Поэтому люди, которые работают на дому стараются выполнить четко поставленный перед собой план. Многие онлайн-работки жалуются на то, что им не хватает контакта с другими людьми — это еще один недостаток удаленной работы.

Для людей, которые работают в интернете, есть один простой совет: всегда планировать свой день. Нужно записывать все свои задачи и оставлять время на пару других важных дел. Тогда успех работы будет очевиден.

Как было сказано выше, многие сайты предлагают ознакомиться с возможностями заработка в социальных сетях. Будьте осторожны, и не попадитесь мошенникам. Для того, чтобы начать зарабатывать онлайн, нужно определиться со способом заработка, проанализировать свои сильные и слабые стороны. После этого можно подбирать работу, которая подходит именно вам.

На сегодняшний день самыми перспективными социальными сетями для заработка являются «ВКонтакте» и «Телеграм». Это проверенные интернет-платформы и у них огромный функционал. Ниже мы рассмотрим несколько проверенных и популярных вариантов заработка в социальных сетях.

Заработок на рекламе подойдет для владельцев популярных аккаунтов и сообществ. Рекламодатели сразу начнут предлагать вам свой товар и услуги, когда ваша аудитория достигнет нескольких тысяч человек. Чтобы достичь успеха стоит выбирать актуальные тематики аккаунтов и сообществ — это позволит привлечь к себе как можно больше рекламодателей.

Печать фото тоже хороший вариант заработка. Для такого варианта бизнеса потребуется приобрести соответствующее оборудование. Но вы сможете печатать не только фотографии. Принты на одежде, кружках, пластинки и это не конец ваших возможностей. Можно пред-

ложить доставку по всем городам. Если вы креативный человек, то такая работа вам подходит.

Онлайн пространство открыто для людей много возможностей для заработка денег, не выходя из дома. Важно, поставить цель и добиваться ее. При работе в интернете возникает много преград и сложностей. Все зависит от человека и его желания двигаться вперед. Если вы целеустремленный человек, то уже в ближайшее можно добиться успеха. Но не нужно думать, что будет легко. Успех приходит со временем, и для этого надо пройти ряд взлетов и падений.

Научный руководитель: *М. В. Казаковцева*,
кандидат экономических наук, доцент

Н. Е. Кочетов, Д. А. Фаттахов

Технический университет УГМК, г. Верхняя Пышма (Свердловская область)

Инновационные решения — фактор повышения финансовых результатов деятельности предприятия

Аннотация. Актуальность темы: оптимизация затрат и повышение финансовых результатов горнодобывающих предприятий за счет инноваций в добыче. Анализируются традиционное секционное взрывание и инновационное механическое разбуривание при проходке восстающих выработок.

Ключевые слова: прибыль; рентабельность; горнодобывающие предприятия; затраты; чистая прибыль; инвестиционный проект; дисконтированный доход.

Повышение прибыли — ключевая цель горнодобывающих предприятий, обеспечивающая расширенное воспроизводство. Рентабельность повышает стоимость капитала, а прирост прибыли и инновации способствуют росту финансовых показателей, укрепляя конкурентоспособность.

Восходящие выработки важны для разработки рудных месторождений: они используются для спуска руды, вентиляции, подготовки блоков, перемещения людей и оборудования. Сравнение методов проходки восстающих:

Классический метод (БП-100): традиционный подход с бурением, заряданием и взрыванием. Характеризуется высокой трудоемкостью, длительностью и рисками для персонала.

Метод механического разбуривания (MLDT-40 RBM). Используется для быстрого разбуривания, исключая взрывы. Сокращает время

проходки, трудозатраты, повышает безопасность. Обеспечивает более эффективную работу.

Для оценки экономической целесообразности использования буровой установки MLDT-40 RBM был проведен сравнительный анализ затрат на классический метод секционного взрывания и предлагаемый метод с использованием комбайнов (см. таблицу).

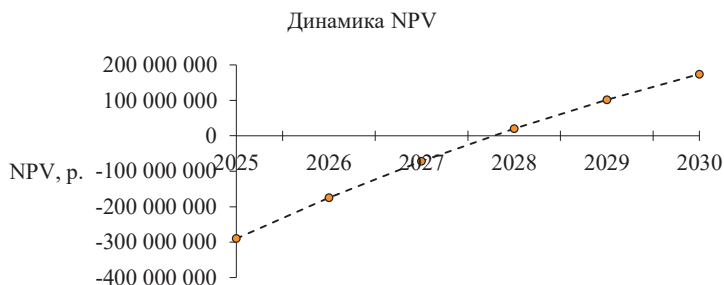
**Финансовые результаты предприятия,
при использовании буровой установки MLDT-40 RBM
на проходку одного отрезного восстающего, р.**

Показатель	Базовый вариант	Проектный вариант	Отклонение
Затраты на бурение	2 235 694,35	3 637 966,72	1 402 272,37
Материалы	612 511,53	774 272	161 760,47
Энергоресурсы	493 420,87	282 881,92	-210 538,95
Заработная плата	910 958,82	491 136	419 822,82
Амортизация	218 803,12	2 089 676,8	1 870 873,68
Затраты на взрывание	3 129 872,31	–	-3 129 872,31
Материалы	1 870 522,53	–	-1 870 522,53
Заработная плата	1 000 038,53	–	-1 000 038,53
Амортизация зарядной машины	259 311,25	–	-259 311,25
Накладные расходы	841 293,2	216 240	-625 053,2
Итого	6 206 859,5	3 854 206,72	2 352 652,83
Прибыль до налогообложения			2 352 652,83
Налог на прибыль			470 530,56
Чистая прибыль			1 882 122,3

В результате исследования выявлено, что предпочтительным является предлагаемый способ проходки восстающего, имеющий наибольшее значение рентабельности и наименьшие затраты. Сравнение затрат показало, что метод проходки с MLDT-40 RBM выгоднее традиционного (БП-100). Снижает расходы, повышает производительность, обеспечивая прибыль в размере 1,9 млн р. за проходку 64 м. Внедрение сокращает время на 82 %, увеличивая экономический эффект в 8–9 раз.

Внедрение буровой установкой MLDT-40RBM позволит сократить время на проходку восстающего, за счет увеличения скорости проходки на 82 % в сравнении с классическим методом.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы: определили, что при реализации инвестиционного проекта на предприятии произойдет снижение издержек на производство и увеличение рентабельности, следовательно, проект экономически целесообразен.



Динамика чистого дисконтированного дохода

Исключение значительного объема взрывных работ предоставит возможность предприятию увеличить рентабельности производства, повышение экологии производственных процессов и уровня охраны труда позволит укрепить конкурентоспособность горнорудного предприятия как на внутреннем, так и на внешнем сырьевом рынке.

Научный руководитель: *Л. В. Гусакина*

М. Б. Кудратиллаев

*Ташкентский университет информационных технологий
имени Мухаммада ал-Хоразмий, г. Ташкент, Узбекистан*

Цифровая трансформация здравоохранения в Узбекистане: экономическая эффективность и доступность

Аннотация. Анализируются особенности внедрения цифровых технологий в здравоохранение Республики Узбекистан с акцентом на экономические аспекты и расширение доступности медицинской помощи. Обосновываются ключевые направления трансформации, включая телемедицину, ИИ, IoT и блокчейн; предложена модель финансирования проекта. Описаны практические эффекты и долгосрочные преимущества цифровизации для устойчивого развития здравоохранения.

Ключевые слова: цифровизация; здравоохранение; Узбекистан; телемедицина; ИИ.

В последние годы цифровые технологии стали неотъемлемой частью модернизации систем здравоохранения. В соответствии с про-

граммой ВОЗ¹, цифровые инструменты способствуют повышению эффективности клинических решений и снижению затрат. В Республике Узбекистан, где более половины населения проживает в сельских районах, актуальность цифровизации особенно высока. Она позволяет преодолеть территориальные барьеры и расширить охват медицинских услуг.

К числу приоритетных технологий относятся электронные медицинские карты, системы телемедицины, применение искусственного интеллекта (ИИ), использование Интернета вещей (IoT), а также технологии блокчейн. Как отмечает Bashshur и др., телемедицина во время пандемии COVID-19 продемонстрировала устойчивость и гибкость системы здравоохранения [1]. Применение ИИ позволяет увеличить точность диагностики до 90% при своевременном анализе медицинских данных [2]. IoT, в свою очередь, обеспечивает непрерывный мониторинг состояния пациентов, а блокчейн гарантирует безопасность медицинской информации.

По официальным данным Министерства здравоохранения Узбекистана, в 2023 г. расходы на сектор здравоохранения составили около 2,5 млрд долл. США. Внедрение цифровых решений способно сократить число госпитализаций на 15–20%, увеличить охват населения на 30–40%, а также снизить объем ошибок на 70–80%, что подтверждается международной практикой. Эти показатели позволяют прогнозировать ежегодную экономию в пределах 485–635 млн долл. С учетом предполагаемых инвестиций в размере 5 млн долларов срок окупаемости составит около трех лет. Реализация проекта предполагает многоканальный подход к финансированию: в первую очередь, через государственную программу «Цифровой Узбекистан — 2030»; во-вторых, с привлечением международных организаций — таких как Всемирный банк, АБР и ВОЗ²; и, в-третьих, за счет участия частных компаний, например Microsoft, которая уже имеет соответствующие инициативы в регионе. Ожидаемый объем инвестиций может достичь 120 млн долл. при наличии соответствующих гарантий и нормативной поддержки.

¹ Глобальная стратегия в области цифрового здравоохранения на 2020–2025 гг. // Всемирная организация здравоохранения. URL: <https://www.who.int/publications/item/9789240020924> (дата обращения: 08.04.2025).

² Глобальная стратегия в области цифрового здравоохранения на 2020–2025 гг. // Всемирная организация здравоохранения. URL: <https://www.who.int/publications/item/9789240020924> (дата обращения: 08.04.2025); *Digital Health Strategy for Developing Member Countries* // Asian Development Bank. URL: <https://www.adb.org/projects/53166-001/main> (дата обращения: 08.04.2025).

К числу барьеров относится недостаточный уровень цифровой компетентности медицинского персонала (менее 30% врачей демонстрируют высокий уровень цифровой грамотности), нехватка профильных ИТ-специалистов и отсутствие единой интегрированной информационной платформы. А.И. Матвеева подчеркивает, что цифровизация требует согласованного взаимодействия между всеми участниками процесса, включая государственные органы, бизнес-структуры и академическое сообщество [3, с. 261]. Только при наличии системного подхода можно добиться устойчивого результата.

Таким образом, цифровая трансформация здравоохранения в Узбекистане не только отвечает требованиям времени, но и способствует решению ряда структурных проблем. Интеграция цифровых решений, при условии адаптации под локальные особенности и обеспечения институциональной поддержки, способна существенно повысить качество и доступность медицинской помощи. Как подчеркивает А.И. Матвеева, «технологическая модернизация здравоохранения возможна только при учете человеческого фактора, потребностей и мотивации специалистов» [4, с. 52].

Библиографический список

1. *Bashshur R., Doarn C. R., Frenk J. M.* Telemedicine and the COVID-19 pandemic: lessons for the future // *Telemed J E Health*. 2020. Vol. 26, no. 5. P. 571–573.
2. *Topol E.* Deep Medicine: How Artificial Intelligence Can Make Healthcare Human Again. New York: Basic Books, 2019. 400 p.
3. *Матвеева А. И.* Роль потребностей в активации человеческого фактора // *Московский экономический журнал*. 2018. № 5(1). С. 259–266.
4. *Матвеева А. И.* Социально-экономическое развитие Уральского региона и его влияние на развитие креативных индустрий // *Социально-экономический ландшафт региона: инвестиции роста: сб. материалов Междунар. научно-практ. конф. (Красноярск, 20 февраля 2025 г.)*. Чебоксары: Среда, 2025. С. 50–53.

Научный руководитель: *А. И. Матвеева*,
доктор философских наук, доцент

Бизнес-модель «Обратная инновация»: история создания, применение и будущие возможности

Аннотация. Автор статьи рассматривает бизнес-модель «Обратная инновация», ее возникновение, ключевые характеристики и примеры успешного применения. Анализируется, как компании могут использовать потребности и ограниченные ресурсы развивающихся рынков для создания инновационных решений, востребованных впоследствии и на развитых рынках. Исследование также освещает перспективы применения бизнес-модели в различных отраслях.

Ключевые слова: бизнес-модель; инновация; конкурентоспособность; развивающиеся рынки.

Современная бизнес-среда представляет собой очень конкурентную сферу. Новые цифровые технологии оказывают на нее существенное влияние и формируют новые принципы построения успешного бизнеса. Они «позволяют компаниям привлекать новых инвесторов и повышать эффективность производства. Однако это требует формирования инвестиционных проектов» [1, с. 1654]. Поэтому, сейчас, каждый бизнес, борясь за внимание клиента, старается применять новые программы. Так, одним из наиболее перспективных направлений является бизнес-модель «Обратная инновация». В случае ее использования товары сначала производятся для развивающихся стран, а затем перепродаются по низкой цене в промышленно развитых странах. Задача — разработать дешевый и доступный продукт с большим функционалом, который отличается по стандартам, принятым на развитых рынках [2, с. 259–262]. Таким образом, ключевыми характеристиками бизнес-модели являются: разработка продуктов с базовыми функциями; фокус на экономичность производства; адаптация под местные условия; возможность использования в новых рыночных сегментах.

Появление «Обратной инновации» приходится на 1990-е гг., когда многие бывшие бедные страны начали обретать все большую привлекательность в качестве рынков. Тогда различные международные корпорации открыли в этих странах отделы научных исследований и начали производить для местных потребителей инновационные продукты [2]. Так, международный конгломерат General Electric в 2007 г. разработал для индийского и китайского рынков переносной электрокардиограф. Это устройство было более доступным и простым в использовании, что сделало его успешным и в развитых странах. Цена нового прибора

оказалась меньше аналогов. Получилось, что, применив имеющиеся ресурсы, была создана большая ценность в медицине.

«Обратная инновация» входила в арсенал и других компаний. Так, Nokia использовала данную модель для разработки в 2003 г. мобильного телефона Nokia 1100, созданной специально для сельских жителей Индии. В нем отсутствовали дорогие характеристики, зато имелись такие важные для данной географической территории функции, как фонарик и будильник. Успех на индийском рынке Nokia 1100 повторила и в развитых странах, было продано более 250 млн телефонов. Dacia Logan — еще один пример применения «Обратной инновации». Данная модель отличалась экономными производственными технологиями и трудоемкими процессами сборки, проводимыми в странах с низкой оплатой труда. Таким образом, бизнес-модель «для достижения целей экономического благосостояния также учитывает оценку уровня эффективности труда. Повышение производительности труда может способствовать увеличению производства и росту доходов» [3, с. 60].

«Обратная инновация» становится все более важной для бизнеса в XXI веке, поскольку развивающиеся рынки предлагают огромные возможности для роста и конкурентных преимуществ. Эффективность данной модели обусловлена наличием у компании следующих критериев: научно-исследовательские и инновационные возможности; отрасль находится под ценовым давлением; работа в странах с развивающимися рынками. Несомненно, новые отрасли также возьмут эту модель на вооружение. Так, активно развиваются такие направления, как альтернативная энергетика (разработка недорогих солнечных панелей); экологичное сельское хозяйство (доступная сельскохозяйственная техника); образование (создание доступных онлайн-платформ).

Таким образом, «Обратная инновация» представляет собой мощный инструмент для роста и развития компаний в современном мире. Эта модель демонстрирует, как продукты, изначально разработанные для развивающихся рынков, могут успешно трансформироваться и находить применение в более состоятельных странах. И также она создает доступные и простые решения, которые работают эффективно, подходят для разных групп людей и помогают компаниям завоевывать новые рынки.

Библиографический список

1. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Влияние цифровых технологий отраслей промышленности на экономический рост индустриальных регионов // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, № 9(516). С. 1653–1654.

2. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Пабlishер, 2016. 430 с.

3. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Оценка уровня производительности труда индустриально развитых городов // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 апреля 2024 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2024. С. 60.

Научный руководитель: Л. К. Чеснюкова

П. О. Логинова, А. Е. Сулик

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Бартер»

Аннотация. Подробно рассматривается бартер как модель ведения бизнеса, его положительные и отрицательные стороны, виды. Дана историческая справка зарождения бартера в экономическом плане. Предложены усовершенствования бизнес-модели в современном мире.

Ключевые слова: бартер; товарообмен; бизнес-модель; взаимозачет; безналичный расчет; товарообменная операция; альтернативная валюта; бартерная сеть; оценка стоимости; юридическое оформление; управление рисками; торговля; международная торговля.

Бартер — обмен в натуральном виде, когда две компании меняются товарами, работами или услугами без использования денежной суммы. Бартер подходит, когда бизнес не хочет тратить деньги, но у него есть равнозначное предложение для обмена по отношению к другой стороне¹.

Бартер, как форма обмена, известен с античных времен. В Древнем Риме, например, Меценат поддерживал искусство и общество не деньгами, а иными стимулами, используя это и для личной выгоды. Этот принцип лег в основу современной бизнес-модели бартера. Получив популярность с 1960-х, бартер из средства поддержки предприятий и спорта в XXI веке стал полноценным инструментом развития торговли. Все больше компаний рассматривают его как ключевой элемент ведения бизнеса².

Такой метод ведения бизнеса предоставляет компаниям широкие возможности для объединения, которые выходят за рамки привычных, традиционных партнерских отношений. В данном случае затрагивают-

¹ Как работает бартер и когда его выгодно использовать // Бизнес-секреты. 2023. 18 марта. URL: <https://secrets.tbank.ru/glossarij/barter/#::~text=Бартер%20—%20натуральный%20обмен%20с%20когда%20две,Бартерную%20сделку%20оформляют%20договора%20мены> (дата обращения: 16.03.2025).

² Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Пабlishер, 2016. 430 с.

ся не только производители и потребители, но и конкуренты. Последним вовсе нет нужды совершать встречаться лично, контактировать напрямую друг с другом. Максимальную пользу и выгоду из бартерной сделки можно получить благодаря развитию критического мышления, использованию нестандартных методов, еще не известных конкурентам и потребителям. Новые сотрудничества, креативные партнеры-еще одна возможность улучшить бартерную сделку

История знает множество примеров бартерной сделки. Вот один из них. PepsiCo, американская компания из Нью-Йорка, стала «пионером» в СССР, начав в 1972 г. поставки пепси-колы в обмен на водку «Столичная» и исключительные права на ее продажу в США. Этот бартерный договор сыграл существенную роль в распространении и узнаваемости продукции PepsiCo в Советском Союзе.

Бартер классифицируется по виду сделки:

1. Открытый (независимый) бартер- упрощенная форма бартерной сделки, в которой может принимать участие более двух сторон, а обмен не обязательно происходит в одно время. Пропорции обмена также могут варьироваться.

2. Закрытый (классический) бартер- классическая форма бартера предполагает участие только двух сторон, которые совершают обмен заранее обговоренными товарами или услугами в назначенный срок, который указан в договоре.

3. Электронный бартер. Этот вид бартера осуществляется онлайн через специальные платформы, где компании могут подыскать подходящие предложения обмена и предложить свои.

Бартер позволяет отказаться от использования денег. Это удобно в ситуации экономического кризиса, когда у компании могут быть проблемы в финансовом плане, а товара на складе в большом количестве.

Минус бартера состоит в том, что при такой сделке все равно нужно заплатить налог. Мена — нестандартная сделка, поэтому налоговая будет внимательно следить, с какой целью она понадобилась сторонам, правильно ли они определили налоговые обязательства, не пытаются ли уклониться от налогов или обойти закон

Бартерную сделку оформляют договором мены. В договоре должны быть указаны: участники сделки; обмениваемые товары или услуги; сроки обмена; способ передачи товара сторонами. Важно прописать в договоре все особенности сделки. Иначе в случае конфликта будет сложно доказать свою правоту в суде.

В современном мире бартер требует доработок. Например, использование программного обеспечения и искусственного интеллекта для

автоматизации и упрощения процесса поиска партнеров, оценки товара и стоимости, прогнозируемости спроса и предложения, заключения договоров и осуществления сделок. Выход — создать крупные онлайн-платформы, что позволит безопасно и быстро находить нужные товары и услуги, упрощая бартер.

Научный руководитель: *Л. К. Чеснюкова*

К. А. Мурина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Без излишеств»

Аннотация. Исследуется применение бизнес-модели «Без излишеств» в торговле на примере сетевого магазина «Чижик». Анализируются факторы успеха дискаунтера, такие как доминирование СТМ, оптимизация логистики, работа персонала и ставка на качество. Выявлены недостатки, включая отсутствие акций, ограниченный ассортимент определенных категорий товаров. Были предложены пути улучшения модели, в частности персонализация приложения и расширение ассортимента мясных и рыбных продуктов. Подчеркивается, что бизнес-модель остается актуальной, требующей баланса между экономией и качеством.

Ключевые слова: бизнес-модель; дискаунтер; рынок; цена; стоимость; товары; оптимизация затрат.

В условиях конкуренции розничные сети активно внедряют стратегии снижения издержек. Модель «Без излишеств» представляет один из наиболее востребованных подходов, которая позволяет предлагать потребителям товары по более низким ценам за счет сокращения расходов. Примером успешного применения данной модели является сетевой магазин «Чижик». Каждая компания адаптирует модель к своим специфическим условиям, принимая во внимание масштаб операций, географическое положение и особенности целевой аудитории.

Проанализировать особенности применения бизнес-модели «Без излишеств», выявить ключевые факторы успеха и недостатки на примере дискаунтера «Чижик».

Основной идеей модели «Без излишеств» является упрощение ценностного предложения, что позволяет минимизировать затраты и предложить покупателям выгодные цены. Цель — привлечь максимально широкую, при лучшем развитии событий — массовую аудиторию. Для таких клиентов ценовая доступность является ключевым фактором, и успешное применение этой бизнес-модели на массовом рынке может быть весьма прибыльным [1, с. 147–150].

Ключ к успеху — постоянная адаптация процессов с целью минимизации расходов, что необходимо для удержания цен на достаточно низком уровне и привлечения широкой аудитории. Эффективным методом является стандартизация предложений для достижения экономии от масштаба и максимальной загрузки производственных мощностей. Оптимизация дистрибуции, например, через самообслуживание, также играет важную роль [1].

Сочетание упрощенного ценностного предложения и экономии затрат позволяет добиться желаемого результата. Важно, чтобы сокращение ценности касалось тех аспектов, где возможно наибольшее снижение расходов [2].

«Чижик» успешно конкурирует за счет доминирования товаров собственных торговых марок (СТМ) для поддержания низких цен, привлекательных для экономных покупателей. Оптимизированной логистики, ориентированной на доступность для крупного транспорта. Также быстрой работы персонала и эффективной выкладки товара в крупных упаковках. Дополнительным преимуществом является мобильное приложение с каталогом и доставкой. «Чижик» также делает ставку на качество продукции и выбирает выгодное расположение магазинов, сопоставимое с обычными магазинами «у дома». Недостатками данной сети, может являться отсутствие акций и скидок, так как цены ниже рыночных. Ограниченное количество мясных и рыбных продуктов.

Для улучшения бизнес-модели рекомендуется персонализировать рекомендации в мобильном приложении, то есть предлагать покупателям товары на основе их предыдущих покупок и предпочтений. Увеличить количество поставщиков для более широкого ассортимента мясных и рыбных продуктов.

Бизнес-модель «Без излишеств» остается весьма успешной в рознице, особенно в условиях экономического кризиса или при работе с покупателями, ориентированными на экономию, при условии, что найден баланс между минимизацией издержек и поддержанием приемлемого уровня качества товаров и сервиса [2].

Библиографический список

1. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Пабlishер, 2016. 430 с.
2. Бобырь М.Д., Логинова Е.В., Пупенцова С.В. Сравнительный анализ применения бизнес-модели «без излишеств» в современных торговых организациях // Бизнес и дизайн ревю. 2025. № 1 (37). С. 40–47.

Научный руководитель: Л. К. Чеснюкова

Бизнес-модель «Создание аналога» для компаний

Аннотация. Бизнес-модель «Создание аналога» — это стратегия, при которой компании адаптируют успешные решения конкурентов, добавляя уникальные улучшения для захвата рыночной доли. В статье раскрывается история модели; рассматриваются примеры применения в технологиях, ритейле, фармацевтике и автомобилестроении, где компании сокращают затраты на R&D, минимизируют риски и ускоряют выход на рынок. Модель остается актуальной в условиях глобальной конкуренции. Успех зависит от способности не просто копировать, а трансформировать идеи, создавая новую ценность для потребителей.

Ключевые слова: создание аналога; бизнес-модель; стратегическое заимствование; конкуренция.

В мире бизнеса изобретать «велосипед» не всегда выгодно. Часто эффективнее наблюдать за успехами конкурентов, адаптировать их решения и внедрять их с улучшениями. Такая стратегия, известная как «Создание аналога», позволяет компаниям сократить риски, сэкономить ресурсы и быстро занять место на рынке. Эта модель не о копировании, а о стратегическом заимствовании с добавлением уникальной ценности [1].

Идея преимущественно использовалась в военном контексте, когда возникла острая необходимость хорошо разбираться в вооружении и транспортных системах противника. Однако прорывной этап наступил в XX веке, когда глобализация и технологический прогресс превратили «создание аналогов» в системный подход. В 1920-е: Автомобильная революция. Генри Форд не был изобретателем конвейера, но адаптировал идеи из мясоперерабатывающей промышленности, чтобы создать массовое производство автомобилей. Позже Toyota усовершенствовала подход Форда, внедрив систему «бережливого производства». В 1990-е: Эпоха «быстрых последователей». Японские компании, такие как Sony и Panasonic, догоняли западных конкурентов, улучшая их технологии. Например, Sony Walkman стал ответом на портативные магнитофоны, но с фокусом на дизайн и удобство. В 2000-е: Цифровые аналоги. Китайские компании Alibaba и Tencent построили свои империи, адаптируя модели eBay и Facebook под азиатский рынок. Где модель применяется сегодня? TikTok вдохновился форматом Vine (короткие видео), но добавил алгоритмы персонализации. Мессенджеры: Telegram и Signal «подхватили» идею шифрования у WhatsApp, сделав приват-

ность своей фишкой. Amazon Go (магазины без касс) спровоцировал волну аналогов: например, российский «Самокат» внедрил технологию бесконтактной оплаты. Shein и Temu копируют fast-fashion модель Zara, но сокращают сроки доставки за счет AI-аналитики спроса. Дженерики — классический пример аналогов. Индийские компании, такие как Sun Pharma, производят копии лекарств в 10 раз дешевле оригиналов. Китайские электромобили (BYD, NIO) повторяют путь Tesla, но с акцентом на доступность и локализацию. Преимущества и недостатки модели представлены в таблице [3].

Преимущества и недостатки модели [3]

Преимущества модели	Недостатки модели
Снижение затрат на R&D. Не нужно вкладываться в фундаментальные исследования	Юридические баталии. Пример: суды Apple и Samsung из-за патентов на дизайн смартфонов
Скорость выхода. Пока конкурент тестирует рынок, вы можете занять нишу с улучшенной версией	Репутация «имитатора». Бренды вроде Xiaomi долго боролись с ярлыком «китайского копирования»
Минимизация ошибок. Учитесь на чужих провалах: например, Google+ провалился, но Meta учла его ошибки при создании Threads	Зависимость от лидеров. Если конкурент замедлится, замедлитесь и вы

Перспективы данной модели можно видеть и в новых отраслях, например в космической индустрии, где SpaceX доминирует в запусках ракет, но такие компании, как Blue Origin и Rocket Lab, адаптируют их технологии, снижая стоимость вывода спутников. Или в децентрализованных финансах (DeFi) Платформы-«клоны» Uniswap и Compound появляются в развивающихся странах, адаптируя DeFi под локальные регуляции [2].

Бизнес-модель «Создание аналога» — это не путь догоняющего, а стратегия умного роста. Она требует глубокого анализа рынка, гибкости и готовности улучшать чужие идеи. В будущем ее роль будет расти: в условиях цифровизации и глобальных кризисов компании все чаще будут искать «короткие пути» к успеху. Однако ключ к долгосрочному лидерству — не просто копировать, а сочетать заимствование с инновациями. Как сказал Стив Джобс: «Хорошие художники копируют, великие — воруют... и превращают в искусство».

Библиографический список

1. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Оценка уровня производительности труда индустриально развитых городов // Стратегии развития социальных общ-

ностей, институтов и территорий: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 апреля 2024 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2024. С. 60.

2. *Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К.* Влияние цифровых технологий отраслей промышленности на экономический рост индустриальных регионов // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, № 9 (516). С. 1653–1670.

3. *Гассман О., Франкенбергер К., Шик М.* Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.

Научный руководитель: *Л. К. Чеснюкова*

Д. Д. Соколовская, Ю. А. Пермякова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Бритва и лезвие»

Аннотация. Рассматривается такая бизнес-модель, как «Бритва и лезвие», и ее происхождение. Предложены варианты усовершенствования данной бизнес-модели в современном мире.

Ключевые слова: бизнес-модель; товарообмен; эффективность; сделка; механизм.

Современный рынок полон стратегий получения прибыли, среди которых особое место занимает модель «Бритва и лезвие»¹. Данная концепция демонстрирует уникальный подход к ценообразованию, который включает в себя продажу основного продукта по минимальной стоимости. Последующая прибыль, в свою очередь, рождается из продажи дополнительных товаров, необходимых для функционирования основного продукта.

Эффективность данной модели обусловлена особенностью психологии потребительского поведения, подразумевающей, что низкий входной барьер стимулирует первоначальную покупку. Концепция «бритвы и лезвия» заключается в том, что первоначальное приобретение продукта по доступной цене формирует у потребителя ощущение того, что произошла максимально выгодная сделка, тем самым снижает психологический барьер входа. Последующая необходимость в приобретении дополнительных товаров создает тот самый постоянный денежный поток, который значительно превышает прибыль от единоразовой продажи основного продукта по более высокой цене².

¹ Что такое бизнес-модель «Бритва и лезвие» и как она работает // Платрум. 2024. 13 дек. URL: <https://platrum.ru/blog/chto-takoe-biznes-model-britva-i-lezvie-i-kak-ona-rabotaet> (дата обращения: 16.03.2025).

² *Гассман О., Франкенбергер К., Шик М.* Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.

Ключевым фактором, благодаря которому данная модель добилась успеха, является частота использования дополнительных товаров. Компании стремительно создают технологические и брендовые барьеры, препятствующие использованию продукции, производимой конкурентами в качестве заменителей фирменных расходных материалов.

Механизм работы модели можно описать следующими пунктами:

1. Базовый продукт (например, бритвенный станок) становится «наживкой» — он доступен широкой аудитории благодаря низкой цене.
2. Дополняющие товары (лезвия) — это «крючок», обеспечивающий повторные продажи. Их цена включает высокую наценку, что формирует основную прибыль компании.
3. Барьеры для конкурентов — патентная защита, технологическая уникальность или брендовая лояльность — не позволяют клиентам перейти на альтернативные решения.

Историческое происхождение модели «Бритва и лезвие» связано с деятельностью известных предпринимателей. Так первым успешным применением данной концепции считается стратегия Джона Рокфеллера по продаже дешевых керосиновых ламп в Китае. Их низкая стоимость поспособствовала массовому проникновению на рынок, а последующая продажа керосина, производимого на заводах, в свою очередь, генерировала основную прибыль. Название модели происходит от бизнес-стратегии Кинга Кэмпбелла Жиллета, основателя компании Gillette, который революционизировал рынок бритвенных принадлежностей. Жиллет применил инновационный подход, предоставляя бритвенные станки военным учреждениям и университетам практически бесплатно. Последующая продажа сменных лезвий принесла компании колоссальную прибыль, тем самым позволила реализовать более 134 млн лезвий за трехлетний период¹.

Инновационное применение модели «Бритва и лезвие» в кофейной индустрии компанией Nespresso демонстрирует трансформационный потенциал данной стратегии.

Компания Nestlé в корне изменила восприятие кофе, превратив его из массового продукта в премиальный сегмент с высокой добавленной стоимостью. Финансовый успех данной инициативы подтверждается впечатляющими показателями выручки, которая достигла 2,9 млрд евро в 2011 г. Успешный опыт Nespresso стимулировал компанию Nestlé

¹ Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.

к расширению применения данной бизнес-модели на другие категории продуктов¹.

В современном мире ничто не стоит на месте, и все требует работок. Так какие же методы усовершенствования можно предложить рассматриваемой бизнес-модели? Рассмотрим такой вариант, как переход на подписочную систему. Вместо разовых продаж дополняющих товаров компании могут внедрить подписку. Например, производители умных устройств могли бы предлагать пользователям сервисы по обновлению ПО или облачному хранению данных за ежемесячную плату.

Научный руководитель: *Л. К. Чеснюкова*

А. И. Хасанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-модель «Создание аналога»

Аннотация. Рассматривается стратегия «Создание аналога» как разработка бизнес-модели, позволяющая снизить затраты и риски за счет адаптации существующих успешных решений. В частности, акцентируется внимание на фармацевтической отрасли в России.

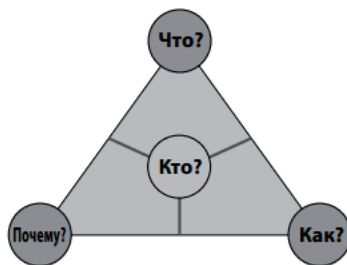
Ключевые слова: бизнес-модель; аналог; конкуренты; рынок; предпринимательство.

В современном мире предпринимательства успешная бизнес-модель является ключевым фактором для достижения устойчивого роста и конкурентных преимуществ. Альтернативным подходом к ее разработке является заимствование и адаптация существующих, успешно функционирующих бизнес-моделей. Этот подход дает возможность не только сократить временные и финансовые затраты на разработку, но и применять апробированные методы, приспособивая их к определенному рыночному сегменту [1].

Модель «Создание аналога» анализирует существующие продукты или технологии конкурентов для разработки аналогичных, но более доступных решений, что достигается за счет минимизации инвестиций в НИОКР; этот подход применим не только к товарам и услугам, но и к бизнес-моделям, путем анализа цепочек создания стоимости конкурентов, что позволяет отказаться от излишних характеристик и получить замену дорогих компонентов на более дешевые, предлагая проверенный продукт новой аудитории, при этом главным является со-

¹ Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.

блюдение прав интеллектуальной собственности и анализ патентной чистоты продукта для предотвращения юридических рисков, а также отслеживание сроков действия патентов для легального воспроизведения после их истечения (см. рисунок).



Шаблон бизнес-модели «Создание аналога» [1]

Бизнес-модель «Создание аналога» применяется компаниями в различных отраслях: автомобильной, фармацевтической и софтверной. Исходя из фармацевтической отрасли в России можно проиллюстрировать несколькими примерами, связанных с разработкой дженериков (аналогов оригинальных лекарственных средств). Например, «парацетамол» (обезболивающее), множество российских производителей выпускают парацетамол под различными торговыми марками, что делает его доступным для широкой аудитории, или «лозартан» (для лечения гипертонии), российские производители, такие как «Кировская фармацевтическая фабрика», производят дженерики лозартана, предлагая их по более доступной цене. Применение данной бизнес-модели в фармацевтическом секторе позволяет не только снизить цены на лекарства, но и повысить их доступность для населения [2].

Для улучшения бизнес-модели «Создание аналога» важно сосредоточиться на тщательном изучении потребностей рынка, разрабатывая продукты, которые максимально соответствуют ожиданиям клиентов. Следует инвестировать в повышение качества и расширение функциональности аналогов, стремясь не просто копировать, а превосходить оригинал. Также необходимо разработать эффективную маркетинговую стратегию, которая подчеркнет уникальные преимущества аналога и укрепит доверие потребителей к его надежности [3].

Бизнес-модель «Создание аналога» представляет собой эффективную стратегию для предпринимателей, стремящихся к быстрому и относительно недорогому старту. Она позволяет использовать прове-

ренные временем решения, адаптируя их к новым рыночным условиям и предлагая более доступные продукты или услуги. Как показывает пример фармацевтической отрасли в России, эта модель успешно применяется для расширения доступа к необходимым лекарственным средствам. Однако, для достижения устойчивого успеха важно не просто копировать существующие продукты, а улучшать их, тщательно изучая потребности рынка и разрабатывая уникальные преимущества. Кроме того, необходимо уделять особое внимание вопросам интеллектуальной собственности и патентной чистоты, а также выстраивать эффективную маркетинговую стратегию для формирования доверия к аналогам и укрепления позиций на рынке.

Библиографический список

1. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2016. 430 с.
2. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Влияние цифровых технологий отраслей промышленности на экономический рост индустриальных регионов // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, № 9 (516). С. 1653–1670.
3. Смирнова О.П., Чеснюкова Л.К. Оценка уровня производительности труда индустриально развитых городов // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 апреля 2024 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2024. С. 60.

Научный руководитель: Л.К. Чеснюкова

Содержание

Направление 1.

Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий

Бирюкова Е. Р. Использование целевого подхода к повышению конкурентоспособности малого предприятия трубной промышленности.....	3
Гладких В. А. Конкурентоспособность некоммерческого микропредприятия дополнительного профессионального образования.....	5
Колганова В. М. Самооценка качества менеджмента	8
Курьяков Г. А. Процессный подход для повышения качества и конкурентоспособности продукции	10
Нечаева В. Р., Валеева А. М. Некоторые аспекты бизнес-модели компании Wildberries.....	13
Радолов В. С., Чайников В. Н. Техническое регулирование и устойчивая конкурентоспособность промышленной продукции	15
Ситникова Е. Н. Роль корпоративной культуры в обеспечении качества продукции и услуг	18
Чащина В. В. Технологии моделирования процессов как новый управленческий инструментарий	20

Направление 2.

Бизнес-экспертиза товарных рынков и конкурентоспособности организации

Белгаит П. С. Анализ уровня экономической концентрации рынка оптовой торговли автомобильными деталями.....	23
Белоусова А. О. Оценка позиции ООО «ПСК „Базис“» на рынке строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области.....	25
Гаврилова А. П. Оценка рынка разборки и сноса зданий Свердловской области.....	28
Зорова В. В. Страхование торговых кредитов как инструмент повышения конкурентоспособности территорий.....	30
Киреев М. А. Оценка и улучшение экономического положения торговой сети «Магнит»	32
Коротаева Е. С., Евдокимова А. А. Развитие «экстремального» конкурентного преимущества «Яндекс» на российском рынке.....	35
Куницкая А. С. Оценка рыночной позиции профессиональной коллекторской организации ООО «ПКО „ФинТраст“»	37
Сарычева В. И. Анализ экономической концентрации на рынке создания и использования баз данных и информационных ресурсов.....	40
Степанова А. В. Оценка рынка строительства жилых и нежилых зданий Свердловской области	42

Тюстин М. А., Лавров И. В. Использование опыта Канады при осуществлении внешнеэкономической деятельности в России	44
Угрюмова М. О. Оценка рынка строительства коммунальных объектов для обеспечения электроэнергией и телекоммуникациями	46
Шутылева М. В. Современное состояние и тенденции развития рынка аренды спецтехники в России	49

Направление 3. Экономическая безопасность

Алексеев В. О. Искусственный интеллект как угроза и инструмент обеспечения экономической безопасности	52
Вольф О. А. Экономическая безопасность России	54
Гмырина В. Д. Финансовые аспекты обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственной организации	56
Ермишкин М. С. Укрепление уровня экономической безопасности торговой организации в современных условиях	58
Захарова Н. В. Исследование экономической безопасности региона (на примере Свердловской области)	61
Хамдамбеков С. А. Оценка экономической безопасности предприятия (на примере ООО «Металлобаза Урал»)	63
Чижова А. Д. Экономическая безопасность организации оптовой торговли ..	65
Шабалина Е. М. Теоретические аспекты исследования экономической безопасности организации, оказывающей аудиторские и консалтинговые услуги	68

Направление 4. Социальное измерение конкурентоспособности

Вагина Е. В., Воронкова Ю. И. Популярная музыка: взгляд современной уральской молодежи	71
Воронина А. В., Силина И. А. Зависимость студентов от социальных сетей	73
Гирева Е. И., Градобоева А. Д. Современный кинематограф: предпочтения и восприятие социальных проблем молодежью	75
Еликова В. Д., Матушкина А. Е. Современный кинематограф в жизни совершеннолетней молодежи	78
Жидков В. В. Чтение литературы среди молодежи: социологический опрос	80
Журавлева В. В. Управление человеческими ресурсами как фактор конкурентоспособности	82
Заозерская И. В., Кобец Д. Э. Цифровизация повседневной жизни	85
Камышенкова А. Е., Владимирова К. С. Студенты об общественном транспорте	87
Капустина С. А. Распространение западной культуры среди российской молодежи	89

Кашапов А. А., Воробьева Д. А. Социальные сети и формирование общественного мнения среди молодежи.....	91
Лоскутова В. А. Исследование качества жизни населения региона.....	93
Макарова М. А. Software Developers: Balancing Hard and Soft Skills	95
Никитина Е. В., Владимирова К. С. Интернет-торговля как фактор потребительского поведения и образа жизни	97
Нуриахметова А. А. Влияние интернет-зависимости на академические показатели студентов вузов	99
Петрина Я. С., Самарина А. В. Влияние совмещения занятости и учебы на эмоциональное состояние студентов и их успеваемость	101
Постовалова Л. Д. Эффективные деловые коммуникации для повышения конкурентоспособности биотехнологического стартапа.....	103
Рязанов Т. С., Колбина А. Р. Современная российская музыка: тенденции, проблемы и перспективы.....	105
Сажина Ю. Г., Астраханцева Е. М. Отношение молодежи к ранним бракам	107
Супонинская В. М., Ильдеркина А. А. Молодежь и религия	110
Утробина Ю. А. Социальные аспекты влияния культуры безопасности на конкурентоспособность предприятия транспортного машиностроения.....	112
Фаттахова Э. А., Мунарева Т. А. Средства индивидуальной мобильности	114
Царькова Е. О. Отношение современной молодежи к кинематографу.....	116
Шишкина Е. А. Здоровое питание как фактор социального неравенства и образа жизни.....	119

Направление 5.

Актуальные проблемы экономической теории

Вознюк Е. Е. Психология потребителя и ее роль в формировании конкурентных преимуществ.....	121
Волынщикова С. И. Кейнсианская теория и ее актуальность	123
Дюкова Е. Е. Анализ безработицы в России: современные тенденции и факторы влияния	126
Капустина С. А. Инвестиционный спрос как основа экономического роста Российской Федерации в современных условиях.....	128
Косолапов К. В. Влияние искусственного интеллекта на экономику	130
Лопатина Н. В. Проблемы развития малого бизнеса в ХМАО — Югре.....	133
Малеева В. С. Информационная безопасность в малом бизнесе: доступные решения для защиты данных	135
Мусаев О. Б. Анализ динамики уровней инновационной активности в регионах Российской Федерации.....	137
Неугольников М. И. Подходы к определению понятия инфляционного налога.....	140

Панкин Н. С. Проблематика экономического неравенства в работах лауреатов Нобелевской премии по экономике 2024 г.....	142
Попкова С. В. Анализ социально-экономических проблем общества	144
Пульников Р. В. Денежно-кредитная политика и долговременная стабильность экономики.....	147
Рязанов Т. С. Плановая экономика: достоинства, недостатки и жизнеспособность.....	150
Рязанцев А. С. Денежно-кредитная политика России на современном этапе: противоречия позиций органов государственной власти.....	152
Сидорчук А. С. Особенности развития рынка ИТ-аутсорсинга в России	155
Скицко А. В. Фискальная политика: роль налогов и государственных расходов в экономике	157
Соколова Е. В. Сравнительный анализ теоретических моделей научно-технической обусловленности экономического роста.....	159
Степанова Е. Е. Финансовая грамотность студентов: влияние когнитивных искажений на принятие решений	162
Степанова М. В. Монетарная политика в условиях кризиса	165
Сухарева С. К., Калущих П. И. Значение инвестиций и инвестиционного спроса в функционировании и развитии российской экономики	167
Тулумбасов М. Д. Применение поведенческой экономики при проведении экономического анализа.....	169
Юрьева А. Э. Восприятие и понимание инфляционных процессов студенческой молодежью.....	171

Направление 6.

Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Абышева Д. С. Особенности инфраструктурной деятельности сервисных предприятий.....	174
Байбулатова В. Н. Психологические аспекты поведения потребителей при онлайн-покупках недвижимости	175
Белоусов Д. М. Технологическое предпринимательство как механизм стратегического развития компаний по переработке рыбы и морепродуктов	178
Борисова Е. Ю. Факторы эффективности функционирования предприятия	180
Булдакова Ю. С. Ролевая модель предпринимательских команд	182
Бухориева О. Д. Роль сервисных предприятий в повышении качества обслуживания.....	184
Гаряева А. В. Роль инновационных проектов в развитии экономики.....	187
Емельянова К. С. Методы оценки предпринимательских компетенций	189
Иванов М. О. Методы оценки предпринимательских рисков	191
Калякина А. А. Применение бизнес-модели «Использование по максимуму».....	193

Качалков Д. Н. Перспективы и проблемы развития малого бизнеса в сфере производства тиристорных преобразователей.....	195
Коновалова А. А. Роль прибыли в деятельности коммерческого предприятия	198
Ларионова Е. А. Модели принятия решений в предпринимательской деятельности	200
Нестеров К. В. Бизнес-процессы предпринимательского проекта.....	201
Попов А. А. Механизм распределения прибыли в деятельности организации.....	203
Потапенко Ю. С. Факторы макроокружения для предпринимательского проекта	205
Сидоров В. С. Портрет целевого потребителя спортивных услуг.....	207
Собиров С. Т. Исследование инструментов анализа и прогнозирования стратегического развития компании	208
Стариков Е. Г. Философия командной работы в реализации предпринимательского проекта	211
Ткалич В. А. Роль государственных программ в поддержке науки и инноваций	213
Харченко С. Г. Роль инноваций в сервисных услугах.....	215
Харькова А. Д. Подходы к оценке конкурентоспособности предпринимательского проекта	217
Чечулин И. А. Особенности деятельности на рынке водоподготовки	219
Шайдуллин Д. А. Влияние качества обслуживания на репутацию производителей.....	221
Шалимов М. А. Методы обоснования решений в предпринимательстве	224

Направление 7.

Корпоративная экономика и управление бизнесом

Singh A. Strategic Management of Customer-Oriented Personnel Motivation in the Context of Digital Sales Transformation.....	226
Берин В. О. Геймификация как инструмент повышения конкурентоспособности компании на международном рынке	228
Гомзяков А. Б. От методики к принципам: адаптивный подход в стратегическом управлении.....	230
Данилюк В. А. Оценка инвестиционной привлекательности компаний перед сделками слияния и поглощения (M&A): ключевые методы и подходы	233
Калашникова А. К. Формирование устойчивых стратегий развития крупных промышленных структур в современных условиях.....	235
Мара И. Современные тенденции устойчивого развития.....	237
Нурдинов Я. Е. Оценка рискованных проектов	239
Шаидова Н. А. Математические методы оценки риска инвестиционных проектов	241

Направление 8.

Рынки, фирмы, бизнес-модели: на пути к цифровому будущему

Андрианова М. З. Искусственный интеллект: роль в автоматизации бизнес-процессов и проблемы применения.....	244
Бондаренко Ю. Г. Бизнес-модель «Франчайзинг»	246
Домрачева Ю. Г. Почему заработок в интернете привлекает людей? Возможности заработка в социальных сетях	248
Кочетов Н. Е., Фаттахов Д. А. Инновационные решения — фактор повышения финансовых результатов деятельности предприятия	250
Кудратиллаев М. Б. Цифровая трансформация здравоохранения в Узбекистане: экономическая эффективность и доступность	252
Кушнарева Е. В. Бизнес-модель «Обратная инновация»: история создания, применение и будущие возможности	255
Логинова П. О., Сулик А. Е. Бизнес-модель «Бартер»	257
Мурина К. А. Бизнес-модель «Без излишеств»	259
Слепухин М. А. Бизнес-модель «Создание аналога» для компаний	261
Д. Д. Соколовская, Ю. А. Пермякова М. А. Бизнес-модель «Бритва и лезвие»	263
Хасанова А. И. Бизнес-модель «Создание аналога».....	265

Научное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

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

(Екатеринбург, 16–18 апреля 2025 г.)

Часть 1

Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-экспертиза товарных рынков и конкурентоспособности организации; 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: на пути к цифровому будущему

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка *Н. В. Троицкой*

Поз. 60. Подписано в печать 01.10.2025.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 13,9. Усл. печ. л. 16,0. Печ. л. 17,3. Тираж 10 экз. Заказ 480.

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

