

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
Студенческое научное общество УрГЭУ



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

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

(Екатеринбург, 16–21 апреля 2026 г.)

Часть 1



ОБРАЗОВАНИЕ.
БИЗНЕС.
ВЛАСТЬ.
НАУКА.
ИНСТИТУТЫ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Екатеринбург
2026

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
Студенческое научное общество УрГЭУ



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы
XXIX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 16–21 апреля 2026 г.)

Часть 1

Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-анализ деятельности организаций в конкурентной среде; 3. Экономическая безопасность;
4. Социальное измерение конкурентоспособности; 5. Актуальные проблемы экономической теории; 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Екатеринбург
2026

УДК 332.1
ББК 65.04
К64

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, профессор,
и. о. ректора 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 XXIX Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 16–21 апреля 2026 г.) : в 3 частях / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации и др.; ответственные за выпуск : Я.П. Силин, В.Е. Ковалев. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2026. — Часть 1. Направления : 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-анализ деятельности организаций в конкурентной среде; 3. Экономическая безопасность; 4. Социальное измерение конкурентоспособности; 5. Актуальные проблемы экономической теории; 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий. — 225 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, 2026
© Уральский государственный
экономический университет, 2026

Направление 1.

Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий

В. В. Аксенов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Корпоративные требования в сфере управления качеством

Аннотация. В статье обсуждаются корпоративные требования в сфере управления качеством. Проведен анализ подходов к формированию системы корпоративных требований, их значение в обеспечении соответствия между народным и отраслевым стандартам (в том числе серии ISO 9000). Описаны механизмы внедрения требований в бизнес-процессы компании, в том числе в разработку внутренних регламентов, обучение персонала. Рассмотрены взаимосвязи корпоративных требований в сфере управления качеством с целями стратегического развития, удовлетворенностью потребителей и повышением конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: управление качеством; корпоративные требования; удовлетворенность потребителей; СМК; стандарты ISO 9000; внутренний регламент; бизнес-процесс; непрерывное улучшение.

Сегодня рынок «не прощает» компромиссов в вопросах качества. Клиенты становятся требовательнее, конкуренция растет, а качество продукции и услуг мгновенно сказывается на репутации и прибыли. В этой связи соответствие отраслевым и международным стандартам — обязательное условие процветания компании, которые разрабатывают внутренние механизмы по обеспечению качества на всех этапах бизнес-процессов. Основной элемент такой системы — корпоративные требования. Именно они превращают общие принципы менеджмента качества (далее СМК) в конкретные нормативы для сотрудников.

ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» — один из крупнейших транснациональных операторов оптовой торговли, входящий в состав холдинга METRO AG¹. Корпоративная система менеджмента качества (далее КСМК) АО «ФПК» разработана с учетом Стратегии управления качеством компании, Стратегии развития ООО «МЕТРО кэш энд керри», а также требований международного стандарта ISO 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования». Работа в рамках КСМК

¹ ООО «МЕТРО кэш энд керри». URL: <https://metro-cc.ru/> (дата обращения: 18.04.2026).

ведется в строгом соответствии с Политикой в области качества ООО «МЕТРО кэш энд керри».

Основные цели компании в сфере качества:

- обеспечивать высокий уровень качества продукции, максимально удовлетворяя потребности и ожидания клиентов;
- повышать результативность и эффективность деятельности через совершенствование КСМК, оптимизацию бизнес-процессов.

На сегодняшний день в исследуемой компании сформирован комплект документов, который стал основой СМК (см. таблицу).

Документы СМК ООО «МЕТРО кэш энд керри»

Документ	Назначение	Пример реализации
Политика в области качества	Задаёт стратегическое направление, декларирует обязательства руководства	В политике закреплено: «Снизить количество рекламаций на 20 % в течение года» и «Обеспечить 100 % обучение персонала по стандартам качества»
Руководство по качеству	Описывает общую структуру СМК, взаимосвязи процессов	В документе четко прописаны зоны ответственности: кто отвечает за контроль сырья, кто — за аудит поставщиков, кто — за обратную связь с клиентами
Регламентированные процедуры	Детализируют порядок выполнения ключевых процессов	Разработана процедура «Управление несоответствиями»: если на этапе приемки выявлен брак, сотрудник обязан зафиксировать его в специальном журнале и уведомить отдел закупок в течение 2 ч
Рабочие инструкции	Описывают действия для конкретных должностей	Для кладовщиков создана инструкция по маркировке и хранению сырья с указанием температурных режимов и сроков годности
Планы качества	Устанавливают цели и меры для отдельных проектов или продуктов	Для запуска новой линейки товаров разработан план, включающий этапы тестирования, критерии приемки и ответственных за каждый этап
Записи по качеству	Фиксируют фактические результаты работы СМК	Ведется журнал контроля качества на каждом участке: от приемки сырья до отгрузки готовой продукции

Составлено по: ООО «МЕТРО кэш энд керри». URL: <https://metro-cc.ru/> (дата обращения: 18.04.2026).

Система менеджмента качества является составной частью общего менеджмента ООО «МЕТРО кэш энд керри». Стратегия компании учитывает требования к качеству, так как качество является связующим звеном, объединяющим все направления деятельности. Политика в области качества соответствует стратегическому направлению развития ООО «МЕТРО кэш энд керри», отражать ее понимание качества для потребителей.

Таким образом, СМК в ООО «МЕТРО кэш энд керри» достигается за счет сочетание обучения персонала, риск-ориентированного аудита и цифровой трансформации и дает ощутимые результаты — снижается число несоответствий, растет инициативность сотрудников, повышается стабильность качества продукции и услуг. В долгосрочной перспективе это укрепит доверие клиентов и повысит конкурентоспособности компании на рынке.

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

Т. Н. Ахундов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Качество услуг в сфере розничной торговли: влияние на лояльность потребителей и финансовые результаты компаний

Аннотация. В статье проанализированы ключевые факторы, оказывающие влияние на качество оказываемых услуг в сфере розничной торговли и проведена оценка их влияния на потребительскую лояльность.

Ключевые слова: качество услуг; цифровая трансформация; удовлетворенность клиентов.

Если еще десятилетие назад основным конкурентным преимуществом на рынке розничной торговли была цена, то сегодня качество сервиса становится ключевым инструментом конкуренции. Современный потребитель стал более информированным и требовательным; он покупает не просто товар, а общий опыт взаимодействия с брендом. В конечном счете, это влияние напрямую проецируется на ключевые финансовые показатели компаний-ритейлеров.

Целью исследования являлось выявление и анализ ключевых факторов качества услуг и оценка их влияния на потребительскую лояльность. Для достижения этой цели было последовательно решено несколько задач: изучение классических и современных теоретических

моделей, выделение прикладных критериев оценки, анализ актуальной статистики и разработка практических рекомендаций для бизнеса.

Модель *SERVQUAL*, разработанная Парасураманом, Зейтамлом и Берри разделяет воспринимаемое качество услуги на пять измерений: надежность — способность выполнить обещанную услугу точно и в срок; отзывчивость — готовность помочь клиенту и обеспечить оперативный сервис; уверенность — знания и вежливость сотрудников, их способность внушать доверие; эмпатия — проявление индивидуальной заботы и внимания к каждому клиенту; осязаемость — физические аспекты услуги: чистота в зале, современность оборудования, внешний вид персонала. Несмотря на то, что модель была предложена в 2080-х гг., ее компоненты остаются актуальными и сегодня, служа основой для многих современных исследований.

Однако, в условиях цифровой трансформации, классическая модель требует адаптации. Наше исследование показало, что для современного ритейла ключевые критерии оценки качества сместились. Согласно данным глобального опроса PwC за 2023 г., структура потребительских приоритетов выглядит следующим образом: на первом месте, с долей в 28 %, остается оптимальное соотношение цены и качества товара. Удобство и доступность (22 %) — это не только расположение магазина, но и скорость обслуживания, доступность парковки, легкость навигации. Качество самой продукции остается критически важным (20 %). Обслуживание клиентов, как таковое, занимает 15 %. И, что особенно показательно, цифровой опыт — работа мобильных приложений, сайта, возможность онлайн-заказа и самовывоза — также составляет 15 %¹.

Статистические данные, которые убедительно доказывают экономическую значимость качества сервиса. Исследование PwC свидетельствует, что 72 % покупателей готовы платить больше за товар, если получают превосходный клиентский опыт. Это прямое указание на формирование ценностной надбавки за сервис. С другой стороны, риски крайне высоки: негативный опыт 59 % потребителей заставляет их полностью отказаться от бренда. Это демонстрирует хрупкость клиентской лояльности². Эффект «сарафанного радио» также нельзя недооценивать: удовлетворенный клиент делится позитивным опытом в среднем с 9 людьми, что является мощным, но бесплатным каналом маркетинга.

На макроуровне исследования компании *Bain&Company* показывают, что увеличение удержания клиентов всего на 5 % приводит к росту прибыли компании на 25–95 %, в зависимости от отрасли. Это

¹ PricewaterhouseCoopers. URL: <http://www.pwc.com/> (дата обращения: 01.02.2026).

² Там же.

красноречиво говорит о том, что удерживать текущего клиента не только проще, но и значительно выгоднее, чем привлекать нового¹.

Таким образом, мы можем четко проследить влияние качества услуг на ключевые бизнес-показатели. Во-первых, это прямая связь с лояльностью и удержанием клиентов, что выражается в росте пожизненной ценности клиента (*LTV*). Во-вторых, лояльные клиенты обеспечивают устойчивость бизнеса к кризисам и ценовым атакам конкурентов. В-третьих, формируется позитивная репутация бренда, которая снижает стоимость привлечения новых клиентов. И, как итог, все это конвертируется в повышение общей рентабельности бизнеса.

На основании проведенного анализа сформулированы выводы:

1) качество услуги в розничной торговле трансформировалось из тактического инструмента в стратегический актив, напрямую влияющий на финансовую устойчивость компании;

2) критерии оценки стали комплексными: потребитель ставит знак равенства между качеством товара, уровнем оффлайн-сервиса и удобством цифровых каналов;

3) наиболее эффективными являются инвестиции в две области: в человеческий капитал (обучение и мотивация персонала) и в технологии, обеспечивающие взаимодействие с потребителями.

Рекомендации для ритейлеров:

1) внедрить систему постоянного мониторинга на основе метрик *NPS* (индекс потребительской лояльности) и *CSI* (индекс удовлетворенности клиентов);

2) инвестировать в развитие персонала через программы обучения, тренинги по эмоциональному интеллекту и систему мотивации, привязанную к показателям качества сервиса;

3) стирать границы между онлайн и оффлайн: например, совершенствуя сервис «купи онлайн, заведи в магазине»;

4) внедрить систему управления репутацией, не просто собирая, но и анализируя обратную связь, и публично демонстрируя клиентам, что их мнение приводит к реальным изменениям.

Научный руководитель: *О. В. Плиска*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ *Bain&Company*. URL: <http://www.bain.com/> (дата обращения: 01.02.2026).

Университет как центр формирования конкурентоспособности региона

Аннотация. Рассмотрена роль университета в формировании и развитии знаниевой экономики на региональном уровне. Особое внимание уделено влиянию вузов на инновационную инфраструктуру, предпринимательскую активность и пространственное развитие территорий. Делается вывод о необходимости интеграции университетов в стратегию регионального развития.

Ключевые слова: знаниевая экономика; университет; региональное развитие; конкурентное преимущество; инновационная система.

В условиях экономики знаний университеты как основные генераторы нового знания становятся ключевыми факторами регионального развития. В отличие от индустриальной модели, в которой доминировали материальные ресурсы, в новой парадигме именно знания выступают основой конкурентоспособности регионов. Знаниевая экономика базируется на интеллектуальном капитале, инновациях и высокотехнологичном производстве, что обуславливает возрастающую роль высшего образования и науки как факторов социально-экономического роста.

Одна из главных функций университета — формирование и воспроизводство человеческого капитала. Высшие учебные заведения обеспечивают подготовку квалифицированных специалистов, способных создавать и внедрять инновации. При этом накопление человеческого капитала рассматривается как важнейшее условие регионального развития, хотя на практике часто наблюдается несоответствие между потребностями рынка труда и структурой подготовки кадров [2]. Это противоречие требует более тесной координации образовательной политики с экономическими стратегиями регионов.

Кроме образовательной функции, университеты играют важную роль в генерации и трансфере знания. Они становятся частью региональных и национальных инновационных систем, активно взаимодействуя с бизнесом и государством. Данная модель взаимодействия часто описывается в рамках концепции «тройной спирали» (университет — бизнес — правительство), где университет выступает не только как центр науки, но и как участник экономических процессов [4].

Существенным аспектом является влияние университетов на инновационную инфраструктуру региона. Знания, созданные в высшей школе, распространяются в региональную экономику через различные каналы — мобильность выпускников, сотрудничество с бизнесом, трансфер технологий и др. При этом воздействие университетских исследований на региональные инновации опосредовано абсорбционной

способностью региона, т. е. способностью местных фирм распознавать, усваивать и применять внешние знания [5]. Регионы с высоким уровнем человеческого капитала, устоявшимися промышленной базой и институциональными рамками лучше позиционированы для капитализации университетских знаний.

Другой важный фактор — пространственное измерение экономики знаний. Исследования показывают, что именно регионы выступают ключевыми единицами формирования инновационного потенциала, а концентрация университетов и научных центров коррелирует с уровнем экономического развития [1]. Университеты играют три трансформационные роли в модернизации региональных инновационных систем [6]: углубление кооперации между региональными партнерами; расширение сетевого взаимодействия за счет вовлечения внешних партнеров и устранения барьеров для взаимодействия между секторами; создание благоприятной среды для инноваций. Эти функции вуза особенно важны для отстающих территорий, испытывающих трудности при организации региональных инновационных структур и процессов. Соединяя разрозненных факторов и предоставляя пространство для кооперации, университеты повышают общую связность и эффективность региональных инновационных экосистем. Таким образом, университеты становятся драйверами локального роста и усиливают конкурентные преимущества территорий.

«Третья миссия» университета подчеркивает его роль в коммерциализации знаний, развитии предпринимательства и формировании инновационных экосистем. Согласно исследованию Г. Р. Браса и коллег, статистически значимый положительный вклад в региональную конкурентоспособность вносят пять факторов, определяющих предпринимательский университет: внутренние процессы; поддерживающие меры; международное сотрудничество; стратегия финансирования; и организационный дизайн [3]. Все это предполагает сотрудничество с бизнесом, внедрение междисциплинарных программ и практико-ориентированных форм обучения.

В заключение следует отметить, что трансформация университетов в центры знаниевой экономики требует системных изменений в управлении, финансировании и стратегическом планировании. Необходимо интеграция университетов в региональные стратегии развития, усиление их взаимодействия с бизнесом и государством, а также развитие механизмов трансфера знаний.

Библиографический список

1. Попов Е. В., Власов М. В., Кочетков Д. М. Влияние экономики знаний на экономическое развитие российских регионов: методика измерения и практическое применение // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2016. № 4 (31). С. 106–116.
2. Ракачев В. Н., Морозова Е. В. Высшее образование как ресурс политики развития региона: пример Краснодарского края // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24, № 4. С. 827–855.
3. Assessing the Impact of Universities' Entrepreneurial Activity on Regional Competitiveness / G. R. Brás, M. T. Preto, A. D. Daniel, A. A. C. Teixeira // Administrative Sciences. 2023. Vol. 13, No. 2. Art. 34.
4. Etzkowitz H. The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation in Action. New York: Routledge, 2008. 180 p.
5. Fotopoulos G. Knowledge Spillovers, Entrepreneurial Ecosystems and the Geography of High Growth Firms // Entrepreneurship Theory and Practice. 2023. Vol. 47, Issue 5. P. 1877–1914.
6. Nastase C., Kajanus M. The Role of the universities in a regional innovation system — A comparative A'Wot — Analysis // The Amfiteatru Economic journal. 2008. Vol. 10, No. 23. P. 219–224.

С. А. Быкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка новой пищевой продукции: проектирование, стандарты и нормативное соответствие

Аннотация. В статье представлен системный подход к проектированию и разработке новой пищевой продукции, в котором соответствие нормативным требованиям и отраслевым стандартам закладывается на каждом этапе жизненного цикла продукции. Описаны ключевые стадии процесса: от формирования концепции до промышленного запуска.

Ключевые слова: пищевая безопасность; качество; технический регламент; стандартизация.

Современная пищевая промышленность развивается в условиях ужесточения требований к безопасности, составу и прослеживаемости продукции. Инновации в этой сфере возможны только при строгом соблюдении нормативных рамок: продукт, не соответствующий стандартам, не допускается к обращению и несет репутационные и юридические риски¹.

Разработка начинается с маркетингового анализа и определения целевой аудитории, позиционирования, органолептических и физико-

¹ ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

химических характеристик, условий хранения и типа упаковки. Результатом становится техническое задание, фиксирующее коммерческие параметры и предварительные нормативные требования. На данном этапе уточняется категория продукции, перечень применяемых технических регламентов (ТР ТС/ЕАЭС, ГОСТ), а также необходимость декларирования или государственной регистрации¹.

Далее осуществляется выбор ингредиентов, который базируется на трех принципах: безопасность, функциональность и нормативная допустимость. Каждый компонент должен иметь подтвержденное происхождение, совокупность характеристик пищевой продукции, соответствующих заявленным требованиям и включающих ее безопасность, потребительские свойства, энергетическую и пищевую ценность, сопроводительную документацию [3].

На следующем этапе лабораторные рецептуры масштабируются до пилотных партий на опытно-промышленном оборудовании. Оптимизируются параметры процесса, обеспечивается воспроизводимость качества, разрабатываются технологические регламенты и рабочие инструкции. Параллельно формируется система НАССР: идентифицируются опасности, определяются критические контрольные точки, устанавливаются критические пределы и процедуры мониторинга [1].

В ЕАЭС обязательная оценка соответствия пищевой продукции осуществляется путем декларирования по ТР ТС 021/2011. Процедура включает выбор схемы декларирования, испытания в аккредитованной лаборатории, формирование доказательственной базы, регистрацию декларации в реестре ФСА и нанесение знака ЕАС. Маркировка разрабатывается строго по ТР ТС 022/2011 и должна содержать наименование, состав, пищевую ценность, срок годности, условия хранения, данные изготовителя.

Переход к серийному выпуску требует валидации процессов, обучения персонала и внедрения системы прослеживаемости. Цифровизация позволяет реализовать доступ к недостающим ресурсам, снижает риски, минимизирует человеческий фактор и обеспечивает оперативное управление отклонениями, тем самым ускоряют R&D-цикл. Создание стратегических альянсов в пищевой промышленности [2]. После вывода продукции на рынок продолжается контроль: аудит поставщиков, выборочные испытания готовой продукции, мониторинг изменений в нормативной базе, анализ обратной связи и наличие регламента отзыва при выявлении несоответствий [1].

Проектирование пищевой продукции, соответствующей стандартам — междисциплинарный процесс, где научные, технологические

¹ ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

и регуляторные задачи решаются синхронно. Технические регламенты гарантируют безопасность и качество. Интеграция требований стандартов на стадии формирования концепции снижает риски, ускоряет вывод продукта на рынок и формирует конкурентное преимущество. В условиях роста прозрачности и контроля будущее отрасли определяют компании, строящие разработку на принципах доказательной безопасности, технологической гибкости и непрерывного совершенствования систем качества.

Библиографический список

1. Гращенков Д. В., Вернер А. В. Современные подходы к расширению ассортимента продукции методом проектирования // Ползуновский вестник. 2023. № 3. С. 142–149.
2. Коршиков С. В. Искусственный интеллект в пищевой отрасли // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2025. Т. 27, № 3. С. 99–106.
3. Хуришудян С. А., Пряничникова Н. С., Рябова А. Е. Качество и безопасность пищевых продуктов. Трансформация понятий // Пищевая промышленность. 2022. № 3. С. 8–10.

Научный руководитель: *О. В. Плиска*,
кандидат экономических наук, доцент

К. Д. Волостнова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Обучающие платформы и цифровая трансформация HR-процессов: влияние на качество производственных процессов

Аннотация. В статье исследуется влияние обучающих цифровых платформ и процессов цифровой трансформации управления человеческими ресурсами на качество производственных процессов в современных бизнес-системах. Сделан вывод о значимости цифровизации HR как фактора повышения конкурентоспособности предприятий и территорий.

Ключевые слова: цифровая трансформация; HR-процессы; обучающие платформы; управление качеством; производственные процессы; цифровизация; человеческий капитал; конкурентоспособность территорий.

В условиях глобальной цифровизации и обострения межрегиональной конкуренции, повышение эффективности и качества производственных процессов становится первостепенной задачей. Современный бизнес функционирует в условиях высокой неопределенности, что требует от компаний гибкости, адаптивности и способности быстро осваи-

вать новые технологии. В этой связи человеческий капитал, а также методы его формирования и развития, приобретают ключевое значение для устойчивого роста.

Цифровая трансформация HR-процессов представляет собой фундаментальное изменение подходов к управлению персоналом, основанное на применении современных информационно-коммуникационных технологий. В отличие от традиционных, преимущественно административных методов, цифровой HR активно задействует аналитику данных, автоматизацию и интеграцию различных систем [2, с. 7].

В цифровую эпоху обучающие платформы стали центральным элементом систем повышения квалификации. Они позволяют перейти от разового обучения к непрерывному процессу развития, что критически важно для производственных предприятий, где ошибки могут привести к существенным финансовым потерям. Современные платформы обеспечивают доступ к образовательным ресурсам вне зависимости от времени и места. Более того, цифровизация HR-процессов способствует минимизации влияния человеческого фактора за счет стандартизации процедур и использования аналитических инструментов. HR-аналитика позволяет своевременно выявлять и устранять пробелы в компетенциях сотрудников. Это также способствует обеспечению равного доступа к качественному образованию по всей стране, сокращая региональные дисбалансы и создавая основу для повышения конкурентоспособности территорий и формирования устойчивых экономических систем.

Несмотря на очевидные преимущества, внедрение цифровых HR-технологий сопряжено с рядом организационных и технологических проблем. Высокая стоимость внедрения и сопровождения цифровых решений является существенным барьером для малого и среднего бизнеса. Другим значимым препятствием является сопротивление сотрудников изменениям, часто обусловленное недостатком цифровых навыков и опасениями, связанными с автоматизацией. В этом контексте управление изменениями и формирование цифровой культуры в организации приобретают решающее значение. Кроме того, существуют риски, связанные с информационной безопасностью и защитой персональных данных, требующие разработки соответствующих механизмов и нормативно-правовой базы [3, с. 6].

Развитие цифровых HR-инструментов набирает обороты благодаря внедрению передовых решений, включая аналитику больших данных, технологии виртуальной и дополненной реальности, а также элементы геймификации. Иммерсивные технологии, в частности, предоставляют уникальную возможность для симуляции производственных процессов и развития практических навыков в контролируемой и безопасной среде.

Это особенно актуально для сфер с повышенной опасностью, где цена ошибки может быть чрезвычайно высока [1, с. 27].

Следовательно, цифровизация HR-функций является фундаментальным направлением эволюции современных бизнес-систем. Она выступает одним из главных драйверов повышения качества в цифровой экономике, оказывая комплексное позитивное влияние на человеческий капитал. В более широком смысле, прогресс в цифровых HR-технологиях напрямую связан с укреплением конкурентных позиций предприятий и территорий.

Библиографический список

1. *Кауфман Н. Ю., Зеленцова С. Ю.* Взаимодействие HR Tech и обучения персонала // Вестник университета. 2022. № 6. С. 23–30.
2. *Кауфман Н. Ю., Зеленцова С. Ю.* Реализация HR-политики в условиях цифровой трансформации // Журнал исследований по управлению. 2021. № 2. С. 3–10.
3. *Шестакова Е. В.* Цифровые технологии в сфере HR // Шаг в науку. 2022. № 1. С. 4–11.

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

И. А. Востриков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

История празднования Всемирного дня качества

Аннотация. В статье обоснована актуальность и значимость концепции качества на современном этапе развития общества и представлена информация о возникновении и современном состоянии Всемирного дня качества — мероприятия, которое отмечается ежегодно во многих странах мира, в том числе и в России.

Ключевые слова: Всемирный день качества; знак качества.

Всемирный день качества, отмечаемый ежегодно во второй четверг ноября — это глобальная инициатива, направленная на повышение осведомленности о важности управления качеством.

Изначально качество часто рассматривалось как требование соответствия нормативно-технической документации (стандартам, нормам и т.д.). С этой точки зрения целью было избежать ошибок и соответствовать минимальным требованиям.

Сегодня качество не ограничивается простым соответствием требованиям; оно является ключевым фактором, позволяющим выделиться

на фоне конкурентов и повысить эффективность бизнеса. Компании, которые применяют ориентированный на результаты подход к качеству, не только соблюдают нормативные требования, но и оптимизируют свои процессы, сокращают затраты, повышают удовлетворенность клиентов и стимулируют инновации. Иными словами, качество рассматривается как ценность, обеспечивающая превосходные результаты с точки зрения эффективности, удовлетворенности клиентов и инноваций.

Всемирный день качества проводится с 1989 г. по предложению Европейской организации качества, Американского общества по контролю качества и Союза японских ученых и инженеров.

Этот международный праздник, утвержденный Организацией Объединенных Наций 1990 г., призван привлечь внимание к важнейшей роли качества как в нашей повседневной жизни, так и в более широком спектре предприятий и отраслей.

Японский союз ученых и инженеров выдвинул эту концепцию еще в 1960 г. Они осознали важность приоритета качества, особенно в условиях быстрого роста японских компаний после Второй мировой войны. В некотором смысле, послевоенное экономическое чудо в Японии было обусловлено методами управления качеством.

Институт дипломированных специалистов по качеству (CQI), основанный в Лондоне в 1919 г., провел первое официальное празднование Всемирного дня качества в Лондоне в 2008 г. С пониманием необходимости повышения осведомленности о влиянии качества на все аспекты жизни и бизнеса, они инициировали ряд мер. С тех пор охват и влияние этого дня выросли, что привело к появлению инициатив, посвященных Неделе качества, созданию методических пособий, награждению и участию во всем мире. Говоря иными словами, с момента своего основания CQI находится в числе лидеров по использованию управления качеством для повышения организационного совершенства.

В этот день компании по всему миру проводят семинары, деловые форумы, внутренние конкурсы, лекции и «уроки качества». Основная задача — поделиться успешными практиками, обсудить вызовы, рассказать, как качество помогает не просто выживать, а развиваться.

Россия отмечает Всемирный день качества с 1989 г. Каждый год Всемирный день качества посвящен отдельной теме. С 2008 г. праздник приобрел форму глобального форума, и каждая его тема отражает дух времени. Девиз Недели качества 2025 г. — «Россия — страна со знаком качества». Символ мероприятия — российский Знак качества.

День качества — праздник, который позволяет не только поблагодарить отечественных производителей и представителей сферы услуг за качество, но и уделить внимание основным составляющим качества жизни: качеству окружающей среды и экологии, качеству социальной

сферы и отношений, здоровому образу жизни, семейным ценностям и традициям¹.

Важность Всемирного дня качества заключается в его способности подчеркнуть важнейшую роль управления качеством в достижении экономического процветания и устойчивого роста. Развивая культуру непрерывного совершенствования, организации могут гарантировать соответствие своих продуктов, услуг и процессов самым высоким стандартам, тем самым повышая удовлетворенность и лояльность клиентов.

Кроме того, управление качеством помогает организациям ориентироваться в сложных условиях современной динамичной бизнес-среды, стимулируя инновации и повышая устойчивость.

Научный руководитель: *О. В. Плиска*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Касаткина, А. С. Коновалова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Удовлетворенность пассажиров транспортом: анализ и рекомендации

Аннотация. На основе опроса пассажиров в Екатеринбурге проанализирована удовлетворенность услугами общественного транспорта через призму теорий А. Маслоу и В. Парка. Выявлены ключевые проблемы (переполненность, информационная доступность) и предложены практические рекомендации для повышения качества услуг.

Ключевые слова: удовлетворенность пассажиров; общественный транспорт; статистика.

Удовлетворенность пассажиров услугами общественного транспорта — это оценка того, насколько система отвечает фундаментальным потребностям. Анализ удовлетворенности позволяет измерить, как потребности реализуются в жизни горожан. По данным Росстата² пассажирооборот в стране за 2024 г. составил 166,8 млрд пассажирокилометров, пассажиропоток — 14 270,8 млн чел.

Общественный транспорт является неотъемлемой частью жизни жителей большого города. Уровень удовлетворенности качеством

¹ День качества — 2022: Россия — страна со Знаком качества // Российская система качества. URL: <https://roskachestvo.gov.ru/news/den-kachestva-2022/> (дата обращения: 01.02.2026).

² Официальная статистика: Транспорт // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/transport> (дата обращения: 04.01.2026).

транспортных услуг оказывает влияние на общее восприятие городской среды и комфорт жителей.

Авторы работы провели опрос для оценки удовлетворенности потребностей по А. Маслоу и по В. Паккарду¹ потребителей услуг общественного транспорта в Екатеринбурге. Опрашиваемой аудиторией — 102 жителя города старше 16 лет, регулярно пользующиеся общественным транспортом. Опрос проводился с помощью бесплатной платформы *Google Forms* в период с 20 октября по 2 ноября 2025 г. и был составлен, основываясь на показателях качества, которые определены в ГОСТ 51004-96 (экономические показатели, показатели информационного обслуживания, комфортности, скорости, своевременности и безопасности).

Полученные результаты структурированы в соответствии с теориями А. Маслоу и В. Паккарда (см. таблицу).

Оценка результатов опросов

Потребность	Степень удовлетворенности (по 7-балльной шкале)	Вывод
Оценка по А. Маслоу		
Потребность в безопасности	1. Соблюдение ПДД водителем (5.5); 2. Безопасность салона (5.2); 3. Стали свидетелями поломки транспорта (36 % ответили «Да»)	Угроза надежности и безопасности во время поездки
Физиологические потребности (комфорт)	1. Удовлетворенность чистотой (5.1); 2. Поведение персонала (5.2); 3. Наполнение салона в час пик (3.6); 4. Комфортность салона (температура, сиденья) (4.6)	Регулярное нарушение базовой потребности в личном пространстве и физическом удобстве
Социальные потребности и потребность в уважении	1. Наличие средств для маломобильных групп (68 % ответили «Да»); 2. Удовлетворенность разнообразием форм оплаты (5.9)	Можно интерпретировать как удовлетворение потребности к нуждам разных социальных групп

¹ Лебедева Е. А., Жданова Н. Е., Бердникова Д. В. Психология и педагогика: учеб. пособие / под общ. ред. Е. А. Лебедевой. Екатеринбург: УрГЭУ, 2024. 201 с.

Потребность	Степень удовлетворенности (по 7-балльной шкале)	Вывод
Потребность в самореализации	1. Вопросы доступности (режим работы, соблюдение расписания, время ожидания) (4.8)	Связано с высшими уровнями пирамиды – возможностью реализовывать свои планы и цели
Оценка по В. Паккарду		
Потребность в подтверждении собственной значимости	1. Удовлетворенность разнообразием форм оплаты (5.9). 2. Вопросы доступности (режим работы, соблюдение расписания, время ожидания) (4.8). 3. Наличие средств для маломобильных групп (68 % ответили «Да»)	Позволяют пассажиру чувствовать себя уважаемым клиентом

Основываясь на проведенном исследовании, были выявлены рекомендации для повышения уровня удовлетворенности:

1. улучшением взаимодействия персонала и контроль за соблюдением стандартов: внедрение «Инспектора по качеству», по типу тайного покупателя, который бы проводил регулярный и скрытый контроль за соблюдением стандартов обслуживания. Начать стоит с внедрения одного такого инспектора на определенный маршрут определенного вида транспорта. Затраты на содержание одного инспектора составят 38 750 р./мес., включающие среднюю заработную плату в Екатеринбурге по вакансии «тайный покупатель» (36 750 р./мес.) и стоимость проездного (2 000 р./мес.). Инспектор будет оценивать качества по ГОСТ 51004-96;

2. минимизация самой критической проблемы — переполненности в часы пик и оптимизация ресурсов: установка специальных датчиков на входах и выходах транспорта, затраты составят 2 150 р. за один датчик. Начать стоит с пилотного проекта, в котором необходимо закупить датчики на определенный маршрут определенного вида транспорта. Рассмотрим на примере трамвая с маршрутом № 14. Всего насчитывается 9 трамваев, каждый из которых имеет по 2 вагона. Итого, 18 вагонов всего, в каждом из вагонов по 3 двери входа (выхода), т. е. получаем в общем 54 двери входа (выхода). Затраты на внедрение датчиков составят:

$$54 \times 2\,150 = 116\,100 \text{ р.}$$

Таким образом, эти несложные меры позволят повысить общей удовлетворенности потребностей потребителей услуг общественного транспорта.

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

Д. А. Климова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ процессов производства питьевой бутилированной воды и качества продукции

Аннотация. В статье представлены результаты мониторинга физико-химических показателей качества готовой продукции на этапе розлива бутилированной негазированной питьевой воды. Рассмотрены ассортимент продукции бренда «Святой Источник», особенности технологического процесса ее производства, требования нормативной документации, а также роль персонала в обеспечении и контроле качества продукции.

Ключевые слова: процессы производства; питьевая бутилированная вода; ресурсы; показатели качества.

В современных условиях конкурентного рынка предприятия по изготовлению бутилированной питьевой воды сталкиваются с необходимостью постоянного улучшения своей деятельности и повышения эффективности. Анализ процессов производства и внутренней среды является важным этапом стратегического управления, который позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, оценить ее ресурсы, производственные процессы и кадровый потенциал [3, с. 52].

Проведение такого анализа помогает определить ключевые факторы успеха, оптимизировать бизнес — процессы и повысить качество продукции. В статье рассматриваются основные аспекты анализа внутренней среды на предприятии по производству питьевой воды и управления качеством, что способствует формированию эффективной стратегии развития и укреплению позиций на рынке [1, с. 262].

Уже сегодня миллиард жителей планеты не имеют прямого доступа к питьевой и пресной воде и по мнению ряда специалистов в XXI веке основные войны могут быть развязаны именно из-за воды. Давно стала очевидной простая истина, что качество потребляемой воды и напитков влияет на долголетие и здоровье человека. Вот почему конкуренция на рынке бутилированной воды растет. При этом следует помнить, что при оценке степени риска здоровью в зависимости от

природы нежелательных примесей в воде, наиболее важную роль играют микробиологические загрязнения [2, с. 564].

Предприятие производитель бренда «Святой источник» активно развивает свою линейку продукции. Продукция отличается высоким качеством, экологичностью и разнообразием форматов. На сегодняшний день ассортимент бутилированной воды широкий и разнообразный¹:

- основная линейка (негазированная вода поможет регулярно поддерживать водный баланс);
- со вкусом (негазированная вода с низким содержанием сахара);
- вода+сок (газированная вода с соком и вкусом любимых ягод и цитрусовых);
- с ароматом (газированная вода с ароматными нотами фруктов без сахара и красителей);
- «Спортник» (негазированная питьевая вода, предназначенная для детей от 3-х лет);
- «Светлячок» (детская питьевая вода);
- холодный чай;
- лимонады.

Основные производственные процессы на предприятии: добыча и очистка воды, розлив воды в тару, исследование качества воды на всех этапах розлива, контроль качества готовой продукции.

Вода «Святой источник» проходит многоэтапный контроль качества, сертифицирована по российским и международным стандартам, что гарантирует ее безопасность и чистоту. Контролем качества продукции на этапах процессов на предприятии занимаются операторы входного и выходного контроля. Показатели мониторинга готовой продукции на этапе процесса розлива приведены в таблице.

Требования к качеству бутилированной воды определены в нормативных документах ТР ЕАЭС 044/2017 «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду» и ТУ 11.07.11-008-41645812-19 «Вода питьевая обработанная "Святой источник"», контроль качества осуществляется методом титрования, в случае превышения нормативных показателей информация поступает руководителям для принятия решений и корректирующих действий (см. таблицу).

¹ Ассортимент питьевой воды «Святой источник»: газированная и негазированная // Официальный сайт бренда питьевой воды «Святой источник». URL: <https://svyatoyistchnik.com/products/> (дата обращения: 01.02.2026).

**Показатели мониторинга физико-химических показателей
в готовой продукции на этап розлива**

Показатель	Нормативное значение показателя	Периодичность измерения	Информирование
Содержание магния, мг/л	0,5–50,0	1 раз в розлив, либо при смене формата	Управляющую производственным комплексом, инженера водоподготовки, инженера производства
Содержание гидрокарбонатов, мг/л	5,0–350,0	2 раза за розлив	
Содержание хлоридов, мг/л	0,5–200,0	1 раз в розлив, либо при смене формата	

Таким образом, анализ показал, что вода «Святой источник» представлена широким ассортиментом питьевой воды и напитков на ее основе, качество продукции гарантировано мониторингом физико-химических показателей продукции на этапе всех этапах процесса розлива и ориентирована на удовлетворенность потребителей качественной, полезной и удобной в потреблении в разных ситуациях.

Библиографический список

1. Михайлов А. С. Бизнес-анализ и бизнес-процессы деятельности организации // Молодой ученый. 2024. № 24 (523). С. 261–263.
2. Розенталь О. М., Александровская А. Н. Риск-ориентированный подход к оценке качества воды источников питьевого водоснабжения // Гигиена и санитария. 2019. Т. 98, № 5. С. 563–569.
3. Чернышов П. Нахлебались // Вопросы местного самоуправления. 2019. № 1. С. 52–54.

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

Развитие систем качества в пивоваренной промышленности: от инструментов стандартизации к интеллектуальной цифровой экосистеме

Аннотация. В статье рассмотрена эволюция подходов к управлению качеством в пивоваренной отрасли: от внедрения международных стандартов и систем менеджмента до применения методов бережливого производства, а также, цифровой трансформации на базе искусственного интеллекта. Показано, как последовательная интеграция этих инструментов позволяет сформировать интеллектуальную цифровую экосистему, обеспечивающую стабильность качества, повышение эффективности и конкурентоспособность пивоваренных предприятий.

Ключевые слова: пивоваренная промышленность; система качества; стандартизация; бережливое производство; цифровизация; искусственный интеллект; цифровая экосистема.

Основу систем качества на пивоваренных предприятиях составляют международные стандарты ISO 9001, ISO 22000 и отраслевая система ХАССП. Российские предприятия, в частности «Балтика», последовательно сертифицируют производство по этим стандартам¹. Внедрение ХАССП в России началось в 2001 г. с регистрацией системы добровольной сертификации и ГОСТ Р 51705.1-2001 «Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Общие требования». Также на пивоваренных предприятиях действуют национальные стандарты, в частности ГОСТ Р 51174-2009. Стандартизация создает нормативную базу, но не гарантирует стабильности в массовом производстве.

Следующим этапом развития системы управления производством стало внедрение бережливого производства (*Lean Manufacturing*), направленного на устранение потерь за счет сокращения издержек и неэффективных операций. Первые шаги в этом направлении, например, были сделаны на заводе «Балтика» в Туле во второй половине 2012 г. Реализуются проекты по сокращению расхода CO₂, времени переналадки и потерь продукта [1]. Аналогичный подход на заводе *AB InBev Efes* в Калуге позволил экономить более 2000 МВт/ч электроэнергии в год².

¹ «Балтика» прошла проверку на соответствие международной схемы пищевой безопасности // ProfiBeer. URL: <https://profibeer.ru/beer/baltika-proshla-proverku-na-sootvetstvie-mezhdunarodnoj-sxemy-pishhevoj-bezopasnosti> (дата обращения: 03.02.2026).

² Завод AB InBev Efes в Калуге за год сэкономил 2000 МВт электроэнергии // Аргументы и факты Калуга. URL: https://kaluga.aif.ru/society/details/zavod_ab_inbev_efes_v_kaluge_za_god_sekonomil_2000_mv_t_elektroenergii (дата обращения: 29.03.2026).

Традиционные методы контроля ограничены человеческим фактором и объемами данных. Цифровизация и ИИ снимают эти ограничения. ИИ применяется для оптимизации рецептур, автоматического контроля качества и управления брожением [3]. В Воронежском государственном университете инженерных технологий разработана и запатентована нейронная сеть, генерирующая рецептуры с учетом потребительских предпочтений и совместимая с ERP и SCADA-системами [3]. Нейросети способны распознавать сотни вкусовых оттенков, открывая новые возможности органолептического контроля [3].

Итогом становится формирование цифровой экосистемы, объединяющей уровни сбора данных (IIoT — *Industrial Internet of Things*, промышленный интернет вещей, датчики), обработки (машинное обучение, нейросети), управления (ERP, MES, цифровые двойники) и прослеживаемости. *Carlsberg Group* за 28 месяцев оснастила 28 заводов в Европе и Азии платформой *Industrial IoT*, оптимизировав пивоварение и логистику¹. Цифровые двойники применяются для управления CIP-мойкой и моделирования производственных сценариев [2, с 20].

Развитие систем качества в пивоварении развивается в настоящее время от стандартизации к цифровым экосистемам. Каждый этап — стандарты, бережливое производство, ИИ, надстраивался над предыдущим, создавая многоуровневую систему. Цифровая экосистема обеспечивает стабильность качества, оперативность реакции на запросы потребителей и минимизацию издержек, становясь ключевым фактором конкурентоспособности. Дальнейшее развитие связано с углубленной интеграцией ИИ в управление производством и повышением значения контроля качества на основе учета динамики предпочтений потребителей.

Библиографический список

1. Аксенов А. А., Литвинова И. В. Внедрение методов бережливого производства на заводе «Пивоваренной компании „Балтика“» // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2017. № 12-2. С. 192–197.
2. Артемьев В. С. Цифровой двойник SCADA-интегрированной станции CIP-мойки // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2025. Т. 27, № 4. С. 11–23.

¹ *Оджуэлл В.* Успехи ПТС продолжают: 28 пивоварен Carlsberg оснащены IIoT-софтвером ThingWorx // Isicad. URL: https://isicad.ru/ru/articles.php?article_num=22054 (01.02.2026).

3. *Цифровизация с использованием AI как фактор повышения качества и эффективности при производстве спирта / А. В. Скрыпников, Л. Н. Фролова, Е. А. Саввина и др. // Продовольственная безопасность: научное, кадровое и информационное обеспечение: сб. науч. ст. и докл. XI Междунар. науч.-практ. конф. (Воронеж, 28–29 ноября 2024 г.). Воронеж: ВГУИТ, 2024. С. 594–600.*

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

Е. А. Монакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка целей в области качества и планирование их достижения

Аннотация. В статье на примере производителя питьевой бутилированной воды ООО «Завод „Родник“», используя элементы «теории Канона» и с учетом требований п. 6.2 раздела 6 «Планирование» ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования», разработаны цели в области качества. Также разработаны цели в области качества с учетом методики SMART.

Ключевые слова: качество; удовлетворенность потребителей; цели в области качества.

Модель Канона, разработанная в 1984 г. японским ученым Нориаки Канона — это методика для анализа и приоритизации функций продукта или услуги с учетом ожиданий потребителей.

Модель помогает:

- разделить функции продукта на разные категории;
- определить, какие улучшения критичны для удовлетворенности пользователей;
- сократить расходы, исключив функции, не влияющие на восприятие продукта;
- выстроить правильную стратегию развития продукта, ориентируясь на реальные ожидания клиентов [1].

Используя элементы «теории Канона», с учетом требований п. 6.2 раздела 6 «Планирование» ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования», разработаны цели по качеству для ООО «Завод „Родник“».

Деятельность ООО «Завод „Родник“» включает производство, контроль качества, упаковку, хранение, транспортирование и реализацию питьевой бутилированной воды. Процессы осуществляются последовательно и взаимосвязано, начиная с анализа требований потребителей и заканчивая оценкой их удовлетворенности.

В таблице представлены цели по качеству, сформулированные с учетом модели удовлетворенности потребителей Н. Кано.

Цели по качеству ООО «Завод „Родник“»

Группа характеристик	Цели по качеству
Качество, которое должно быть — характеристики, которые становятся заметны потребителю лишь при их отсутствии	Поддержание постоянного соответствия органолептических показателей продукции установленным нормативным и санитарно-гигиеническим требованиям
Соответствие органолептических показателей питьевой воды установленным нормативным требованиям (отсутствие постороннего запаха, вкуса и привкуса)	Обеспечение стабильного соответствия качества воды установленным нормативным требованиям за счет поддержания эффективных процессов водоподготовки и очистки
Качество «чем больше, тем лучше» — факторы, способствующие росту потребительской лояльности при их расширенном предложении	Повышение степени удовлетворенности потребителей за счет расширения ассортимента продукции по объему фасовки и обеспечения удобства использования
Номенклатура и вариативность объемов фасовки продукции (0,5; 1,0; 1,5 л), обеспечивающая удовлетворение потребностей различных категорий потребителей	Обеспечение сохранения качества продукции при использовании различных видов тары на всех этапах производства, хранения и транспортирования
Восхищающее качество — характеристики, которые потребитель не ожидал, но восхищается ими	Повышение конкурентоспособности продукции за счет внедрения дополнительных потребительских свойств, обеспечивающих безопасность и удобство использования
Конструктивные особенности упаковки, обеспечивающие повышенный уровень безопасности и удобства эксплуатации (включая наличие защитных элементов и эргономичных решений)	Обеспечение соответствия элементов упаковки установленным требованиям безопасности и эксплуатационной надежности

SMART-подход в менеджменте — это метод постановки целей, основанный на пяти критериях:

1. *Specific* — конкретная (цель должна содержать точный ответ на вопрос «Что делать?») и подразумевать один конкретный результат);

2. *Measurable* — измеримая (результат должен иметь критерии для оценки — *KPI*, например, уменьшить уровень несоответствий на 50 %);

3. *Achievable* — достижимая (цель должна укладываться в реалистичные сроки и опираться на объективные показатели);

4. *Relevant* — значимая (цель должна соответствовать глобальной стратегии и миссии компании);

5. *Time-bound* — ограниченная во времени (цель должна иметь четкие временные рамки)¹.

Суть подхода — преобразовать размытые или общие цели в конкретные и реалистичные.

Цель в области качества по SMART: Повышение уровня удовлетворенности потребителей и обеспечение стабильного качества питьевой бутилированной воды (что необходимо улучшить) за счет снижения количества претензий на 20 % и достижения уровня соответствия продукции установленным нормативным требованиям не ниже 99 % (измеримые показатели) в течение 2026 г. (срок достижения), при условии использования имеющихся производственных, лабораторных и кадровых ресурсов организации (достижимость), что направлено на повышение конкурентоспособности и укрепление доверия потребителей (значимость цели).

Научный руководитель: *С. В. Михеева*,
кандидат экономических наук, доцент

Д. М. Парфенов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Анализ этапов жизненного цикла продукции ООО «Богдановичский керамзит»

Аннотация. В статье обсуждается жизненный цикл продукции ООО «Богдановичский керамзит» для оценки формирования качества продукции предприятия, с учетом реальных производственных операций. Производственный процесс включает несколько последовательных стадий: поставку сырья, входной контроль, термическую обработку (обжиг), лабораторные испытания, упаковку, хранение и отгрузку потребителю.

Ключевые слова: качество; жизненный цикл продукции.

Деятельность на стадиях жизненного цикла продукции и услуг регламентируется в главе 8 стандарта ГОСТ Р ИСО 9001–2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь». Основной

¹ *Михеева С. В.* Консалтинг в проектировании риск-ориентированных систем качества: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. 177 с.

продукцией ООО «Богдановичский керамзит» является пропант, используемый в нефтегазовой отрасли при проведении гидроразрыва пласта. Годовой объем производства пропанта составляет в среднем около 150–160 тыс. т. Производственный процесс организован непрерывным образом и осуществляется в несколько смен. Основным поставщиком сырья является предприятие, расположенное в г. Сухой Лог. В ООО «Богдановичский керамзит» сырье поступает автогрузовым транспортом.

Первым этапом жизненного цикла продукции выступает закупка и поставка сырья. Поставляемый пропант-сырец должен соответствовать установленным требованиям по фракционному составу, влажности и плотности. Приемка сырья осуществляется службой снабжения совместно с лабораторией контроля качества. В среднем объем поступления сырья составляет около 6 000–6 500 т/мес.

Далее проводится входной контроль сырья — лаборатория предприятия осуществляет проверку характеристик материала: анализ гранулометрического состава, определение плотности и влажности. В среднем от каждой партии отбирается 3–5 проб, которые направляются в лабораторию для проведения испытаний. По результатам контроля около 96–97 % сырья соответствует установленным требованиям, а оставшиеся 3–4 % могут иметь отклонения по отдельным параметрам. В этих случаях принимается решение о дополнительной сортировке или корректировке технологических режимов обработки.

Следующим этапом жизненного цикла является производство продукции, ключевым элементом которого выступает обжиг пропанта. Процесс обжига осуществляется в специализированных печах при температуре 1 180–1 200 °С. Средняя продолжительность термической обработки составляет 35–45 мин, что обеспечивает формирование требуемой прочности гранул. Производительность одной печи достигает 10–12 т продукции в час. Контроль технологических параметров осуществляется операторами печей и технологами предприятия. Температурный режим является одним из наиболее критичных факторов качества. Отклонение температуры более чем на 20 °С может привести к снижению прочности гранул и увеличению доли разрушенных частиц. По данным производственного контроля около 92–94 % продукции соответствует установленным параметрам сразу после обжига, а оставшаяся часть требует дополнительной сортировки или переработки.

После завершения обжига продукция направляется на этап лабораторных испытаний. Лаборатория предприятия проводит комплексную проверку физических и механических характеристик пропанта. Основ-

ными показателями являются прочность гранул, устойчивость к механическому разрушению и фракционный состав. В среднем ежедневно проводится 15–20 лабораторных испытаний различных партий продукции. По итогам испытаний около 95–96 % продукции подтверждает соответствие требованиям заказчика.

Далее осуществляется упаковка продукции. Готовый пропант фасуется в специализированные мягкие контейнеры типа *Big Bag*, рассчитанные на 1 т продукции. В течение суток предприятие упаковывает в среднем 180–200 контейнеров. Упаковка обеспечивает защиту продукции от влаги и механических повреждений при транспортировке. После упаковки продукция размещается на складе временного хранения. Средний объем складских запасов составляет около 1 500–2 000 т продукции, что соответствует примерно двухнедельному объему поставок. Условия хранения контролируются с целью предотвращения попадания влаги и повреждения упаковки.

Завершающим этапом производственного цикла является отгрузка продукции потребителю. Основным заказчиком предприятия выступает ПАО «Роснефть». Отгрузка осуществляется железнодорожным транспортом партиями в среднем по 1 000–1 500 т. В месяц предприятие отгружает по 200 вагонов. Каждая партия сопровождается пакетом документации, включающим протоколы испытаний и сертификаты соответствия.

После передачи продукции потребителю жизненный цикл продолжается этапом послепродажного взаимодействия. На данном этапе предприятие получает информацию о результатах применения продукции в условиях эксплуатации. Анализируются возможные замечания со стороны заказчика, оцениваются показатели стабильности характеристик материала. В среднем количество рекламаций составляет не более 1–2 случаев на 100 поставок, что свидетельствует о достаточно высоком уровне качества продукции.

Заключительным этапом жизненного цикла является утилизация производственных отходов. В процессе производства образуются отходы в виде разрушенных гранул и технологической пыли. Их доля составляет около 2–3 % от общего объема перерабатываемого сырья. Часть отходов может возвращаться в производственный процесс после дополнительной обработки, а оставшиеся материалы направляются на специализированные предприятия для переработки.

Проведенный анализ этапов жизненного цикла продукции показывает, что качество пропанта формируется на протяжении всей производственной цепочки – от поставки сырья до взаимодействия с потребителем и обращения с отходами производства. Наличие лабораторного

контроля, регламентированных технологических режимов позволяют поддерживать стабильные характеристики продукции и обеспечивают выполнение требований потребителей.

Научный руководитель: *О. В. Плиска*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Парфентев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экологическая стратегия *Adidas*: новые тренды и перспективы устойчивого развития

Аннотация. В статье на примере успешного кейса коллаборации спортивного бренда *Adidas* и экологической организации *Parley for the Oceans* рассматриваются новые тренды, направленные на внедрение инновационных технологий переработки пластика, обеспечившие коммерческий успех инициативы. Исследование показывает, что сознательное использование экологических решений позволяет компаниям формировать устойчивую конкурентную позицию и отвечать запросам современных потребителей.

Ключевые слова: конкурентоспособность; ограниченность ресурсов; вторичное сырье; Аидас; *Parley for the Oceans*.

Современное общество сталкивается с серьезными проблемами истощения природных ресурсов и увеличения объемов отходов, вызванных ростом населения планеты. Если в начале XX века население Земли составляло около 1,6 млрд чел., то сегодня оно достигло отметки 8,2 млрд чел. и продолжает увеличиваться¹. Значит, растет объем потребления, что сопряжено с неуклонным накоплением бытовых и промышленных отходов на городских свалках, в водоемах и природных ландшафтах. Особенно серьезной угрозой является пластиковое загрязнение как следствие интенсивного промышленного роста и массового распространения синтетических полимеров. Однако, некоторые компании увидели в этих проблемах не только угрозы, но и возможности для внедрения новых подходов к производству и повышению своей рыночной привлекательности и конкурентоспособности. Примером служит деятельность немецкого производителя спортивных товаров *Adidas*.

История успеха *Adidas* началась задолго до современных инициатив. Компания произвела фурор еще на Олимпийских играх 1960 г., став лидером поставок обуви: 75 % участников соревнований носили кроссовки *Adidas*. Важным периодом экологизации стратегии компании стал 2012 г. В это время зарождается партнерство *Adidas* с экологической

¹ World population. URL: <https://populationtoday.com/> (дата обращения: 25.02.2026).

организацией *Parley for the Oceans*. Смыслом коллаборации было использование морского пластика для создания кроссовок. На первые лимитированные пары обуви, количество которых составляло 7000 пар, фирма переработала около 70 км рыболовных сетей. На одну пару обуви уходило примерно 11 пластиковых бутылок¹. Коллаборация вызвала большой общественный резонанс и привлекла внимание многих влиятельных людей, даже принц Чарльз положительно высказывался по данной инициативе. Воодушевленные поддержкой потребителей и ростом спроса, *Adidas & Parley* решили не останавливаться только на кроссовках и расширить свой ассортимент.

В настоящее время коллаборация продолжает успешно развивать свои инициативы, перерабатывая морской пластик для создания спортивной одежды и обуви. Представители *Adidas* заявили, что планируют полностью перейти на вторичное сырье к концу текущего десятилетия².

Открытая финансовая отчетность *Adidas & Parley* отсутствует, но можно проанализировать динамику доходов *Adidas*. Исходя из финансовых отчетов компании за второй квартал 2025 г. операционная прибыль увеличилась на 55 % и составила 546 млн евро, а рост продаж в натуральном выражении составил 2,2 %³. Наибольший спрос был зафиксирован в странах Северной и Латинской Америки.

Описанная кампания является отражением общей тенденции по внедрению экологических практик. Такие бренды как *Nike*, *Puma*, *Timberland*, *The North Face* ранее тоже делали шаги в данном направлении, но не получили широкой общественной огласки, оставаясь нишевыми инициативами. *Adidas & Parley* создали уникальный подход, в котором объединили стремление к устойчивому развитию и социальную ответственность бренда. Такое расширение позволило коллаборации занять ведущую позицию на рынке, а также задать новый тренд, превращая экологичность в ключевой фактор конкурентоспособности⁴. Кроме того, включение в производственный цикл фактора экологичности

¹ *The Power of Purpose: How Adidas Will Make \$1 Billion Helping Solve The Problem of Ocean Plastic* // Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/afdelaziz/2018/10/29/the-power-of-purpose-how-adidas-will-make-1-billion-helping-solve-the-problem-of-ocean-plastic/> (дата обращения: 25.02.2026).

² Там же.

³ *Adidas: Pushing Sports Performance Further and Further with Ground-Breaking Technology* // Investing.com. URL: <https://www.investing.com/academy/statistics/adidas-facts/> (дата обращения: 25.02.2026).

⁴ Агафонова И. В. Экологизация сознания потребителей как базовый принцип экологического менеджмента // Актуальные проблемы экономики и управления: сб. ст. XII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, (Екатеринбург, 21–22 октября 2024 г.). Екатеринбург: УГГУ, 2024. С. 422–426.

создает дополнительную ценность товара и получает огромный отклик у потребителей, поскольку напрямую отвечает на их растущий запрос на экологичные продукты и осознанное потребление.

Научный руководитель: *И. В. Агафонова*,
кандидат философских наук

Е. А. Столбова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Нормативно-правовое обеспечение качества продукции

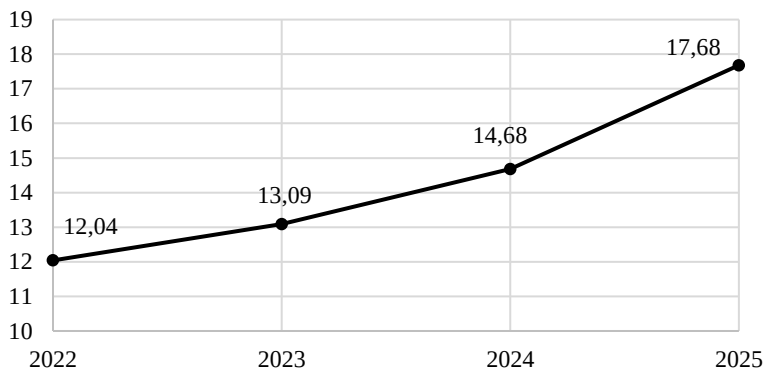
Аннотация. В статье анализируется роль нормативно-правового регулирования качества продукции для повышения конкурентоспособности российских предприятий. На основе данных контрольных органов за 2025 г. показаны масштабы распространения фальсифицированных и некачественных товаров (молочная продукция, строительные материалы). Рассматривается эффективность системы цифровой маркировки «Честный знак» как инструмента государственного контроля. Предлагаются направления совершенствования законодательства.

Ключевые слова: качество продукции; нормативно-правовое обеспечение; конкурентоспособность; фальсификация; техническое регулирование; цифровая маркировка.

В современной экономике качество продукции напрямую определяет конкурентоспособность предприятий и территорий. В России основой нормативно-правового регулирования в этой сфере является Федеральный закон «О техническом регулировании», который устанавливает обязательные требования к продукции и порядок подтверждения их соблюдения. Несмотря на развитую правовую базу, проблема некачественных и фальсифицированных товаров остается острой. Так, например, по данным Россельхознадзора за 2025 г., доля выявленной фальсифицированной молочной продукции на российском рынке достигла 17,68 % — это рекордный показатель за последние годы (для сравнения: в 2022 г. — 12,04 %, в 2024 г. — 13,09 %) (см. рисунок).

Еще более тревожная ситуация сложилась на рынке строительных материалов: в ходе проверок Росстандарта 67 % образцов не соответствовали обязательным требованиям, причем 60 % из них — именно требованиям к качеству, а не только безопасности¹.

¹ 67 % строительных материалов не соответствуют обязательным требованиям // Информер. URL: <https://ruinformer.com/page/67-stroitelnyh-materialov-ne-sootvetstvujut-objazatelnyim-trebovaniya> (дата обращения: 01.02.2026).



Динамика выявления фальсифицированной молочной продукции
в 2022–2025 гг., %¹

Одним из наиболее действенных инструментов борьбы с некачественной продукцией стала система цифровой маркировки «Честный знак». В 2025 г. благодаря разрешительному режиму на кассах удалось предотвратить продажу 1,2 млрд ед. контрафактных и фальсифицированных товаров. Среди них — 311 млн ед. табачной продукции, 299 млн л пива, 243 млн ед. молочной продукции². Как следствие, доля нелегального оборота промышленных товаров сократилась в среднем на 17 %, а выявленных нарушений при обороте маркированной продукции стало на 21 % меньше, чем годом ранее.

Эти данные показывают, что совершенствование нормативно-правового обеспечения качества должно идти по пути расширения системы обязательной маркировки на новые товарные группы и ужесточения ответственности за оборот фальсификата. Также важна гармонизация российских стандартов с требованиями Евразийского экономического союза — это повысит конкурентоспособность отечественной продукции на внешних рынках. Принятый в первом чтении законопроект об усилении контроля за соблюдением собственных стандартов производителями является шагом в правильном направлении.

Научный руководитель: *Е. В. Рагозинникова*

¹ Составлено по: В 2025 г. в России отмечалась крупнейшая доля поддельной молочной // Национальное аграрное агентство. URL: <https://rosng.ru/post/v-2025-godu-v-rossii-otmechalas-krupneyshaya-dolya-poddel-noy-molochki> (дата обращения: 29.01.2026).

² В России заблокировали свыше 1 млрд товаров благодаря системе «Честный знак» // Audit-IT.ru. URL: <https://www.audit-it.ru/news/finance/1119816.html> (дата образования: 01.02.2026).

Влияние реализации принципов СМК на деятельность организации

Аннотация. В статье на практическом примере рассмотрено, как реализация принципов СМК влияет на деятельность организации. Проведен анализ реализации принципов менеджмента качества в деятельности крестьянского (фермерского) хозяйства по выращиванию зерновых культур.

Ключевые слова: принципы СМК; контроль процессов; улучшение.

Вопросы выживания и рентабельности остро стоят перед бизнесом, особенно малым. Формальное внедрение системы менеджмента качества в организации зачастую пугает предпринимателей бюрократией и затратами. Совсем другая история получается, если подходить к СМК не как к формальной бумаге, «корочке» сертификата, а как к инструменту для наведения порядка в процессах¹.

Рассматриваемая организация — ИП Гречухин Р. А. Хозяйство занимается растениеводством, в частности выращиванием пшеницы и ячменя и их реализацией. Объем пашни составляет порядка 200 га, что является весьма внушительным для небольшого предприятия. Штат сотрудников составляет не более трех человек, в разгар посевной или уборочной происходит наем дополнительных рабочих.

В рассматриваемой организации, ввиду ее размеров, отсутствует система менеджмента качества и организационная структура как таковая. Несмотря на это, можно проследить как реализуются некоторые принципы СМК.

Принцип «Ориентация на потребителя». В начале своей деятельности производственные мощности хозяйства позволяли реализовывать продукцию с площадок хранения только самовывозом. По мере развития хозяйства был приобретен грузовой автотранспорт под собственные нужды, который впоследствии позволил оказывать услуги по доставке продукции сразу к заказчику.

В розничной торговле зерном клиенты сами набирали нужный объем зерна, грузили и сами вывозили. Сейчас в организации добавились услуги по загрузке мешков, их зашивке и погрузке в транспорт, а также доставке.

Все это позволило снять с потребителя ряд проблем и упростило процесс закупки зерна. Благодаря доставке и упаковке хозяйство

¹ ГОСТ Р ИСО 9000-2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».

привлекло больше новых клиентов, в том числе тех, кто раньше обращался к соседним фермерам с самовывозом.

Принцип «Процессный подход». Сельское хозяйство, особенно в Свердловской области находится в зоне рискованного земледелия и сопряжено со множеством различных рисков, поэтому, чтобы получить качественный продукт, приходится уделять особое внимание каждому технологическому процессу. В организации документированные процедуры отсутствуют, но тем не менее, каждый сотрудник знает последовательность операций и критерии качества на каждом этапе — это и есть неформальный процессный подход. От того, как будет обработана почва, как будет посеяно, какая будет обработка посевов, сроки и качество уборочной, зависит конечный результат. Поэтому каждому технологическому процессу уделяется особое внимание, и все сотрудники стараются его выполнять максимально качественно. Контроль и выполнение всех процессов технологического цикла существенно сказывается на качестве продукции и, соответственно, рентабельности организации.

Принцип «Улучшение». Учитывая рамки организации, не всегда удается проводить большие и дорогостоящие улучшения. Чаще это небольшие улучшения в течение года. И раз-два в несколько лет — это крупные и дорогостоящие улучшения. Использование цифровых технологий, таких как навигация в поле, существенно повышает качество обработки полей, производительность труда и снижает усталость сотрудника. Следующий этап — это приобретение и монтаж автопилота, который позволит еще снизить нагрузку на тракториста и повысить производительность труда.

Обновление машинно-тракторного парка. Приобретение грузового автотранспорта позволило ощутимо снизить затраты денег и времени на логистику. Приобретение новых: более мощного трактора, сеялки и гидрофицированных орудий позволили сократить время операций, повысить качество сева и обработки земли. Приобретение электрического ручного инструмента позволило снизить время ремонтов и облегчило труд сотрудников.

Все эти небольшие и крупные улучшения в конечном счете позволили сократить производственные затраты на 5–10 %, а время — на 20 %.

Принцип «Взаимодействие работников». Количество сотрудников в организации даже в пиковые моменты остается небольшим, в пределах до шести человек. Такое малое количество рабочих, наличие контактов друг с другом, отсутствие организационной структуры как таковой и неформальное общение приводят к лучшим коммуникациям, контролю выполнения работы друг за другом, взаимовыручке, вовлеченности в рабочий процесс.

Анализ деятельности ИП Гречухин Р. А. показал, что формальное отсутствие системы менеджмента качества не мешает успешно применять ее ключевые принципы. Ориентация на потребителя повысила лояльность клиентов, процессный подход в условиях рискованного земледелия обеспечил контроль качества на всех этапах, а постоянные улучшения снизили издержки и повысили производительность. Неформальное взаимодействие сотрудников в малом коллективе создало вовлеченность и взаимовыручку.

Таким образом, СМК в малом бизнесе — это не бюрократия и «корочки», а прагматичный инструмент наведения порядка в процессах. Даже частичная реализация ее принципов позволяет небольшому хозяйству с минимальным штатом последовательно повышать конкурентоспособность, снижать потери и укреплять позиции на рынке.

Научный руководитель: *О. В. Плиска*,
кандидат экономических наук, доцент

Е. А. Тюрина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Повышение эффективности рекламной деятельности гостиничного предприятия

Аннотация. В статье на примере ООО «Нью Стар» (г. Пермь) рассмотрены проблемы и потенциал повышения эффективности рекламной деятельности, а также рассмотрены способы оптимизации рекламной деятельности.

Ключевые слова: конкурентная среда; рекламная деятельность; гостиничное предприятие, эффективность рекламы, туризм, региональный рынок.

Рекламная деятельность в туристской индустрии является ключевым фактором формирования спроса и конкурентоспособности предприятия. ООО «Нью Стар» — это гостиница на 68 номеров в центре Перми, предоставляющая гостям услуги размещения, питания и дополнительные услуги (например, аренда конференц-зала), ориентированная на деловых гостей, индивидуальных туристов и на семьи с детьми¹.

В 2024 г. загрузка гостиницы составила 64 % (при среднем тарифе 6 300 р.), при этом выручка поднялась на 11,2 %, но себестоимость увеличилась на 35,4 %, что значительно превышает темп роста доходов. Это указывает на то, что рекламная деятельность поддерживает спрос,

¹ *Отель New Star* (г. Пермь). URL: <https://newstar.perm-hotels.ru/> (дата обращения: 26.02.2026).

но не обеспечивает экономической эффективности. Обзор основных используемых рекламных инструментов ООО «Нью Стар» приведен в таблице. Большая часть бронирований (более 60 %) приходится на онлайн-агрегаторы, доля прямых продаж через сайт и телефон — значительно ниже. Официальный сайт выполняет преимущественно витринную функцию, контент-маркетинг (статьи о городе, информация для гостей) отсутствует. SEO-видимость по не брендовым запросам низкая. Социальные сети практически не задействованы. Программы лояльности, персонализированные рассылки и CRM-маркетинг не используются. Подробнее представлено в таблице.

Основные рекламные инструменты и их характеристика

Инструмент	Содержание	Продвигаемые услуги
Официальный сайт	Описание номеров, услуг, акций, онлайн-бронирование <i>TravelLine</i>	Проживание, питание, мероприятия
Прямые каналы связи	Телефон, <i>e-mail</i> , отдел бронирования	Индивидуальные и корпоративные продажи
Платформы бронирования	Карточка на «Яндекс Путешествиях»	Проживание, формирование спроса
Продвижение мероприятий	Конференц-залы, банкетные услуги	<i>MICE</i> -сегмент

Таким образом, текущая рекламная деятельность ООО «Нью Стар» характеризуется высокой зависимостью от посредников, отсутствием инструментов удержания клиентов, несоответствием между ростом выручки и финансовой результативностью.

В целях повышения эффективности рекламной деятельности предложены следующие рекомендации:

1) развитие контент-маркетинга и SEO. Создание на сайте блога с материалами об интересных местах Перми, подсказки для деловых гостей и маршруты для семей. Такой подход увеличит число визитов прямую, без посредников;

2) активация социальных сетей и таргетированной рекламы. Ведение аккаунтов в *VK* и *MAX* с публикацией акций, отзывов, фото мероприятий и пакетных предложений для корпоративных клиентов;

3) внедрение программ лояльности и *e-mail*-маркетинга. Сбор базы гостей через сайт и при заезде, автоматизированные рассылки с персональными предложениями, накопительная система скидок для постоянных гостей;

4) обучение персонала основам маркетинга и продаж. Повышение компетенций менеджеров по бронированию и службы приема для увеличения дополнительных продаж и заявок.

Эффект от предложенных рекомендаций определяется ожиданиями от выручки (рост на 5–7 % за счет перехода клиентов с дорогих агрегаторов (комиссия 15–20 %) на прямые продажи (комиссия 3–5 %) и роста числа постоянных клиентов). Это повысит рентабельность на 3–5 %. Экономия на комиссиях составит приблизительно 2–3 млн р., а общая дополнительная прибыль от всех мероприятий составит 4–6 млн р. при затратах до 1,5 млн. Гостинице «Нью Стар» в конкурентной среде нужно не просто больше тратить на рекламу, а менять подход делать ее измеримой, нацеленной на конкретные группы клиентов и ориентированной на их потребности.

Научный руководитель: *А. С. Меринова*,
кандидат педагогических наук, доцент

С. Ю. Шепель

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторы повышения конкурентоспособности предприятий оборонно-промышленного комплекса

Аннотация. Выявлены проблемы в деятельности предприятий ОПК. Обозначены факторы, влияющие на конкурентоспособность отрасли. Рассмотрены методы эффективного ценообразования на продукцию, как ключевого элемента достижения конкурентных преимуществ ОПК.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс; конкурентоспособность; безопасность.

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) традиционно играет ключевую роль в обеспечении национальной безопасности и технологического развития страны. В последние годы, на фоне геополитической нестабильности и необходимости укрепления обороноспособности, значимость ОПК для российской экономики существенно возросла. За последнее время государственная поддержка и масштабные инвестиции способствуют модернизации и технологическому обновлению отрасли. Вместе с тем сохраняются проблемы, связанные с высокой зависимостью отрасли от госзаказа, технологическим отставанием в отдельных областях и дефицитом кадров. Значительная доля предприятий ОПК ориентирована на выполнение государственного заказа, что создает определенные риски и зависимость от бюджетного финансиро-

вания. Высокий уровень износа основных фондов требует значительных инвестиций в обновление и модернизацию, что увеличивает амортизационные отчисления и, соответственно, себестоимость продукции. Сохраняется технологическое отставание от ведущих мировых производителей, особенно в области микроэлектроники, программного обеспечения и новых материалов. Непрозрачные механизмы ценообразования, сложность согласования цен с государственным заказчиком, а также отсутствие четких критериев оценки себестоимости продукции являются серьезными проблемами, требующими решения.

Обобщение научных исследований и оценок специалистов по проблемам развития оборонно-промышленного комплекса позволяет установить ряд факторов повышения конкурентоспособности отрасли [1; 2; 3]:

1) модернизация и технологическое обновление производственных мощностей: закупка нового оборудования, внедрение передовых технологий и цифровизация производственных процессов. По мнению специалистов, основной акцент должен быть сосредоточен на разработке современных систем связи, радиоэлектронной борьбы и роботизированных комплексов. Увеличение государственного финансирования, направленного на модернизацию и технологическое обновление, создает предпосылки для роста прямых затрат на производство продукции. В то же время, внедрение передовых технологий и оптимизация производственных процессов могут способствовать снижению удельных затрат и повышению эффективности использования ресурсов;

2) импортозамещение и развитие собственных технологий на основе комплексного подхода, включающие развитие национальной научно-технической базы, стимулирование инновационной деятельности и совершенствование механизмов кооперации между предприятиями и научными организациями. Успешное импортозамещение позволяет снизить зависимость от зарубежных поставщиков и избежать колебаний цен, связанных с изменением валютных курсов и геополитической ситуации;

3) концентрация и интеграция предприятий ОПК путем консолидации активов и создания крупных интегрированных структур, таких как концерны и холдинги, способных реализовывать масштабные проекты и конкурировать на мировом рынке;

4) диверсификация производства и рост выпуска гражданской продукции, позволяет снизить зависимость от государственного заказа, повысить загрузку производственных мощностей и обеспечить устойчивое развитие отрасли;

5) внедрение современных систем мотивации персонала, повышение квалификации и переподготовка кадров.

Ключевым элементом достижения конкурентных преимуществ предприятий ОПК является формирование эффективного ценообразования на продукцию на основе сочетания затратного, рыночного, ценностно-ориентированного и контрактного подходов.

Затратный подход формирует цену путем суммирования всех понесенных затрат на ее производство с добавлением целевой прибыли и налогов. Этот подход, как правило, используется при серийном производстве, где просто прогнозировать затраты. Затратный подход не гарантирует конкурентоспособность цены и требует дополнения другими методами. Он важен для определения минимальной границы цены, ниже которой производство становится нерентабельным.

Рыночный подход предполагает определение цены продукции на основе анализа цен конкурентов, а также спроса и предложения на аналогичные продукты на рынке. Для применения данного метода требуется тщательный сбор и анализ рыночной информации, что может быть затруднено в закрытом сегменте ОПК. Метод позволяет установить цену, привлекательную для покупателей, но требует постоянного мониторинга деятельности конкурентов.

Ценностно-ориентированный подход основывается на определении цены, исходя из ценности продукции для потребителя, учитывая ее уникальные характеристики и конкурентные преимущества. Метод предполагает проведение маркетинговых исследований и анализ потребностей заказчиков.

Контрактный подход, как правило, используется в рамках гособоронзаказа и предполагает определение цены в соответствии с условиями контракта, с учетом государственного регулирования и долгосрочных соглашений. Метод обеспечивает стабильность цен и гарантированный сбыт продукции. Однако, он требует строгого соблюдения условий контракта и может ограничивать возможности получения более высокой прибыли [4].

Оценка ценообразования на предприятии ОПК представляет собой сложную и многогранную задачу. Эффективное ценообразование, учитывающее все рассмотренные подходы, является фактором устойчивого развития и предприятий ОПК.

Библиографический список

1. *Добровольский Л. В.* Проблемы и перспективы развития внешнеторговой деятельности российского оборонно-промышленного комплекса в условиях кризиса современной модели глобализации // *Экономические отношения*. 2024. Т. 14, № 3. С. 519–536.
2. *Кохно П., Кохно А.* Проблемы импортозамещения на предприятиях оборонно-промышленного комплекса // *Общество и экономика*. 2022. № 4. С. 82–103.

3. Синькова Ю. Н. Задачи формирования учетно-аналитического обеспечения инновационного потенциала предприятий ОПК // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2022. № 2. С. 118–122.

4. Эффективность госзакупок и изменение способов определения поставщиков в условиях внешнеэкономических условий: правовые аспекты / Е. А. Скворцов, М. А. Анисимова, В. П. Черданцев, И. М. Гулиев // Электронное сетевое издание «Международный правовой курьер». 2025. № 1. URL: <https://inter-legal.ru/effektivnost-goszakupok-i-izmenenie-sposobov-opredeleniya-postavshhikov-v-usloviyah-vneshneekonomicheskikh-ogranicheni>? (дата обращения: 17.03.2026).

Научный руководитель: М. А. Анисимова,
кандидат экономических наук, доцент

В. В. Шutowский

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Управление качеством практикоориентированного обучения: интеграция виртуальных симуляционных сред в образовательные процессы

Аннотация. Статья посвящена анализу рынка обучающих маркетинговых бизнес-симуляций в контексте развития практикоориентированного образования. В работе проводится сравнительная характеристика ведущих западных образовательных платформ (*Markstrat*, *Cesim*, *Simbound*) и оценивается текущее состояние процесса импортозамещения программного обеспечения в данном сегменте. Установлено, что ужесточение нормативно-правовой базы Российской Федерации, в частности ФЗ-152 «О персональных данных», ограничивает использование зарубежных сервисов и формирует системное конкурентное преимущество для отечественных разработок. Сделан вывод о том, что российские платформы, изначально адаптированные под требования регуляторов и включенные в Единый реестр отечественного ПО, представляют собой наиболее надежное и юридически безопасное решение для высших учебных заведений.

Ключевые слова: бизнес-симуляции; практикоориентированное обучение; стратегический маркетинг; импортозамещение ПО; защита персональных данных; конкурентоспособность платформ.

Современный бизнес все больше ориентируется на практикоориентированное обучение, требуя от кандидатов готовности решать реальные рыночные задачи сразу после найма. В связи с этим возникла острая потребность во внедрении инновационных форматов подготовки, центральное место среди которых занимают обучающие компьютерные игры — бизнес-симуляции. Такие виртуальные среды позволяют преодолеть разрыв между сухой академической теорией и корпоративной практикой, формируя у будущих специалистов востребованные на

рынке труда компетенции через погружение в реалистичные, но безопасные условия деловой среды [1].

В основе исследования лежит детальный анализ основных лидеров рынка платформ маркетинговых симуляций. Для формирования объективной картины были изучены решения *Markstrat* (*StratX*), *Cesim* и *Simbound*. Параллельно с этим был проведен анализ локальных российских разработок и образовательных систем. Важным аспектом методологии стала оценка соответствия исследуемых программных продуктов актуальному законодательству Российской Федерации.

Европейский рынок бизнес-симуляций консолидирован вокруг нескольких крупных провайдеров, каждый из которых предлагает уникальную методологию и специализацию.

Markstrat (StratX Simulations): Эталон стратегического маркетинга. Считается золотым стандартом в обучении стратегическому маркетингу. Созданная более 40 лет назад профессором *INSEAD* Жан-Клодом Ларреше, эта симуляция имеет глубокие академические корни и применяется в ведущих бизнес-школах по всему миру [2].

Cesim: Финская компания *Cesim* предлагает широчайшую линейку симуляторов, охватывающих маркетинг, общий менеджмент, стратегию, банковское дело¹.

Simbound: Эта платформа позволяет студентам настраивать виртуальные веб-сайты, проводить *email*-рассылки, выстраивать коммуникации в социальных сетях и управлять партнерским маркетингом².

Важным выводом проведенного исследования является то, что на текущий момент (апрель 2026 г.) на российском ИТ-рынке не обнаружено полных функциональных аналогов комплексным западным бизнес-симуляторам (таким как *Markstrat* или *Cesim*), охватывающим весь спектр стратегического многопериодного маркетингового управления. Процесс импортозамещения в данном сегменте имеет фрагментарный характер.

Критическим фактором стало ужесточение нормативно-правовой базы в сфере информационных технологий. В соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных», операторы обязаны обеспечивать хранение и обработку персональных данных российских пользователей с использованием баз данных, физически расположенных на территории РФ. Российское программное обеспечение имеет системное преимущество за счет архитектурной адаптации под требования регуляторов, а регистрация

¹ *CESIM*. URL: <https://www.cesim.com/> (дата обращения: 16.04.2026).

² *SIMBOUND*. URL: <https://simbound.com/> (дата обращения: 16.04.2026).

в реестре Минцифры РФ официально подтверждает их надежность и юридической безопасности для учебных заведений.

Библиографический список

1. *Капустина Л. М., Худякова Т. С.* Роль бизнес-симуляции Markstrat в развитии практических навыков специалистов по маркетингу // Качество продукции, технологий и образования: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Магнитогорск, 30 марта 2018 г.). Магнитогорск: МГТУ имени Г. И. Носова, 2018. С. 257–262.

2. *Grădinaru C., Toma S.-G., Catană Ș.-A.* Marketing Simulations in Education: A Brief Overview for the Markstrat Simulator // "Ovidius" University Annals, Economic Sciences Series. 2021. Vol. XXI, Issue 2. P. 737–742.

Научный руководитель: *Т. С. Худякова*,
кандидат экономических наук, доцент

Направление 2. Бизнес-анализ деятельности организаций в конкурентной среде

А. А. Агафонов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Развитие экспортного потенциала компании как фактор повышения конкурентоспособности региона

Аннотация. В статье рассматривается экспортный потенциал компании как значимый фактор повышения конкурентоспособности региона. Обосновывается, что расширение экспортной активности предприятия оказывает влияние не только на его собственные экономические результаты, но и на параметры регионального развития, включая инвестиционную привлекательность, занятость, налоговую устойчивость и качество внешнеэкономических связей. Сделан вывод о том, что развитие экспортного потенциала компании требует сочетания внутренних управленческих решений и благоприятной внешней институциональной среды.

Ключевые слова: экспортный потенциал; компания; конкурентоспособность региона; внешнеэкономическая деятельность; региональное развитие.

В современных экономических условиях внешнеэкономическая деятельность предприятий все чаще рассматривается как один из инструментов укрепления устойчивости региональной экономики. Выход компании на внешние рынки расширяет каналы реализации продукции, снижает зависимость от ограничений внутреннего спроса и стимулирует повышение требований к качеству, логистике и системе управления [4].

Содержательно экспортный потенциал компании включает несколько взаимосвязанных элементов. Прежде всего, речь идет о производственной базе, определяющей возможность выпуска продукции необходимого качества и в требуемом объеме. Существенную роль играет финансовая устойчивость предприятия, поскольку экспорт связан с дополнительными затратами на сертификацию, продвижение, логистику и страхование рисков. Не менее важны маркетинговые и управленческие компетенции, обеспечивающие выбор целевых рынков, адаптацию продукта и организацию эффективной внешнеэкономической стратегии [3].

На формирование экспортного потенциала компании воздействуют как внутренние, так и внешние факторы. К внутренним факторам можно отнести технологический уровень производства, степень обновления основных фондов, качество менеджмента, квалификацию персонала и способность предприятия к инновациям [3]. Внешние

факторы включают институциональные условия ведения внешнеэкономической деятельности, санкционные ограничения, меры государственной поддержки и состояние региональной инфраструктуры [1].

Представляется, что развитие экспортного потенциала компании должно опираться на несколько направлений. Во-первых, предприятию необходимо повышать конкурентоспособность продукции за счет технологического обновления, совершенствования системы качества и адаптации товаров к требованиям целевых рынков [4]. Во-вторых, требуется формирование более гибкой экспортной стратегии, основанной на анализе спроса, выборе приоритетных направлений поставок и оценке внешних рисков [3]. В-третьих, важным условием выступает развитие кадровых компетенций в сфере международного маркетинга, логистики и сопровождения экспортных контрактов. На региональном уровне значимым остается расширение инфраструктуры поддержки экспорта, консультационного сопровождения и мер стимулирования внешнеэкономической активности бизнеса [2].

Таким образом, развитие экспортного потенциала компании выступает существенным фактором повышения конкурентоспособности региона. Укрепление позиций предприятий на внешних рынках способствует росту их собственной эффективности и одновременно создает предпосылки для устойчивого социально-экономического развития территории [2]. Следовательно, результативность экспортной деятельности компании должна рассматриваться не только как корпоративный показатель, но и как важный элемент региональной конкурентоспособности.

Библиографический список

1. *Гамиловская А. А.* Оценка экспортных возможностей субъектов малого и среднего предпринимательства России // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2025. № 6. С. 39–48.
2. *Кутенина И. А.* Внешнеэкономический потенциал и его влияние на устойчивость экономики региона // Научные труды Вольного экономического общества России. 2022. Т. 237, № 5. С. 184–201.
3. *Никольский Я. С.* Экспортный потенциал агропромышленного комплекса Новосибирской области: перспективы и возможности развития // Сибирская финансовая школа. 2024. № 2 (154). С. 98–103.
4. *Рожкова Д. В., Куликова И. В.* Экспортный потенциал региона в условиях санкционных ограничений (на материалах Алтайского края) // Экономические отношения. 2023. Т. 13, № 1. С. 203–216.

Научный руководитель: *Д. М. Простова*,
кандидат экономических наук

Повышение конкурентоспособности предприятия оптовой торговли автомобильными запчастями в условиях импортозамещения

Аннотация. Проведена диагностика конкурентоспособности ООО «Автографф», предложены возможные экономически обоснованные мероприятия по адаптации компании к российским реалиям на рынке оптовой торговли автомобильными деталями: диверсификация поставщиков, цифровизация продаж.

Ключевые слова: конкурентоспособность; оптовая торговля; автозапчасти; импортозамещение; TOWS-анализ; цифровизация; B2B-портал; 1С-Битрикс.

Российский рынок оптовой торговли автомобильными деталями переживает структурную перестройку, вызванную санкционным давлением, уходом международных производителей с российского рынка и разрывом устоявшихся логистических цепочек. Согласно отраслевым исследованиям, доля китайских автомобилей на российском рынке достигла 53 %, отечественных брендов — 29 % [1]. Это кардинально изменило структуру спроса на запасные части к автомобилям. В новых условиях оценка конкурентных позиций и разработка адаптационных стратегий становятся критическими факторами устойчивости компаний [2].

В ходе исследования проведена диагностика конкурентоспособности ООО «Автографф»: анализ финансовой деятельности компании, диагностика конкурентной среды. Результаты анализа позволили сформулировать цель компании — улучшение конкурентной позиции на российском рынке на основе стратегических мероприятий развития.

Проведенный анализ финансовой деятельности ООО «Автографф» (см. таблицу) выявил ряд существенных проблем:

- низкий коэффициент автономии компании (0,036 при нормативе 0,5);
- критическую долю заемных средств, достигшую 96,4 % при нормативе не более 50 %;
- низкую эффективность использования активов (0,87 % при нормативе 5 %).

В рамках исследования была проведена диагностика конкурентной среды ООО «Автографф» с применением метода TOWS-анализа, позволяющая выявить сильные стороны компании: цифровизация продаж, партнерство с поставщиками из Китая, оперативное реагирование на изменяющийся спрос на рынке и изменения законодательства. Слабыми

сторонами компании являются: высокая конкуренция с маркетплейсами, рост издержек, недостаточная диверсификация продаж.

Ключевые финансовые показатели ООО «Автографф» за 2024 г.

Показатель	Значение показателя компании	Нормативное значение	Характеристика показателя компании
Коэффициент автономии	0,036	$\geq 0,5$	Критическая зависимость от заемных средств
Коэффициент текущей ликвидности	1,04	$\geq 2,0$	Риск кассовых разрывов
Доля заемного капитала	96,4 %	≤ 50 %	Экстремально высокий финансовый леверидж
Рентабельность активов (ROA)	0,87 %	> 5 %	Низкая эффективность использования активов
Оборачиваемость запасов	0,82 раз	Инд.	Замедление оборота, наличие неликвидов

Составлено по: Данные бухгалтерской отчетности ООО «Автографф» за 2024 г.

На основе проведенного анализа и с учетом особенностей ведения бизнеса в РФ (санкционные риски, политика импортозамещения, предпочтения клиентов), предложены следующие мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности ООО «Автографф» на рынке:

1. диверсификация поставщиков и снижение валютных рисков – заключение договоров с локализованными производителями («АвтоВАЗ», «Соллерс») и поставщиками из ЕАЭС (Республика Беларусь); сокращение доли прямого импорта из Китая с 60 до 40 % к 2027 г.; расширение ассортимента товаров за счет продаж запасных частей для электромобилей, учитывая рост сегмента рынка с 3 до 12 % за 2020–2023 гг. [3]. Мероприятие позволит снизить зависимость от валютных колебаний и повысить валовую маржу на 3–5 % за счет работы с локальными производителями (отсутствие таможенных и логистических издержек, характерных для импорта);

2. внедрение B2B-портала на базе «1С-Битрикс» — внедрение персонализированного B2B-портала на платформе «1С-Битрикс» с полной интеграцией в учетную систему 1С, что позволит создать личный кабинет клиента с отображением персональных цен и остатков в реальном времени (снижение нагрузки на менеджеров); автоматизировать выгрузки

счетов и закрывающих документов в системы ЭДО (интеграция с операторами «Диадок», «Контур.Экстерн»); внедрить функционал быстрого заказа в один клик. Указанные мероприятия позволят снизить дебиторскую задолженность за счет автоматизации напоминаний и контроля оплат, увеличить лояльность клиентов за счет удобства сервиса, соответствовать требованиям к цифровизации для участия в тендерах и закупках для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.

Таким образом, реализация данных мер позволит компании укрепить конкурентные позиции, повысить финансовую устойчивость и адаптироваться к работе в условиях новой рыночной реальности.

Библиографический список

1. Батагов В. А., Устаев Р. М., Макарьева В. Ю. Современные проблемы рынка автотранспортных услуг в РФ: анализ и перспективы роста // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2023. № 3 (96). С. 27–34.
2. Иванов Г. Г., Зверева А. О. Технологичность операционной деятельности в торговле // Финансовый бизнес. 2024. № 10 (256). С. 27–31.
3. Чупахин В. В., Зияидиева К. Р. Анализ структуры рынка легковых автомобилей в России // Общество. Наука. Инновации (НПК-2024): сб. материалов XXIV Всерос. (нац.) науч.-практ. конф.: в 2 т. (Киров, 23–25 апреля 2024 г.). Киров: ВятГУ, 2024. Т. 1. С. 928–931.

Научный руководитель: *М. А. Анисимова*,
кандидат экономических наук, доцент

С. И. Брачун

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Противоречие между рыночным лидерством и уровнем экономической безопасности телекоммуникационного предприятия (на примере ПАО «Вымпелком»)

Аннотация. В статье рассматривается уровень экономической безопасности предприятия сферы телекоммуникаций на примере одного из 4 федеральных операторов, а именно компании ПАО «ВымпелКом». Выявлено противоречие между устойчивыми рыночными позициями предприятия и низким уровнем экономической безопасности. А также предложены направления повышения устойчивости предприятия

Ключевые слова: экономическая безопасность; телекоммуникации; финансовая устойчивость; ВымпелКом.

В современных условиях цифровизации экономики и общества компании сферы телекоммуникаций формируют инфраструктурную

основу цифровой экономики. При этом как показывает практика устойчивые рыночные позиции предприятия не всегда свидетельствуют о высоком уровне его экономической безопасности.

Объектом исследования является ПАО «ВымпелКом». Для оценки уровня экономической безопасности использован комплексный подход

Для оценки ликвидности был применен метод комплексной оценки показателей¹ (см. таблицу).

Оценочная шкала определения типа состояния ликвидности предприятия за 2020–2024 гг.

2020	2021	2022	2023	2024
A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1	A1 < П1
A2 > П2	A2 > П2	A2 < П2	A2 < П2	A2 < П2
A3 < П3	A3 < П3	A3 < П3	A3 < П3	A3 < П3
A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4	A4 > П4

Составлено по: Центр раскрытия корпоративной информации. URL: <https://e-disclosure.ru> (дата обращения: 01.02.2026).

Таким образом, предприятие на протяжении всего анализируемого периода имеет кризисную ликвидность, что является опасным состоянием для экономической безопасности предприятия.

По сути своей если оценивать стандартными финансовыми критериями, то компания является кризисной с высокой вероятностью банкротства. Так как сразу в нескольких категориях организация не может покрыть своими активами собственные обязательства.

Данный парадокс объясняется простым особенностью сферы. Телекоммуникационное предприятие в отличие от многих других сфер не требует огромного количества основных фондов, которые могут изнашиваться и выходит из строя. Более того часть обязательств — это стоимость по оказанию организациям услуг связи, которые покрываются оказанием данных услуг и не влекут опасности невыполнения обязательств.

Несмотря на это контроль за экономической безопасностью должен быть одним из приоритетов предприятия. Так как данная стратегия может быть уязвима к определенным кризисам, влекущие снижение покупательной способности. В таком случае компания не сможет покрыть собственные затраты и обязательства. Что приведет к банкротству и закрытию компании.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

¹ Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2010. 177 с.

Бизнес-анализ как инструмент повышения конкурентоспособности организации: системно-целостный подход

Аннотация. Рассмотрен соответствующий понятийный аппарат, выделены основные инструменты и методы бизнес-анализа. Отмечена необходимость использования применяемого в процессе бизнес-анализа инструментария в целях обеспечения устойчивого функционирования организации в конкурентной среде.

Ключевые слова: бизнес-анализ; конкурентоспособность; инструмент; организация; конкурентная среда.

Представление бизнес-анализа в качестве инструмента повышения конкурентоспособности организации, независимо от осуществляемого вида экономической деятельности, объективно и первоначально влечет за собой рассмотрение соответствующего понятийного аппарата исследования. Несмотря на то, что такие понятия как «бизнес-анализ», «конкурентоспособность», «инструмент», «организация», «конкурентная среда» и ряд других¹, используемых автором в данной статье, являются достаточно широко изученными, видится необходимость определенного уточнения некоторых из них и авторской интерпретации с позиции системно-целостного подхода к познанию явлений.

Под бизнес-анализом будем понимать не только изучение тех или иных сторон деятельности организации, тех или иных направлений с использованием соответствующих показателей, не только возможность формулирования соответствующих выводов и предположений о возможном будущем экономическом положении или финансовом состоянии хозяйствующего субъекта, но и инструмент оценки и повышения конкурентоспособности [2, с. 156] исследуемой (анализируемой) организации. По мнению автора, данный подход может быть использован и в целях повышения экономической эффективности деятельности практически любой организации (например, в сфере розничной торговли), в том числе с позиции внедрения и применения современных цифровых технологий [1, с. 9]. Такой подход позволяет проводить не только качественный анализ конкурентной среды², но и избирать

¹ Базовые понятия бизнес-анализа и применение их в работе // Хабр. URL: <https://habr.com/ru/articles/933552/> (дата обращения: 03.04.2026)

² Анализ конкурентной среды: основные этапы и методы // VVS. URL: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/analiz-konkurentnoy-sredy/ (дата обращения: 01.02.2026).

наиболее эффективные и рациональные методы, формировать научно обоснованные этапы его проведения¹.

Термин «инструмент» применяется, как правило, в техническом аспекте, однако находит достаточно широкое применение и в экономике. Так, с технической точки зрения под инструментом принято понимать некое орудие труда или приспособление, используемое для выполнения тех или иных работ. В экономике под этим термином обычно понимают совокупность методов или средств, которые используются для достижения тех или иных целей в сфере экономики. Таким образом, в нашем случае под инструментом следует понимать определенные методы, средства, приемы, используемые в целях повышения конкурентоспособности организации, что следует и из названия данной статьи.

Исходя из вышеизложенного, следует предварительно выделить тезис о необходимости использования применяемого в процессе бизнес-анализа инструментария для обеспечения устойчивого функционирования организации в конкурентной среде. Под функционированием автор понимает сохранение объектом (например, предприятием) базовых характеристик, как количественных, так и качественных, его сущностных параметров, определяющих и поддерживающих целостность системы (объекта, предприятия) в целом. Рассуждая аналогичным образом далее, мы можем трансформировать понятие «повышение конкурентоспособности» в термин «развитие», под которым следует понимать приобретение объектом (предприятием) новых, положительных качеств, свойств, характеристик, укрепляющих положение (экономическое положение, финансовое состояние) в условиях изменяющейся окружающей (конкурентной) среды. Данный тезис, с позиции системно-целостного познания явлений, свидетельствует о необходимости комплексного подхода к решению проблемы повышения конкурентоспособности, к множественности воздействующих факторов, определяющих конечную ситуацию – экономических, финансовых, организационных, политических и иных, как внешних, так и внутренних, как постоянных, так и переменных, как статических, так и динамических, как прямых, так и косвенных, как главных, так и второстепенных, выявление которых, с той или иной степенью полноты, выявляется с помощью бизнес-анализа (а также и конкурентного анализа²), который и рассматривался автором изначально в качестве инструмента оценки и повышения конкурентоспособности организации.

¹ Конкурентный анализ: методы, этапы проведения // Adventum. URL: <https://www.adventum.ru/blog/article/konkurentnyj-analiz> (дата обращения: 13.03.2026).

² Там же.

Библиографический список

1. *Анисимов А. Л.* Экономическая эффективность розничной торговли с позиции внедрения цифровых технологий // Современные инновации социально-экономических систем: материалы V Науч.-практ. конф. с междунар. участием, (Саратов, 17 марта 2025 г.). Саратов: Амирит, 2025. С. 6–9.
2. *Сучкова Е. А., Харламова И. Ю.* Методы оценки конкурентоспособности организации // Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 156–159.

Научный руководитель: *А. Л. Анисимов*,
кандидат экономических наук, доцент

Н. Д. Ермолаева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Роль бизнес-анализа деятельности организации в контексте трансформации региональной политики

Аннотация. В статье рассматриваются особенности использования инструментов бизнес-анализа не только в контексте повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, но и в контексте формирования приоритетов региональной политики как основной источник качественных изменений бизнес-процессов с учетом государственных приоритетов развития.

Ключевые слова: бизнес-анализ; региональная политика; конкурентоспособность.

В условиях быстрого изменения современных принципов экономических отношений бизнес-анализ становится важным инструментом для организации, которая стремится адаптироваться к новым реалиям. На фоне глобальных изменений происходит и смена приоритетов развития отдельных отраслей на региональном уровне. При трансформации региональной политики организации сталкиваются с необходимостью эффективно реагировать на изменения в законодательстве, экономических условиях и социальных ожиданиях, что требует быстрой и объективной оценки текущих возможностей самой организации.

Бизнес-анализ позволяет выявить потребности организации и обосновать выбор стратегии, которая сможет привести к положительным изменениям. Основная задача бизнес-анализа заключается в том, чтобы сделать возможным проведение изменений, приносящих пользу не только самой организации, но и региону, где она ведет свою деятельность. Понимание бизнес-анализа как компонента оценки исключительно в аспекте оптимизации отдельных бизнес-процессов уходит в прошлое и на современном этапе этот инструмент имеет более широкое применение: от оптимизации организационной структуры

отдельного предприятия до создание новых стратегических планов развития целого макрорегиона.

Трансформация региональной политики часто связана с изменениями в законодательстве, что требует гибкости процессов с учетом правовых инноваций. Бизнес-анализ позволяет организациям выявлять ключевые изменения, оценивать влияние этих изменений на свою деятельность, разрабатывать стратегии адаптации. В данном случае наиболее полезным представляется использовать SWOT-анализ или PESTEL-анализ, в которых уделяется достаточно большое внимание характеристикам внешней среды и в том числе политико-правовым изменениям в ней. Деятельность организации, не соответствующая современным правовым нормам, наносит ущерб не только самой организации, но и региональным интересам в аспекте позиционирования субъекта на фоне изменения федеральной системы.

В условиях трансформации региональной политики важно, чтобы организации могли эффективно взаимодействовать с государственными структурами, что позволит понять текущие запросы со стороны государства, с одной стороны, а с другой стороны — даст возможность стать активными участниками государственных программ поддержки. Например, получать субсидии или льготы. Так, с помощью верной стратегии, построенной на результатах качественного бизнес-анализа, организация сможет более эффективно использовать свои ресурсы и привлекать внешние, согласующиеся с новыми приоритетами в контексте меняющейся региональной политики.

Регионы стремятся понимать потребности компаний, однако не все задачи, стоящие перед бизнес-сообществом, имеют конкретный характер. Бизнес-анализ позволяет перевести абстрактные задачи региональной политики (например, «импортозамещение», «цифровая зрелость», «углеродная нейтральность») в конкретные KPI и требования к операционной деятельности компаний.

Адаптация бизнес-моделей к новым регуляторным условиям при изменении региональная политика предполагает необходимость проведения разрыв-анализа и перепроектирования процессов с минимальными затратами.

Трансформация политики часто несет риски не только для отдельных фирм, но и для целых отраслевых кластеров. Бизнес-анализ на уровне ключевых организаций позволяет региональным властям управлять рисками регионального кластера, разработать сценарии устойчивости для ключевых работодателей, предотвращать каскадные сбои и заранее планировать адаптацию процессов под новые требования. Наибольшую эффективность в данном аспекте представляют такие виды анализа, как BPM, SWOT, PESTEL, Cost-Benefit Analysis.

Бизнес-анализ играет важную роль в деятельности организаций, особенно в условиях трансформации региональной политики. Он позволяет не только адаптироваться к изменениям, но и оптимизировать внутренние процессы, улучшать взаимодействие с государственными органами и эффективно использовать ресурсы. В конечном итоге, грамотный бизнес-анализ становится залогом успешного функционирования организаций в условиях постоянных изменений. Результаты верной оценки бизнес-процессов дают возможность оценить реальный мультипликативный эффект от поддержки конкретных организаций и развития отрасли. В этом случае не будет необходимости вкладывать средства в направления, риски банкротства или ухода которых с рынка можно спрогнозировать с высокой долей вероятности.

В контексте трансформации региональной политики бизнес-анализ перестает становиться двусторонним каналом стратегической коммуникации: от декларативного подхода к качественному диалогу с бизнесом.

Таким образом, роль бизнес-анализа деятельности организации в контексте трансформации региональной политики приобретает стратегическое значение, поскольку соединяет микроуровень (эффективность отдельных хозяйствующих субъектов) с макроуровнем (устойчивое развитие региона) и формирует базу для устойчивого развития государств в целом.

Научный руководитель: *С. В. Иванова*,
кандидат педагогических наук, доцент

Д. Д. Ивкина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Качественная аналитика как основа конкурентоспособности бизнеса

Аннотация. В статье качественная аналитика оценивается как ключевой стратегический актив, обеспечивающий конкурентоспособность и устойчивое развитие бизнеса через обоснованные управленческие решения. Эффективность аналитики зависит от релевантности и достоверности данных, а также зрелости организации. В условиях рыночной неопределенности успешное внедрение качественной аналитики в бизнес-процессы требует системного подхода и баланса между технологиями, процессами и компетенциями сотрудников.

Ключевые слова: аналитика; зрелость организации; управление на основе данных; системный подход.

В основе успеха любого бизнеса лежит способность выстраивать конкурентоспособные стратегии, основанные на качественной

аналитике. Это ключевой инструмент для достижения лидерства на рынке и обеспечения устойчивого развития компании. Под аналитикой понимается процесс сбора, обработки и интерпретации данных о деятельности компании с целью получения необходимой и достаточной информации для принятия обоснованных управленческих решений¹. В современных экономических условиях качество аналитики становится фундаментом конкурентоспособности и устойчивого развития предприятий, а также важным инструментом для определения уровня зрелости компании.

Качественная аналитика должна соответствовать строгим критериям, чтобы стать стратегическим активом организации. Релевантность и контекстуальность предполагают, что используемые данные отвечают на конкретные бизнес-вопросы и напрямую связаны с актуальными целями и проблемами компании, в том числе и во внешней среде. Помимо этого, важным критерием является достоверность массива оперативных данных. Решение, построенное на ошибочных данных, опаснее отсутствия решения в целом. По этой причине успешные компании инвестируют в процессы верификации данных и устранение информационных шумов. Как следствие, главной ценностью аналитической работы становится ее практическая применимость [1]. Если результаты анализа не приводят к конкретным управленческим решениям или действиям, то такая работа теряет смысл и превращается в бесполезную формальность.

Способность организации эффективно применять аналитику напрямую коррелирует с ее общим уровнем зрелости. Традиционно выделяют несколько этапов аналитической зрелости компании: начальный, стандартизированный, интегрированный и трансформационный. Вершиной эволюции считается трансформационный этап, на котором аналитика становится инструментом стратегического управления [2]. Аналитика создает конкурентный разрыв, позволяя компании предвидеть потребности клиента раньше, чем он сам их осознает. Это обеспечивает организации высокую адаптивность и возможность оперативно перестраивать бизнес-процессы в ответ на изменения внешней среды.

Переход от интуитивного управления к управлению на основе данных является сложной задачей современного менеджмента и требует системного подхода и внедрения качественной аналитики. Для

¹ *Аналитика* в бизнесе: как данные помогают принимать решения // Корпоративный университет ГГУ. URL: <https://dpo.guu.ru/blog/analitika-v-biznese-kak-dannyye-pomogayut-prinimat-resheniya> (дата обращения: 20.02.2026).

достижения зрелости компании необходимо выстроить систему, последовательно реализуя несколько взаимосвязанных шагов¹.

После стартового момента определения цели необходимо построить техническую составляющую аналитики. Сначала необходимо создать единое хранилище всех источников информации, что позволит избежать разрозненности и расхождения данных о клиентах, финансовых показателях, результатов операционных процессов. Параллельно нужно определить унифицированную терминологию, чтобы все подразделения предприятия использовали одинаковые определения ключевых показателей. Следующим шагом является внедрение аналитики в ежедневные процессы принятия решений и рутинные бизнес-операции в целом. Когда компания автоматизирует аналитические процессы и отладит принятие решений на основе данных, наступает этап непрерывного улучшения.

Успешное поэтапное внедрение аналитики становится возможным только за счет соблюдения баланса трех факторов: технологий, отлаженных процессов и компетентности сотрудников. Это превращает информацию в стратегический инструмент компании и способствует ее устойчивому развитию в условиях рыночной неопределенности.

Резюмируя, отметим, что в системе современного менеджмента качественная аналитика является уже не просто вспомогательной функцией, а стратегическим активом компании, от которого зависит жизнеспособность бизнеса в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Дьяконова Я. К. Продвинутая бизнес-аналитика как цифровой тренд трансформации бизнеса // *Фундаментальные и прикладные исследования в сфере естествознания и технических наук: гипотезы, идеи, результаты: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 26 июня 2020 г.).* Белгород: АПНИ, 2020. С. 41–44.

2. Каранец С. М. Модели зрелости управления проектами // *Бюллетень инновационных технологий.* 2024. Т. 8, № 2 (30). С. 30–35.

Научный руководитель: *И. В. Агафонова*,
кандидат философских наук

¹ *Аналитика в бизнесе: как данные помогают принимать решения* // Корпоративный университет ГГУ. URL: <https://dpo.guu.ru/blog/analitika-v-biznese-kak-dannyye-pomogayut-prinimat-resheniya> (дата обращения: 20.02.2026).

SWOT-анализ как метод стратегического планирования в контексте определения конкурентоспособности

Аннотация. В статье рассматривается потенциал использования SWOT-анализа в аспекте определения конкурентоспособности организации, устанавливаются сильные и слабые стороны применения получаемых результатов и оценивается возможность опоры на качественные показатели относительно развития субъекта в контексте региональной политики.

Ключевые слова: SWOT-анализ; стратегическое планирование; конкурентоспособность; региональные особенности бизнес-процессов.

SWOT-анализ как метод стратегического планирования является достаточно распространенным инструментом, который позволяет определить возможные пути развития организации и снизить потенциальные риски при достижении желаемых показателей. Подход на основе деления внутренних и внешних факторов на категории и их градации позволяет сравнивать между собой разные показатели и выбирать такую стратегию, которая будет способствовать достижению поставленной перед организацией цели. Данный вид анализа позволяет определить внутренние преимущества, а также недостатки и ограничения, которые мешают развитию бизнес-процессов. В рамках использования данного метода появляется возможность сравнивать игроков на рынке, оценивать внешние факторы среды, которые можно использовать для роста или, наоборот, выявлять угрозы, которые могут навредить бизнесу. Относительная простота использования метода позволяет широко включать его в линейку инструментов по оценке конкурентоспособности, однако его применение на практике показывает весьма неоднозначные результаты.

С одной стороны, SWOT-анализ, безусловно, является проверенным и действенным способом выявления уникальные преимущества, устранения уязвимости и разработки стратегию, опираясь на рыночные возможности и угрозы. Например, в контексте анализа характеристик организации объективно можно выделить внутренние недостатки компании, снижающие ее конкурентоспособность, такие как использование устаревшего оборудования, нехватка кадров нужной квалификации, некачественно организованная логистика. Данные показатели являются достаточно измеримыми и верифицируемыми. Так, если на имеющемся оборудовании не представляется выполнять необходимые операции, требующиеся для работы производства, то данный показатель вряд ли можно отнести к субъективной оценке. Если на предприятии требуется 15 специалистов с определенным уровнем квалификации, а их 5, то тоже сложно поспорить с тем, что это установленный факт, влияющий

на эффективность работы предприятия. При этом получаемые данные могут быть экстраполированы с конкретного объекта на широкий круг смежных объектов и быть положены в основу оценки целого рыночного сегмента, что важно для определения стратегии развития региона с учетом определения конкурентоспособных игроков.

Наглядность результатов также указывает на возможность использования их в качестве компонента комплексного анализа деятельности организации в условиях оценки вектора развития всего региона. Выбираемые показатели оценки деятельности организации, которые позволяют ранжировать исследуемые факторы, дают возможность сформировать целостное видение ситуации не только в условиях развития отдельной компании, но и в целом оценить уровень развития отрасли в регионе при необходимости. Использование данных предполагает гибкость оценок с учетом масштабов исследуемого объекта. Показатели, получаемые при использовании SWOT-анализа, дают возможность адекватно сформировать стратегию в контексте развития различных территорий: от аграрных до индустриальных, от муниципалитета до региона. В результате появляется возможность координировать распределение внутренних ресурсов с учетом внешних условий в процессе реализации стратегии. Так, общие стратегические задачи могут быть скорректированы с учетом конкретных направлений развития в регионе.

С другой стороны, выводы, которые можно получить при SWOT-анализе, без должного опыта субъекта, проводящего их оценку, будут носить субъективный характер, что может привести к отсутствию в дальнейшем конкретных решений. Одни и те же факторы разными экспертами могут быть отнесены как к сильным сторонам, так и к слабым, а меняющаяся реальность вносит дополнительные коррективы. Использование данного метода должно быть основано на понимании того факта, что динамика изменений может быть учтена только при обновлении данных. Для качественного результата требуется учитывать специфические особенности территории как социально-экономической системы. Использование изолировано данного метода может дать неверный результат и привести к снижению конкурентоспособности.

Таким образом, SWOT-анализ как метод стратегического планирования является эффективным инструментом при должном его применении и верной оценке полученных результатов. В контексте определения конкурентоспособности организации данный метод имеет большой потенциал и дает возможности учитывать не только внутренние факторы, но и внешние условия, которые в различных регионах имеют разные характеристики. Оценка сильных и слабых сторон организации не представляется эффективной без учета специфики региона, где она функционирует. Возможность опоры на качественные показатели

относительно развития субъекта в контексте региональной политики повышает эффективность использования метода и его значимость в рамках масштабирования получаемых результатов. SWOT-анализ представляет собой качественный инструмент оценки конкурентоспособности организации при условии профессионального подхода к интегрированию полученных результатов в стратегию развития участника хозяйственных отношений.

Научный руководитель: *С. В. Иванова*,
кандидат педагогических наук, доцент

К. Б. Клепизонова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

ПАО «Уралкалий» в условиях конкурентной среды

Аннотация. В статье приведена информация о деятельности ПАО «Уралкалий» в современных экономических условиях. Проведена оценка сильных и слабых сторон организации. Сформулированы предложения по повышению уровня ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: ПАО «Уралкалий»; калийные удобрения; конкурентная среда; анализ деятельности; конкурентоспособность.

ПАО «Уралкалий» (в составе группы «Уралхим») — выступает одним из значимых мировых игроков на рынке производства и экспорта калийных удобрений. Основные производственные мощности компании расположены в городах Березники и Соликамск Пермского края¹. Компания имеет мощности для производства 13 млн тонн хлористого калия в год. Активы организации включают: 5 рудников, 6 калийных и одну карналлитовую фабрику. Крупнейшими активами организации являются обогатительные фабрики «Соликамск 3» и «Березники 4».

На национальном российском рынке компания осуществляет поставки продукции аграрному сектору, производителям сложных минеральных удобрений и промышленным предприятиям. Объемы производства продукции компании имеют тенденцию роста (рис. 1). Это говорит о высокой востребованности производимых минеральных удобрений. По результатам работы за 2025 г. выручка компании выросла на 18,73 % по сравнению с предыдущим годом и составила 300,72 млрд р.² На рост объемов продаж повлиял контракт с Китаем на поставку хлористого калия по цене 346 долл./т до конца 2025 г.

¹ Стримовская А. В., Рюмкина К. А., Преснякова О. Н. Переход к устойчивым цепям поставок: (на примере ПАО «Уралкалий») // *π-Economy*. 2024. Т. 17, № 6. С. 79–93.

² *Cbonds*. URL: <https://cbonds.ru/news/> (дата обращения: 17.04.2026).

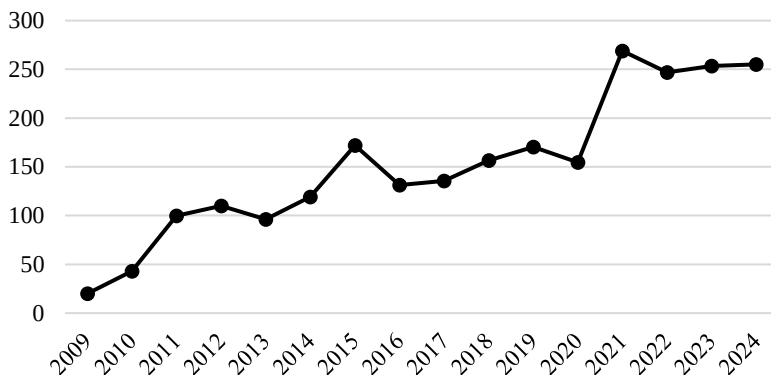


Рис. 1. Динамика выручки ПАО «Уралкалий» за 2009–2024 гг., млрд р.¹

Вместе с тем, следует отметить нестабильность доходности данного бизнеса. Динамика чистой прибыли организации имеет скачкообразный характер с убыточностью в отдельные годы (рис. 2). По данным агентства *Cbonds*, в 2025 г. чистая прибыль по РСБУ составила 118,43 млрд р. для улучшения экономического положения ПАО «Уралкалий» зарегистрировал на Московской бирже бессрочную программу биржевых облигаций серии 002P на 200 млрд р. Полученные от продажи облигаций средства компания предполагает вложить в развитие добывающих мощностей и грануляции.

Продукция ПАО «Уралкалий» поставляется на экспорт более чем в 60 стран мира. Основными направлениями экспорта выступают Китай, Индия, государства Латинской Америки и Юго-Восточной Азии. В 2024 г. доля экспорта в общем объеме продаж составила 78 %.

Основными конкурентами ПАО «Уралкалий» выступают ООО «Еврохим» и ООО «УЗПМ». При этом Уралкалий сохраняет доминирующую позицию на рынке калийных удобрений, генерируя почти две трети (65,64 %) от всей совокупности выручки перечисленных организаций. Вторую по величине долю с 30,14 % занимает «Еврохим». Остальные игроки рынка занимают значительно меньшие позиции. В связи с тем, что «Уралкалий» является одним из лидеров среди мировых экспортеров калийных удобрений, это дает возможность предлагать самые выгодные условия поставок своей продукции потребителям. К сильным сторонам компании «Уралкалий» можно отнести

¹ Составлено по: Отчетность организации ПАО «Уралкалий» // List-Org. URL: <https://www.list-org.com/company/1978/report> (дата обращения: 17.04.2026).

лидерство в отрасли, развитую инфраструктуру и высокое качество продукции. Что касается слабых сторон, из них можно выделить: зависимость от экспортных рынков и высокие транспортные издержки. Чтобы улучшить конкурентоспособность компании можно предложить: разработку новых удобрений на основе калия, расширение ассортимента, внедрение современных технологий добычи и переработки, а также инвестирование в обучение сотрудников для повышения их квалификации.

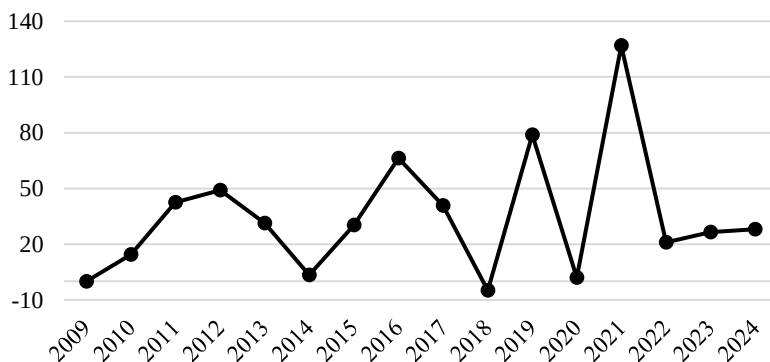


Рис. 2. Динамика чистой прибыли ПАО «Уралкалий» за 2009–2024 гг., млрд р.¹

Таким образом, оценка деятельности показывает, что компания обладает преимуществом, как в масштабах производства, так и в развитой системе сбыта. Успех компании будет зависеть от способности построить устойчивую логистику. Прочность позиций «Уралкалия» будет определяться не только богатством недр, но способностью адаптироваться к новым вызовам, включая геополитические риски и меняющиеся потребности мирового аграрного сектора.

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

¹ Составлено по: Отчетность организации ПАО «Уралкалий» // List-Org. URL: <https://www.list-org.com/company/1978/report> (дата обращения: 17.04.2026).

Бизнес-анализ как инструмент повышения конкурентоспособности региона

Аннотация. В статье рассматривается потенциал использования бизнес-анализа как инструмента повышения конкурентоспособности не только отдельной организации, но и целого региона, эффективное управление деятельностью которого формирует условия для устойчивого развития как отдельных отраслей, так и всего регионального кластера.

Ключевые слова: бизнес-анализ; конкурентоспособность; региональная политика; региональный кластер.

В условиях современной экономики регионы все чаще сталкиваются с необходимостью активно развиваться, привлекая инвестиции, таланты и реализуя новые проекты. Одним из ключевых инструментов, позволяющих региону повысить свою конкурентоспособность, становится бизнес-анализ. Бизнес-анализ в данном контексте рассматривается не просто как внутрикорпоративная функция, направленная на оптимизацию отдельно взятых процессов в организации для повышения ее конкурентоспособности, а как методология управления региональными активами. Это инструмент, позволяющий превратить сырьевые, трудовые и инфраструктурные ресурсы в конкурентные преимущества за счет принятия обоснованных, количественно выверенных решений. Это системный подход к изучению и оптимизации бизнес-процессов, который способен дать региону эффективно развиваться в меняющихся условиях.

С одной стороны, бизнес-анализ представляет собой комплекс методов и инструментов для выявления потребностей бизнеса, и поиска оптимальных решений для его развития. С другой стороны — это анализа, объектом которого может выступать целая экономическая экосистема: отрасли, кластеры, инфраструктура, инвестиционный климат и даже социальные факторы.

Использование инструментов бизнес-анализа на региональном уровне позволяет: выявлять перспективные ниши для развития, анализировать сильные и слабые стороны территориального развития и формировать стратегию их развития, оптимизировать взаимодействие власти, бизнеса и общества, повышать эффективность использования бюджетных средств и привлечения потенциальных инвесторов. Стоит отметить, что эффективное управление отдельными направлениями бизнес-процессов формирует устойчивое развитие регионального кластера, создает условия для более эффективного управления региональным потенциалом.

Снижение транзакционных издержек является условием повышения функциональной эффективности региона. Сбор и приоритизация требований крупного, малого и среднего бизнеса позволяет сформировать комфортную бизнес-среду, а, следовательно, повысить привлекательность региона. С помощью бизнес-анализа региональные власти могут объективно оценить, насколько условия в регионе привлекательны для инвесторов. В этом аспекте также выходят на первый план реинжиниринг госуслуг, управление требованиями стейкхолдеров, снижение административных барьеров, что требует качественной оценки экономических показателей разного уровня. Для развития бизнеса в регионе важно понимать реальные проблемы предпринимателей и искать действенные решения. Бизнес-анализ позволяет выявить «узкие места»: сложности с кредитованием, нехватку кадров, проблемы с выходом на новые рынки. На основе этих данных разрабатываются программы поддержки, которые точно работают без лишних затрат с максимальной отдачей для оптимизации процессов.

В современных условиях особое значение для развития региона имеет качественное формирование отраслевых стратегий. Бизнес-анализ помогает определить, какие отрасли экономики региона имеют наибольший потенциал. Например, анализ цепочек создания стоимости в сельском хозяйстве может показать, что региону выгоднее развивать не только производство сырья, но и переработку, логистику и экспорт. Это позволяет создавать кластеры и поддерживать именно те направления, которые принесут максимальный эффект.

Качественный бизнес-анализ текущих процессов в регионе выступает залогом социальной стабильности. А именно: повышение инвестиционной привлекательности, повышает интерес к региону, привлекая новых внешних и внутренних инвесторов, создающих рабочие места и снижающих, тем самым социальные риски.

Наиболее эффективно можно использовать анализ безубыточности кластеров при определении критической массы участников, обеспечивающих привлекательность региона для якорного инвестора. Либо использовать потенциал SWOT-анализа в разрезе отраслей. Этот инструмент показал весьма положительные результаты при превращении вводящихся санкций в конкурентные возможности отдельных регионов.

Важно заметить, что конкурентоспособный регион должен быстро адаптироваться к кризисам, что возможно только при эффективном использовании инструментов предиктивной аналитики. В данном разрезе можно выделить стресс-тестирование отраслей для определения текущего потенциала и имеющихся перспективных возможностей.

Бизнес-анализ долгое время рассматривался как инструмент оптимизации процессов в отдельных организациях, но бизнес-процессы мультипликативны. Инструменты, которые используются при оценке конкурентоспособности предприятия, вполне могут быть масштабированы на целый регион, обеспечив мощный управленческий инструмент, формирующий базу для принятия взвешенных, обоснованных решений с реальными позитивными результатами. В рамках стратегического планирования и оперативного управления инструменты бизнес-анализа показывают высокую эффективность, т. к. опора на понятные и измеримые показатели дает возможность качественно оценивать результаты и строить эффективные стратегии развития как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Результатом правильного управления территориями является их устойчивое развитие и процветание. Таким образом, продуманное использование инструментов бизнес-анализа позволяет направить усилия на повышение качества жизни в регионе за счет оптимизации использования уже имеющихся в нем ресурсов.

Научный руководитель: *Н. С. Громова*,
кандидат филологических наук, доцент

Ю. В. Мазаев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Внедрение корпоративной системы управления проектами как фактор повышения эффективности предприятия

Аннотация. В статье предложена типология проектов, реализуемых на предприятии, выполнен анализ ключевых ценностей системы управления проектами в зависимости от типа проекта. Сформулированы приоритеты развития отдельных элементов корпоративной системы управления проектами с учетом специфики реализуемых проектных инициатив.

Ключевые слова: система управления; виды проектов; элементы корпоративной системы управления проектами; КСУП; PMBOK; PRINCE2; Agile.

В современных условиях проектное управление стало неотъемлемым компонентом общей системы менеджмента организации. Корпоративная система управления проектами (КСУП) представляет собой комплекс методических, организационных и информационных средств, позволяющих организовать и поддерживать процессы проектного управления в компании. Однако первичные попытки внедрения единой корпоративной методологии управления проектами нередко завершаются неудачей. Одна из главных причин этого — неадекватная адаптация

общепризнанных стандартов (таких как PMBOK, PRINCE2 или Agile) к реальным потребностям бизнеса [2, с. 58]. Зачастую жесткое следование всем предписаниям выбранного подхода вызывает значительное сопротивление со стороны персонала, не усматривающего непосредственной ценности предлагаемых процедур для решения своих повседневных задач. Для минимизации подобного сопротивления и повышения вероятности успешного внедрения КСУП необходимо прежде всего идентифицировать типы проектов, с которыми работает предприятие, и на этой основе определить приоритетные направления развития элементов КСУП [3, с. 5].

Наиболее релевантной для установления таких приоритетов представляется следующая типология проектов, сформированная с учетом подходов к классификации проектов развития организации [1, с. 23]:

1) инвестиционные проекты (запуск направлений, освоение производства). Главная ценность КСУП — контроль окупаемости: регулярная актуализация финансовых параметров и постпроектный мониторинг до возврата инвестиций;

2) операционные (тиражируемые) проекты. К ним относятся проекты, составляющие основную деятельность предприятия (проектирование, строительство, консалтинг). Для них характерна повторяемость жизненного цикла, а главная сложность — непрогнозируемая загрузка персонала и ресурсные конфликты. Ключевая ценность КСУП в данном случае — разработка типовых календарно-сетевых графиков и единого пула ресурсов [3, с. 12], что позволяет планировать загрузку и пропускную способность предприятия. Прочие элементы КСУП второстепенны;

3) организационные проекты (проекты развития). К этому типу относят проекты внутренней трансформации, в том числе ИТ-проекты, проекты по реинжинирингу бизнес-процессов и внедрению систем менеджмента. Для таких проектов характерна высокая степень неопределенности конечного результата, а временные ограничения часто носят условный характер и не подкреплены жесткими внешними обязательствами. Как следствие, содержание и границы подобных проектов склонны к частым изменениям. Ожидаемая ценность КСУП в данном случае заключается в поддержании фокуса на актуальности и достижимости целевых показателей в условиях высокой динамики требований [2, с. 62]. Успешной практикой здесь является применение гибких (Agile) подходов, в частности Scrum, обеспечивающих адаптивное планирование итерациями и прозрачный процесс управления изменениями;

4) кайдзен-проекты (проекты непрерывных улучшений). Сюда относятся малые инициативы, направленные на устранение потерь и совершенствование внутренних процессов организации. Специфика таких

проектов состоит в том, что значимый экономический эффект достигается лишь при реализации целого портфеля подобных инициатив, тогда как длительность и стоимость каждого отдельного компонента портфеля не являются критическими параметрами. Следовательно, главный фокус КСУП в данном сегменте смещается в сторону создания облегченной (lean) методологии, удобной для исполнителей, а также в сторону усиления лидерской роли проектного офиса в оценке взаимного влияния предлагаемых улучшений и их совокупного воздействия на деятельность всего предприятия.

Таким образом, успешное внедрение проектного управления предполагает ориентацию на ключевые ценности, релевантные для конкретного бизнеса. Именно такой подход способен обеспечить поддержку со стороны заинтересованных сторон, прежде всего трудового коллектива, и, как следствие, повысить вероятность успешной интеграции КСУП в управленческий контур организации [3, с. 14]. Грамотная адаптация базовой методологии к специфике реализуемых проектов способствует достижению стратегических целей, росту операционной эффективности и созданию устойчивых предпосылок для долгосрочного успеха предприятия.

Библиографический список

1. *Варназов Л. А.* Разработка типологии проектов развития организации // Экономика и социум. 2020. № 6 (73). С. 489–494.
2. *Вейнберг Р. Р., Моисеев Н. А., Сахарова С. М.* применение стандартов управления проектами в ИТ-индустрии: PRINCE2 и PMBoK // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2020. Т. 17, № 1 (109). С. 56–66.
3. *Управление проектами. Фундаментальный курс: учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др.; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной.* М.: ВШЭ, 2025. 818 с.

Научный руководитель: *Л. А. Раменская*,
кандидат экономических наук, доцент

Оценка деятельности и конкурентоспособности АО «СМАК»

Аннотация. В представленной статье анализируется конкурентоспособность акционерного общества «СМАК». В ходе работы изучаются контрагенты, конкуренты, основные показатели экономической деятельности, сильные и слабые стороны предприятия, осуществляющего деятельность в сфере хлебопекарной промышленности.

Ключевые слова: АО «СМАК»; хлебопекарная промышленность; конкурентоспособность; конкурентная среда.

Основной вид деятельности АО «СМАК» по ОКВЭД — производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения (10.71)¹.

Главными контрагентами «СМАК» по поставкам являются ПАО «СберБанк», ООО «Агентство „Налоги и финансовое право“», АО «ВТБ Регистратор», ООО «ПСК „Грин Парк“», ООО «Логин-М Промышленные Системы», ООО «СК БСУ», ООО «СЛ-групп». Контрагенты по сбыту — АО «Макфа», АО «Первый хлебокомбинат», ООО «Аврора бекери», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.», ООО «Космос-опт»².

Конкурентная среда на рынке хлебобулочных изделий в Свердловской области представлена такими организациями, как АО «Агентство по развитию рынка продовольствия»; Нижнетуринский хлебокомбинат; АО «Тагилхлеб»; ООО «Хлебушек»; ООО «Русский Хлеб». Среди конкурентов АО «СМАК» на национальном рынке можно выделить: АО «Лимак», ООО «Эвентус», ООО «МХК», ООО «Хорошие продукты», ООО «Хлебный торговый дом».

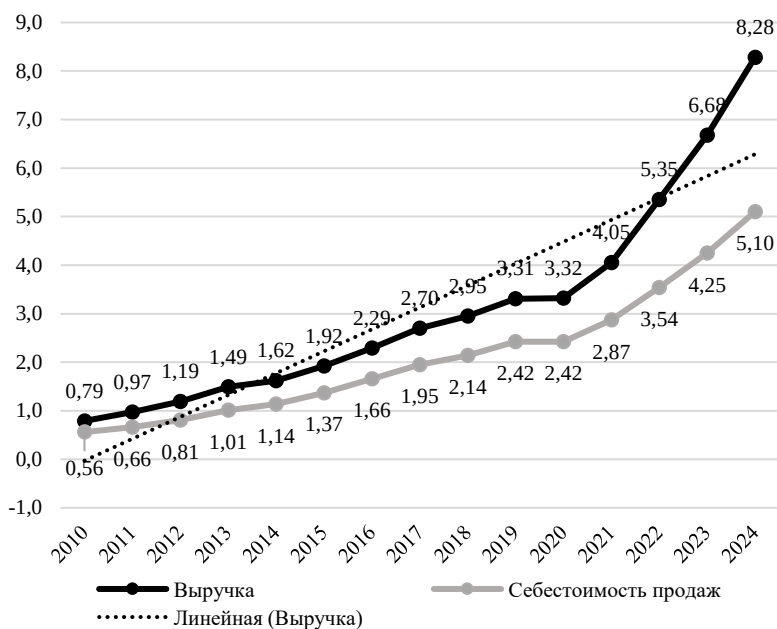
Для анализа динамики выручки и себестоимости продаж АО «СМАК» за 2010–2024 гг. используются данные о финансовой (бухгалтерской) отчетности по данным ФНС и Росстата, размещенные на сайте сервиса проверки контрагентов *List-Org* (см. рисунок).

За анализируемый период АО «СМАК» динамично развивался. Объемы продаж имеют тенденцию роста. Выручка в 2024 г. выросла по сравнению с 2010 г. в 10,48 раза. Себестоимость продаж за анализируемый период выросла в 9,12 раза. Такое отставание издержек производства в темпе роста от выручки компании говорит о том, что организация планомерно работает над оптимизацией затрат. Данный факт позволяет

¹ Организация АО «СМАК» // ListOrg. URL: <https://www.list-org.com/company/15969> (дата обращения: 03.04.2026).

² Организация АО «СМАК» // Интерфакс СПАРК. URL: <https://spark-interfax.ru/?ysclid=miboqz3537370698912> (дата обращения: 23.11.2025).

компания увеличивать валовую и чистую прибыль, то есть наращивать финансовый результат производственной деятельности.



Динамика выручки и себестоимости продаж АО «СМАК»
за 2010–2024 гг., млн р.¹

Предприятие обладает рядом сильных сторон, среди них можно выделить: вхождение в холдинг; высокое качество хлебобулочной продукции; положительная репутация предприятия; отлаженные каналы сбыта; удобное логистическое расположение; небольшой размер предприятия и отсутствие стратегического (монопольного) значения для города. Однако ряд факторов сдерживает развитие организации. Уровень загрузки производственных мощностей по макаронному производству составляет 95 %, по хлебопекарному производству — 85–90 % (при среднем значении в отрасли — 50–60 %), оборудование устаревает (предельный срок эксплуатации большинства единиц оборудования истекает через 5 лет), технический и технологический уровень отстает от современных стандартов, при производстве преобладает ручной труд; уровень рентабельности низкий (менее 15 %), расширение производства

¹ Отчетность организации АО «СМАК» // ListOrg. URL: <https://www.list-org.com/company/15969/report> (дата обращения: 03.04.2026).

ограничивается территорией и экологическими требованиями, рынок хлебобулочных изделий сокращается, конкуренция усиливается.

АО «СМАК» демонстрирует устойчивую конкурентоспособность на региональном и национальном рынке, обеспечивая стабильный рост ключевых финансовых показателей и эффективно используя свои конкурентные преимущества. При этом организации необходимо преодолеть факторы, сдерживающие развитие и эффективность.

Научный руководитель: *А. В. Курдюмов*,
кандидат экономических наук, доцент

П. Ю. Трофименкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Бизнес-анализ деятельности МБУ «Тагилгражданпроект» в конкурентной среде

Аннотация. Анализ конкурентной среды деятельности в области архитектуры. Представленная работа является обязательным явлением в конкурентной среде. Создается заключение по рейтингу доходов учреждений, где три организации — МБУ «Мастерская генерального плана», МБУ «ГЕО-ТРЕСТ», МКУ «УКС» — составляют больше половины рынка.

Ключевые слова: конкурентная среда; МБУ «Тагилгражданпроект»; деятельность в области архитектуры; доля рынка.

Конкурентная среда деятельности в области архитектуры в Свердловской области, наряду с другими регионами России, представляет собой наиболее активно развивающуюся отрасль. Аналогично другим экономическим центрам страны, Уральский федеральный округ, а в частности Свердловская область, обладает высокой концентрацией как крупных, так и небольших архитектурных бюро и индивидуальных предпринимателей.

Одним из представителей данной деятельности является Муниципальное бюджетное учреждение «Тагилгражданпроект», датой основания которого принято считать 20 июня 1951 г. В 2017 г. в Нижнем Тагиле оно было реорганизовано до названия, которое сейчас носит учреждение, на основании постановления Администрации Нижнего Тагила № 644-ПА от 20 марта 2017 г. «О реорганизации муниципального унитарного предприятия "Тагилгражданпроект"». Основным видом экономической деятельности МБУ «Тагилгражданпроект» (ОКВЭД 71.11) является деятельность в области архитектуры.

Дополнительным видом деятельности выступает аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом (68.20)¹.

В табл. 1 можно заметить, что доходы МБУ «Тагилгражданпроект» за 2024 г. увеличились на сумму 2 202,4 тыс. р., но в 2025 г. уменьшились в сумме 862,3 тыс. р., что на 1 340,1 тыс. р. меньше. Несмотря на то, что в 2025 г. появились доходы от собственности, в учреждении была большая загруженность по муниципальному заданию, и для выполнения работ по доходной деятельности не хватало специалистов.

Таблица 1

**Динамика доходов от приносящей доход деятельности
МБУ «Тагилгражданпроект» в 2020–2025 гг., тыс. р.**

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Доходы, в том числе:	5 075,3	3 340,7	805,1	3 951,9	2 202,4	862,3
– доходы от собственности	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	268,9
– доходы от оказания платных услуг (работ), компенсации затрат	6 500,4	3 725,3	1 429,3	4 999,0	2 321,5	603,3
– штрафы, пени, неустойки, возмещения ущерба	41,2	0,0	6,4	75,9	17,6	0,0
– прочие доходы	–1 466,2	–384,7	–630,6	–1 123,0	–136,7	–9,9

Составлено по: Организация МБУ «Тагилгражданпроект» // ГИС ГМУ.
URL: <https://bus.gov.ru/> (дата обращения: 19.04.2026).

Для оценки конкурентной среды деятельности в Свердловской области деятельности рассмотрим долю МБУ «Тагилгражданпроект» и его конкурентов на исследуемом рынке. Сформируем рейтинг из 10 крупнейших учреждений (табл. 2).

¹ Сетевое издание «TAGILCITY.RU». URL: <https://tagilcity.ru/news/> (дата обращения: 19.04.2026); Организация МБУ «Тагилгражданпроект» // ГИС ГМУ. URL: <https://bus.gov.ru/> (дата обращения: 19.04.2026).

**Топ-10 учреждений Свердловской области деятельности
в области архитектуры (ОКВЭД 71.11)**

Наименование учреждения	Доходы, тыс.р.	Доля учреждения на рынке, %
1. МБУ «Мастерская генерального плана»	102 300,0	54,32
2. МБУ «ГЕОТРЕСТ»	57 574,6	30,57
3. МКУ «УКС»	17 258,2	9,16
4. МКУ МО Богданович «УМЗ»	7 380,8	3,92
5. МКУ «АГБ»	2 401,6	1,28
6. МБУ «Тагилгражданпроект»	862,3	0,46
7. МБУ «Архитектура»	205,0	0,11
8. МКУ БМО СО «Отдел КС, газификации и ЖКХ»	173,6	0,09
9. МКУ «Управление КС и ЖКХ»	109,3	0,06
10. МБУ БМО СО «МЦГ» (Белоярский)	61,7	0,03
<i>Итого</i>	<i>188 327,1</i>	<i>100,00</i>

Составлено по: Организации. ОКВЭД 71.11.1 // Чекко. URL: <https://checko.ru/company/select?code=711110&page=6> (дата обращения: 19.04.2026).

Из табл. 2 видно, что больше половины рынка занимают три учреждения: МБУ «Мастерская генерального плана», МБУ «ГЕОТРЕСТ», МКУ «УКС». МБУ «Тагилгражданпроект» в то время занимает шестую позицию на рынке, значительно уступая пяти лидирующим учреждениям.

Исходя из вышеизложенного, следует сделать вывод о том, что несмотря на уменьшение доходов в 2025 г. МБУ «Тагилгражданпроект» занимает высокое положение на рынке деятельности в области архитектуры в Свердловской области. Конкурентная среда в данной сфере требует от учреждений постоянного развития и умения адаптироваться к изменениям рыночных условий.

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

Методы конкурентного анализа деятельности организации на рынке

Аннотация. В статье описаны методы конкурентного анализа, используемые для оценки деятельности организации на рынке.

Ключевые слова: SWOT-анализ; конкурентный анализ; PEST-анализ; SPACE-анализ.

На данный момент самыми популярными методами конкурентного анализа у аналитиков являются: PEST-анализ, SPACE-анализ и SWOT-анализ. Каждый из них имеет свой подход, определенные характеристики, недостатки и достоинства, которые будут рассмотрены далее в статье.

Начнем с PEST-анализа. Каждая из его четырех букв обозначает аспект, который выделяют во время анализа: *P* — политический, *E* — экономический, *S* — социальный, *T* — технологический¹.

Для его проведения необходимо сделать следующие действия:

- 1) собрать информацию — исследовать каждый из четырех аспектов с помощью различных источников данных;
- 2) провести анализ данных — на основе полученных данных определить ключевые тренды и изменения в каждом из факторов, тем самым оценить их потенциальное влияние на организацию;
- 3) сделать выводы и вынести рекомендации — с помощью полученных данных сформировать выводы о том, как факторы влияют на организацию и вынести рекомендации для урегулирования ситуации.

После того, как был описан процесс проведения анализа, можно отметить его достоинства: простота использования, гибкость, широкий охват факторов и стратегическое планирование.

Однако и недостатки тоже имеются. Анализ достаточно субъективен (результат зависит от интерпретации данных и мнений), недостаток глубины (не включает в себя детальный анализ), изменчивость факторов (факторы могут поспешно меняться).

Таким образом, можно отметить, что PEST-анализ дает понимание внешней среды, в которой функционирует организация, но для получения более точных результатов его лучше использовать в сочетании с другими видами анализа.

Перейдем ко второму методу — SPACE-анализ. Он строится на основе сочетания следующих характеристик — внутренних и внешних

¹ PEST-анализ в маркетинге: что это и как его провести // ProductLab. URL: <https://productlab.ru/blog/pest-analiz-v-strategii-kompanii> (дата обращения: 10.04.2026).

факторов, а также конкурентных и финансовых аспектов, взаимодействие вышеперечисленных метрик помогает оценить стратегическую позицию организации и поставить задачи для достижения целей.

Проведение SPACE-анализа является аналогичным PEST-анализу, но с небольшим изменением. При оценке факторов создается матрица для оценки каждого из факторов, путем присвоения весов и значений различными критериями. Далее, на основе них создается стратегия и формируются рекомендации.

На основе вышеописанной информации выделим следующие положительные стороны SPACE-анализа: комплексный подход — учитывает как внешние, так и внутренние факторы, что дает возможность представить полную стратегическую позицию компании; гибкость — метод адаптируется для различных организаций; визуализация данных — использование матрицы позволяет визуализировать результаты анализа.

Перейдем к отрицательным сторонам space-анализа: наличие актуальных данных — для полноценного анализа требуются точные данные о рынке; субъективность — оценка факторов зависит от мнения участников анализа; затруднения в интерпретации — не все пользователи могут работать с матрицей и извлечь из нее правильные выводы.

Таким образом, SPACE-анализ является наиболее продвинутым и полным по отношению pest-анализа, так как использует не только внешние, но и внутренние факторы, также он включает в себя матрицу, что позволяет визуализировать данные и выявлять более сложные решения.

Самым последним рассмотрим SWOT-анализ. Каждая из букв обозначает его характеристику: *S* — сильные стороны, *W* — слабые стороны, *O* — возможности, *T* — угрозы, таким образом сочетание всех характеристик позволяет организации оценить свои стороны, возможности и угрозы, исходящие из внешней среды¹.

Проведение SWOT-анализа также, как и в предыдущем виде, включает в себя создание матрицы, но уже другой направленности, так как она рассматривает именно взаимодействие между категориями, например, как можно использовать сильные стороны организации для минимизации угроз.

Выделим на основе имеющихся данных достоинства SWOT-анализа: гибкость — может адаптироваться под любые отрасли; доступность — метод прост для понятия и работы; визуализация — матрица позволяет наглядно представлять информацию и выявлять аспекты.

¹ SWOT-анализ: принципы и алгоритм проведения // GeekBrains. URL: <https://gb.ru/blog/SWOT-analiz/> (дата обращения: 10.04.2026).

Также отметим недостатки анализа: субъективность — данные могут зависеть от мнений участников анализа, тем самым приводя к искажению выводов; ограниченность — не учитывает динамику изменений на рынке; отсутствие конкретных решений — несмотря на выявление ключевых аспектов, анализ не предлагает конкретных стратегий.

Таким образом, SWOT-анализ является полезным в оценки слабых и сильных сторон организации, тем самым может помочь найти решения для предотвращения различных угроз.

Проанализировав самые популярные методы конкурентного анализа деятельности организации на рынке — PEST-анализ, SPACE-анализ и SWOT-анализ, можно сделать следующие выводы. Каждый из них по-своему уникален и помогает организациям понять, как внутренние и внешние факторы влияют на их деятельность, позволяя тем самым разрабатывать более эффективные стратегии для достижения целей.

Направление 3. Экономическая безопасность

А. А. Баженова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка инвестиционной безопасности региона (на примере Тюменской области)

Аннотация. В статье рассматривается инвестиционная безопасность как функциональная составляющая экономической безопасности региона. В данном исследовании представлена оценка уровня инвестиционной безопасности региона и выявлены угрозы, влияющие на состояние инвестиционного климата, который во многом определяет конкурентоспособность региона.

Ключевые слова: инвестиции; инвестиционная безопасность; инвестиционный климат; конкурентоспособность; регион.

Инвестиционная безопасность является одной из функциональных составляющих экономической безопасности региона. Она представляет собой способность экономики поддерживать инвестиционные процессы на уровне, позволяющем обеспечить модернизацию производств и их основных фондов, а также экономического развития региона [1].

В качестве ключевого метода диагностики уровня инвестиционной безопасности Тюменской области был использован индикаторный анализ по методике М. С. Сюповой и Н. А. Бондаренко, основанный на степени обеспечения воспроизводства основных фондов, что позволило вывести интегральный индекс, определяющий уровень инвестиционной безопасности региона.

В таблице представлены расчетные индикаторы для Тюменской области, на основе которых был проведен дальнейший анализ инвестиционной безопасности.

Согласно методике М. С. Сюповой, интегральный индекс выше 1,05 свидетельствует о высоком уровне инвестиционной безопасности, что говорит об отсутствии социально-экономических проблем, а значения 0,70–0,99 являются индикатором низкого, или предкризисного, уровня [2].

Интегральный индекс демонстрирует неоднозначную динамику: от низкого уровня в 2015 г. (0,92) происходит рост до высокого уровня в 2020 г. (1,58), после чего в 2024 г. состояние ухудшается (0,84) и становится даже ниже, чем в 2015 г. Такое низкое значение в 2024 г. объясняется падением уровня инвестиций в основной капитал (с 25,6 до

19,7), а также снижением коэффициента обновления основных фондов (с 15,2 до 5,4).

**Оценка уровня инвестиционной безопасности
Тюменской области за 2015–2024 гг.**

Индикатор	Пороговое значение	Фактическое значение			Коэффициент соотношения (K_i)		
		2015	2020	2024	2015	2020	2024
Инвестиции в основной капитал, в % к ВРП	Не менее 25	24,1	25,6	19,7	0,96	1,02	0,79
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал, в сопоставимых ценах, % к предыдущему году	Не менее 105	78,9	93,2	114,6	0,75	0,89	1,09
Степень износа основных фондов, %	Не более 40	48,5	51,8	46,7	0,82	0,77	0,86
Коэффициент обновления основных фондов, %	Не менее 15	7,7	15,2	5,4	0,51	1,01	0,36
Коэффициент выбытия основных фондов, %	Не менее 5	7,7	21,1	5,5	1,54	4,22	1,10
Интегральный индекс ($K_{\text{ит}}$)	–	–	–	–	0,92	1,58	0,84

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: стат. сб. М.: Росстат, 2025. 1037 с.

Исходя из значений индикаторов, можно выделить основные угрозы инвестиционной безопасности Тюменской области:

- 1) снижение доли инвестиций в ВРП. Экономика не получает необходимых средств для дальнейшего развития и обновления, что снижает конкурентоспособность региона;
- 2) высокая степень износа основных фондов и низкий коэффициент их обновления. Использование устаревшего и изношенного оборудования ведет к росту аварий на предприятиях, а также является признаком завышенной себестоимости продукции и низкой производительности труда.

Однако, стоит обратить внимание, что Тюменская область заняла 3 место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата, представленного на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ-2024)¹. Данный результат свидетельствует о том, что даже в условиях нестабильности инвестиционной безопасности, региональные

¹ На ПМЭФ-2024 представили результаты Национального рейтинга инвестклимата // Агентство стратегических инициатив. URL: <https://asi.ru/news/200202/> (дата обращения: 10.04.2026).

власти стараются развивать инфраструктуру и поддерживать предпринимательство, поддерживая высокий уровень деловой активности.

Библиографический список

1. *Игнатенко В. Е., Жамгочян А. В., Филатова Е. П.* Инвестиционная безопасность как составляющая системы экономической безопасности региона // Вестник науки. 2021. № 5 (38). С. 105–108.

2. *Сюпова М. С., Бондаренко Н. А.* Система индикаторов экономической безопасности региона // Вестник ТОГУ. 2019. № 4 (55). С. 67–80.

Научный руководитель: *О. Г. Поздеева*,
кандидат экономических наук, доцент

И. В. Иванов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторы обеспечения экономической безопасности муниципального образования

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и прикладные аспекты обеспечения экономической безопасности муниципальных образований. Выделены внешние и внутренние факторы, определяющие устойчивость местной социально-экономической системы. Особое внимание уделено роли бюджетной политики как ключевому фактору обеспечения экономической безопасности территории.

Ключевые слова: экономическая безопасность; муниципальное образование; факторы безопасности; муниципальный бюджет.

В условиях геополитической нестабильности обеспечение экономической безопасности на всех уровнях власти является приоритетом. Согласно Стратегии экономической безопасности РФ до 2030 г.¹, это состояние защищенности экономики от угроз. Особое значение имеет муниципальный уровень: здесь реализуются социальные гарантии и жизнеобеспечение населения.

Под экономической безопасностью муниципалитета понимается защищенность его социально-экономической системы и бюджета от внутренних и внешних угроз, позволяющая устойчиво развиваться и выполнять функции местного самоуправления. Основные характеристики: качество жизни, состояние бюджета, развитие экономической базы, эффективность управления [1, с. 45].

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

Факторы безопасности делятся на внешние (экзогенные) и внутренние (эндогенные). Внешние: изменение законодательства, сокращение межбюджетной помощи, рост тарифов, отток населения. Внутренние: качество управления, кадры, износ инфраструктуры, диверсификация экономики, сбалансированность бюджета и доля собственных доходов. Классификация представлена в таблице.

Факторы экономической безопасности муниципального образования

Группа факторов	Внешние факторы (экзогенные)	Внутренние факторы (эндогенные)
Политико-правовые	Изменение законодательства, санкции	Низкое качество управления, коррупция, формальное планирование
Финансово-экономические	Сокращение трансфертов, рост тарифов, дорогие кредиты	Дефицит бюджета, высокая долговая нагрузка, малая доля собственных доходов
Социально-демографические	Отток населения, старение, смена структуры занятости	Безработица, дефицит кадров в бюджетной сфере
Инфраструктурные	Техногенные катастрофы за пределами МО, климат	Износ сетей и жилья, аварийность
Производственные	Колебания сырьевых рынков, конкуренция соседей	Монопрофильность, слабое развитие малого и среднего предпринимательства, нехватка земель

Составлено по: [2].

Центральное место занимает бюджетная политика. Анализ показателей Екатеринбурга за 2019–2024 гг. показал: доходы выросли с 36,2 до 84,1 млрд р., расходы — с 38,4 до 83,2 млрд р.¹. Однако доля собственных доходов упала с 78,7 до 47,2 %, что указывает на критическую зависимость от региональных трансфертов. Это прямая угроза: при сокращении помощи муниципалитет не сможет исполнять социальные обязательства. Износ основных фондов достиг 60 % (пороговое значение) при росте инвестиционных расходов в 3,4 раза. Обеспечение безопасности требует комплексного мониторинга внешних и внутренних факторов. Приоритеты: наращивание собственных доходов (развитие бизнеса, эффективное управление имуществом), оптимизация расходов

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 18.04.2026).

в пользу инвестиций, стратегическое планирование. Только сбалансированная бюджетная политика, ориентированная на финансовую самостоятельность, обеспечит устойчивое развитие территории.

Библиографический список

1. *Экономическая безопасность России. Общий курс: учебник* / под ред. В. К. Сенчагова. М.: Лаборатория знаний, 2025. 818 с.
2. *Экономическая безопасность: учеб. пособие* / М. В. Попов, Н. В. Манохина, Н. П. Колядин и др.; под ред. Н. В. Манохиной. М.: ИНФРА-М, 2024. 320 с.

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

А. Н. Кондакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка уровня экономической безопасности электросетевой организации

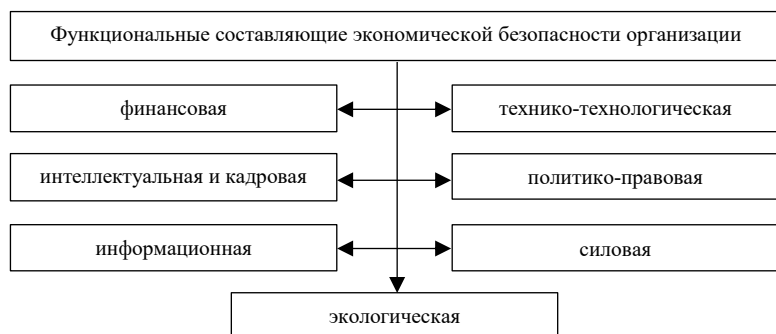
Аннотация. Рассматриваются экономическая безопасность электросетевой организации, ее функциональные составляющие, факторы устойчивости и основные отраслевые проблемы. Особое внимание уделяется методам оценки, позволяющим выявлять риски, обеспечивать защиту от внутренних и внешних угроз и повышать эффективность деятельности.

Ключевые слова: электросетевая организация; экономическая безопасность; риск; внутренние и внешние угрозы.

Под экономической безопасностью электросетевой организации понимается состояние защищенности ее деятельности, ресурсов и интересов от нарушений стабильности и бесперебойности энергоснабжения, а также от факторов, способных нарушить надежное функционирование систем передачи и распределения электроэнергии и оказать негативное влияние на развитие энергетической системы в целом.

Для оценки уровня экономической безопасности выделяются ключевые функциональные составляющие, определяющие эффективность деятельности электросетевых организаций (см. рисунок) [1].

Финансовая составляющая представляет собой совокупность инструментов, направленных на обеспечение высокой платежеспособности, рентабельности и ликвидности оборотных средств [1]. Негативные воздействия, угрожающие финансовой устойчивости, могут быть обусловлены ростом дебиторской задолженности, особенностями тарифной политики и инвестиционными ограничениями.



Функциональные составляющие экономической безопасности организации

Эффективность таких организаций зависит от состояния и своевременной модернизации сетевой инфраструктуры, что относится к технико-технологической составляющей. Их конкурентоспособность определяется внедрением инноваций, повышающих надежность и снижающих аварийности.

Низкая мотивация и компетентность сотрудников, недостаточное развитие кадрового потенциала могут снижать качество работы, поэтому интеллектуальная и кадровая составляющие обеспечивают устойчивое функционирование и снижение профессиональных рисков.

Защита данных от утечки и несанкционированного доступа имеет особое значение, поскольку нарушения могут привести к сбоям в управлении сетевыми объектами. Для повышения информационной безопасности необходимы современные технологии и меры киберзащиты.

Политико-правовая составляющая электросетевых организаций определяется соблюдением отраслевого законодательства, тарифного регулирования и требований технической эксплуатации [2].

Силовая составляющая включает меры по защите объектов электросетевого комплекса, снижая риски потерь и обеспечивая стабильность функционирования.

Экологическая составляющая отражает необходимость соблюдения экологических требований и внедрения ресурсосберегающих технологий, что снижает издержки и регуляторные риски.

С учетом составляющих экономической безопасности электросетевым организациям необходимо в первую очередь обращать внимание на такие проблемы, как высокий износ электрооборудования, дефицит квалифицированного персонала, ограничения тарифного регулирования на услуги по передаче электроэнергии, а также замедленные темпы внедрения интеллектуальных систем учета и цифровых

подстанций [2]. Для снижения влияния указанных факторов целесообразно применять методы оценки экономической безопасности, учитывая отраслевые особенности:

- индикаторный (пороговый) метод;
- ресурсно-функциональный подход;
- экспертный метод;
- интегральная (комплексная) оценка;
- риск-ориентированный подход и прочие методы.

Таким образом, экономическая безопасность электросетевых организаций является важной характеристикой устойчивого функционирования, зависящей от совокупности различных факторов. Ее оценка позволяет выявлять проблемы, принимать обоснованные управленческие решения и снижать потенциальный ущерб, что в итоге способствует повышению надежности энергоснабжения и укреплению их защищенности от внутренних и внешних угроз.

Библиографический список

1. Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.
2. Уразгалиев В. Ш. Энергетическая безопасность: учеб. для вузов. М.: Юрайт, 2026. 134 с.

Научный руководитель: *Е. Б. Дворядкина*,
доктор экономических наук, профессор

Е. А. Курбанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка вероятности банкротства организации по разработке программного обеспечения (на примере АО «СКБ Контур»)

Аннотация. В статье проведена оценка вероятности банкротства АО «СКБ Контур» за 2020–2024 гг. с применением модели Беликова-Давыдовой. На основе данных бухгалтерской отчетности рассчитаны значения интегрального показателя *Р*. Выявлены основные факторы, обеспечивающие финансовую устойчивость организации: высокая ликвидность и финансовая независимость, стабильная рентабельность бизнеса, а также инвестиции в развитие.

Ключевые слова: экономическая безопасность; банкротство; организация; оценка вероятности; АО «СКБ Контур»; экономический анализ.

Оценка вероятности банкротства является важнейшим индикатором экономической безопасности организации. Рассмотрим на примере крупнейшей организации АО «СКБ Контур», которая специализируется

на разработке компьютерного программного обеспечения. Для оценки вероятности банкротства данной организации была выбрана модель Беликова-Давыдовой (Иркутская модель), разработанная в 1997 г., которая представляет собой четырехфакторную модель, учитывающую ликвидность, рентабельность и оборачиваемость активов¹.

Формула определения интегрального показателя *R* имеет следующий вид:

$$R = 8,38 \cdot K_1 + K_2 + 0,054 \cdot K_3 + 0,63 \cdot K_4, \tag{1}$$

где *K*₁ — Оборотный капитал / Активы; *K*₂ — Чистая прибыль / Собственный капитал; *K*₃ — Выручка от продаж / Активы; *K*₄ — Чистая прибыль / Себестоимость продаж.

Интерпретация полученного значения *R* оценивается с помощью шкалы оценки вероятности.

Критерии оценки *R*: менее 0 — максимальный риск банкротства (90–100 %); от 0 до 0,18 — высокий (60–80 %); от 0,18 до 0,32 — средний (35–50 %); от 0,32 до 0,42 — низкий (15–20 %); более 0,42 — минимальный.

Для расчета показателей были использованы данные бухгалтерской отчетности АО «СКБ Контур» за 2020–2024 гг. Исходные данные и результаты расчетов представлены в таблице.

**Расчет вероятности банкротства АО «СКБ Контур»
по модели Беликова-Давыдовой за 2020–2024 гг., тыс. р.**

Показатели и источники данных	2020	2021	2022	2023	2024
Оборотный капитал	4 818 565	6 932 878	8 858 727	11 450 993	14 585 832
Активы (валюта баланса)	6 384 225	9 026 018	13 814 567	17 749 433	22 863 092
Собственный капитал	4 680 730	6 744 310	9 742 070	13 588 800	17 285 100
Чистая прибыль	1 174 196	1 599 855	1 824 620	2 143 432	2 703 097

¹ Модель Беликова-Давыдовой // Финансовый анализ. URL: [https://1fin.ru/ Finansovyy_slovary/Modely_Belikova-Davydovoy](https://1fin.ru/Finansovyy_slovary/Modely_Belikova-Davydovoy) (дата обращения: 04.03.2026).

Окончание таблицы

Показатели и источники данных	2020	2021	2022	2023	2024
Выручка от продаж	12 930 240	14 179 990	15 500 320	20 588 430	24 581 235
Себестои- мость продаж	6 240 930	7 181 410	8 450 900	11 287 600	14 001 267
K_1	0,7548	0,7681	0,6412	0,6452	0,6380
K_2	0,2509	0,2372	0,1873	0,1577	0,1564
K_3	2,0254	1,5711	1,1220	1,1600	1,0751
K_4	0,1881	0,2228	0,2159	0,1899	0,1931
R	6,803	6,899	5,757	5,748	5,682

Составлено по: Модель Беликова-Давыдовой // Финансовый анализ. URL: https://1fin.ru/Finansovyy_slovar/Modely_Belikova-Davydovoy (дата обращения: 04.03.2026); СКБ Контур: финансовая отчетность // List-Org. URL: <https://www.list-org.com/company/6813/report> (дата обращения: 02.03.2026); СКБ Контур: финансовая отчетность // B2B.house. URL: https://b2b.house/company/AO-PF-SKB-KONTUR_8d95da40-ae8d-4fe8-9515-08acdf6925ce/financial-statements/ (дата обращения: 01.03.2026).

Как видно из таблицы, значение интегрального показателя R для АО «СКБ Контур» на протяжении всего анализируемого периода находится на уровне значительно выше 0,42. Данный показатель классифицирует финансовое состояние АО «СКБ Контур» как устойчивое и характеризующееся минимальным риском банкротства.

Основными факторами, влияющими на показатели, используемые в модели Беликова-Давыдовой в организации, являются: высокая ликвидность и финансовая независимость, стабильная рентабельность бизнеса, инвестиции в развитие. Так, компания обладает значительным запасом средств и краткосрочных финансовых вложений, чистая прибыль и выручка растут в анализируемом периоде, а снижение показателей оборачиваемости активов обеспечивают дальнейшую положительную тенденцию.

Таким образом, проведенный анализ оценки вероятности банкротства подтверждает, что АО «СКБ Контур» не испытывает финансовых проблем, уверенно чувствует себя в условиях экономической нестабильности и осуществляет долгосрочную стратегию развития.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

Применение метода анализа «галстук-бабочка» как инструмента оценки рисков экономической безопасности организации сферы строительства жилых и нежилых зданий

Аннотация. В статье на примере риска снижения потребительского спроса организации сферы строительства жилых и нежилых зданий (АО «Корпорация „Атомстройкомплекс“») продемонстрировано использование метода «галстук-бабочка» как инструмента оценки в контексте экономической безопасности.

Ключевые слова: метод анализа «галстук-бабочка»; оценка рисков; экономическая безопасность; строительство жилых и нежилых зданий.

Метод анализа «галстук-бабочка» — «простой схематический способ описания и анализа путей реализации риска (от причин до последствий и результатов), а также анализа методов управления» [2, с. 55].

В качестве примера применения данного метода рассмотрим риск снижения потребительского спроса, с которым столкнулось акционерное общество «Корпорация „Атомстройкомплекс“», основной сферой деятельности которого является строительство жилых и нежилых зданий (см. рисунок)¹.

Исходя из диаграммы, источниками снижения потребительского спроса являются: ужесточение условий по льготным ипотечным программам (Министерство финансов РФ с 1 февраля 2026 г. ввело ряд изменений по льготной ипотечной программе «Семейная ипотека»; также рассматривается вопрос об увеличении процентной ставки по данной программе с 6 до 12 % для ряда граждан²); высокие процентные ставки по ипотечному кредитованию (несмотря на постепенное снижение ключевой ставки Банком России, по состоянию на 6 ноября 2025 г. она

¹ *Отчеты эмитента* // АТОМ. URL: https://atomsk.info/invest/reports/issuers_reports/ (дата обращения: 23.01.2026).

² *В Минфине обсуждают увеличение ставки по «Семейной ипотеке» для ряда граждан до 12 %* // Домклик. URL: <https://blog.domclick.ru/novosti/post/v-minfine-obsuzhdayut-uvvelichenie-stavki-po-semejnoj-ipoteke-dlya-ryada-grazhdan-do-12> (дата обращения: 23.01.2026); *Минфин с 1 февраля отрегулирует семейную ипотеку — один льготный кредит на семью* // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2025/10/27/minfin-s-1-fevralia-otreguliruet-semejnuu-ipoteku-odin-lgotnyj-kredit-na-semiu.html> (дата обращения: 09.01.2026).



Диаграмма «галстук-бабочка» риска снижения потребительского спроса
для АО «Корпорация „Атомстройкомплекс“»

составляет 16,5 %, оставаясь существенной для большинства населения¹); снижение покупательной способности (исходя из данных Единой межведомственной информационно-статистической системы за 2024 г.), несмотря на рост номинальных денежных доходов населения Свердловской области, их реальные средства имеют негативную тенденцию за счет увеличения индекса потребительских цен².

Поскольку данному риску организация была уже подвержена ранее, то в качестве мероприятий, снижающих вероятность опасного события, стали: введение программы субсидирования ипотечных ставок, а также скидок и специальных предложений³. В случае реализации опасного события АО «Корпорация „Атомстройкомплекс“» может столкнуться с сокращением объема строительства, дополнительным привлечением долгосрочных заемных средств для покрытия краткосрочной задолженности [1]. При данном развитии событий, по мнению автора, Обществу следует разработать новые проекты с учетом текущих потребностей потенциальных клиентов и пересмотреть политику ценообразования за счет снижения себестоимости.

Библиографический список

1. Раимов А. И., Николаева Н. Г., Сопин В. Ф. Метод «Галстук-бабочка» и его применение при оценке рисков // Компетентность. 2020. №3. С. 48–53.
2. Шевченко Ж. А. Управление рисками и страхование в инвестиционно-строительной сфере: учеб.-метод. пособие. Н. Новгород: ННГАСУ, 2022. 166 с.

Научный руководитель: Е. Б. Дворядкина,
доктор экономических наук, профессор

¹ Инфляция и ключевая ставка Банка России // Банк России. URL: https://cbr.ru/hd_base/infl (дата обращения: 23.01.2026).

² Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 23.01.2026).

³ АТОМ. URL: <https://atomsk.ru> (дата обращения: 20.01.2026).

Влияние развития физической культуры и спорта на экономическую безопасность региона

Аннотация. В статье рассматривается влияние развития физической культуры и спорта на экономическую безопасность региона. Обосновывается, что инвестиции в спортивную инфраструктуру повышают инвестиционную привлекательность территории, а развитие массового спорта снижает социальные риски и бюджетные расходы на здравоохранение. Показана роль спортивных кластеров и профессиональных клубов в создании рабочих мест и развитии малого бизнеса. Крупные спортивные мероприятия анализируются как инструмент повышения конкурентоспособности и улучшения имиджа региона.

Ключевые слова: экономическая безопасность региона; физическая культура и спорт; спортивная инфраструктура; социальные риски; занятость населения; инвестиционная привлекательность.

В современных условиях экономическая безопасность региона традиционно связывается с такими показателями, как уровень безработицы, состояние производственной инфраструктуры, бюджетная устойчивость и инвестиционный климат. Однако все большее значение приобретают факторы, ранее относившиеся к социальной сфере. Одним из таких факторов является развитие физической культуры и спорта. Цель данной работы — выявить и систематизировать каналы влияния спортивной отрасли на экономическую безопасность региона.

Первым значимым каналом выступает развитие спортивной инфраструктуры. Строительство и реконструкция стадионов, ледовых дворцов, бассейнов и физкультурно-оздоровительных комплексов требует значительных инвестиций, которые, в свою очередь, привлекают частный капитал, создают мультипликативный эффект в строительной отрасли и смежных секторах (производство оборудования, логистика, услуги). Наличие современной спортивной инфраструктуры повышает инвестиционную привлекательность региона для внешних инвесторов, поскольку рассматривается ими как элемент качества городской среды и человеческого капитала [1].

Второй канал связан со снижением социальных рисков. Массовое вовлечение населения в занятия физической культурой ведет к уменьшению заболеваемости, сокращению расходов регионального бюджета на стационарное лечение и выплаты по временной нетрудоспособности. Кроме того, спорт выступает эффективным инструментом профилактики девиантного поведения, особенно в молодежной среде [2].

Третий канал — формирование спортивных кластеров и деятельность профессиональных клубов. Вокруг крупных спортивных объектов

возникают малые предприятия общественного питания, гостиничного бизнеса, розничной торговли спортивными товарами, транспортных услуг. Профессиональные клубы создают прямые рабочие места для спортсменов, тренеров, медицинского и административного персонала, а также косвенно поддерживают занятость в медиа, рекламе и билетной дистрибуции [3].

Четвертый канал — использование спортивных объектов для проведения крупных мероприятий регионального, национального и международного уровня. Чемпионаты, универсиады, спартакиады генерируют временный, но значительный приток туристов, увеличивают загрузку гостиниц, стимулируют спрос на услуги общественного питания и транспорта. После завершения мероприятий созданная инфраструктура продолжает работать, повышая конкурентоспособность региона на межрегиональном рынке [4].

Таким образом, физическая культура и спорт воздействуют на экономическую безопасность региона по четырем основным направлениям: инфраструктурное развитие, снижение социально-бюджетных рисков, создание рабочих мест и поддержка малого бизнеса, повышение конкурентоспособности и имиджа. Игнорирование спортивной сферы в стратегиях экономической безопасности ведет к потерям как прямого (недополученные налоговые поступления, незагруженные мощности), так и косвенного характера (рост социальных расходов, отток населения).

Библиографический список

1. *Баканова А. А.* Роль спортивной инфраструктуры в социально-экономическом развитии субъектов Российской Федерации // Экономика региона. 2023. Т. 19, № 3. С. 754–768.
2. *Васильева О. Н.* Массовый спорт как инструмент снижения социальной напряженности в моногородах // Проблемы развития территории. 2022. Т. 26, № 5. С. 89–104.
3. *Головина С. Г., Смирнова Л. Н.* Оценка влияния крупных спортивных мероприятий на инвестиционную привлекательность региона // Региональная экономика: теория и практика. 2023. Т. 21, № 11 (518). С. 2012–2031.
4. *Зубарев С. М.* Государственно-частное партнерство в сфере спорта как драйвер цифровой трансформации регионов // Вопросы государственного и муниципального управления. 2024. № 1. С. 45–62.

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

Оценка уровня экономической безопасности Кемеровской области

Аннотация. В современных условиях экономика Российской Федерации находится под санкционным давлением, что угрожает ее экономической устойчивости. В данных условиях является актуальным проведение, оценки уровня экономической безопасности регионов страны. В статье анализируется уровень экономической безопасности Кемеровской области, на основе перечня из 10 индикаторов. Результаты анализа позволяют выявить угрозы в системе экономической безопасности региона.

Ключевые слова: экономическая безопасность; устойчивость; угрозы; диверсификация экономики; факторы.

В настоящий момент времени, экономическое развитие Кемеровской области выстраивается вокруг угольной и металлургической отрасли. Однако данные сферы деятельности находятся в периоде спада, что приводит к возникновению угроз для устойчивости экономики региона [1]. Проведем анализ показателей Кемеровской области за период 2019–2023 гг. по методике оценки уровня экономической безопасности региона (см. таблицу) [2].

Динамика показателей экономической безопасности Кемеровской области за 2019–2023 гг.

Показатель	Пороговое значение	2019	2020	2021	2022	2023
ВРП на душу населения от российского, %	Не менее 100	64,4	62,1	84,2	88,4	68,6
Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств, %	Не менее 70	38,3	41,7	34,9	31,3	35,5
Степень износа основных фондов, %	Не более 60	51,3	52,2	51,1	47,5	48,8
Доля инвестиций в ВРП, %	Не менее 25	26,0	26,5	18,8	17,3	22,0
Доля расходов на НИОКР в ВРП, %	Не менее 2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Доля в импорте продуктов питания, %	Не более 30	0,1	14,3	7,5	7,3	9,7
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	Не более 7	13,6	13,2	12,5	10,8	9,8

Окончание таблицы

Показатель	Пороговое значение	2019	2020	2021	2022	2023
Уровень безработицы, %	Не более 8	5,5	6,7	5,4	4,1	3,4
Условный коэффициент депопуляции	Не более 1	1,6	1,9	2,2	1,9	1,9
Уровень преступности (количество преступлений на 100 тыс. населения), тыс.	Не более 5	2,0	1,9	1,9	1,8	1,7

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: стат. сб. М.: Росстат, 2025. 1035 с.

Из представленной таблицы следует сделать вывод, что в период 2019–2023 гг. пороговое значение не было превышено по трем индикаторам: уровень безработицы, степень износа основных фондов, уровень преступности. Другие показатели выходили за пределы обозначенных пороговых значений, что приводит к возникновению угроз для экономики рассматриваемого региона.

Показатели ВРП на душу населения и доли обрабатывающих производств демонстрируют зависимость экономики региона от угольной отрасли. Для показателя ВРП на душу населения резкий рост в 2021–2022 гг. сменился снижением в 2023 г. после введения эмбарго и падения цен. Доля обрабатывающих производств, напротив, увеличивается только в периоды спада угольной отрасли.

Негативным фактором является низкий уровень расходов на НИОКР, которые в Кемеровской области составляют 0,1–0,2 % от ВРП региона. При этом пороговое значение составляет 2 %. Для современной экономики инновации являются ключевым фактором конкурентоспособности, а низкий уровень расходов на НИОКР, приводит к снижению технологического потенциала.

Коэффициент депопуляции выше порогового значения, что означает превышение смертности над рождаемостью почти в два раза. Уровень безработицы находится на низком уровне, однако доля населения с доходами ниже прожиточного минимума остается выше порогового значения. Данный фактор обуславливает наличие проблемы бедности в регионе, связанную с низкой оплатой труда в отдельных отраслях.

Среди угроз экономической безопасности Кемеровской области выделяется сильная зависимость региона от угольной промышленности, технологическое отставание, высокая смертность и низкая заработная плата в отдельных отраслях.

Возможности устойчивого развития Кемеровской области связаны с реализацией мероприятий, направленных на диверсификацию

экономики через глубокую переработку угля, что позволит выпускать продукцию с высокой добавленной стоимостью. Одновременно необходимо развивать обрабатывающие производства за счет импортозамещения, гособоронзаказов. Для преодоления технологического отставания требуется рост финансирования НИОКР в приоритетных направлениях, а также развитие инновационной инфраструктуры (технопарки, поддержка стартапов). В демографической сфере необходимо стимулирование рождаемости за счет расширения мер поддержки семей и модернизация здравоохранения для снижения смертности.

Библиографический список

1. Бобко К. И., Затеякин О. А., Бобко Т. В. Отраслевая специализация Кемеровской области — Кузбасса: тенденции и проблемы, которые влияют на рост экономики и развитие региона // Вестник университета. 2024. № 9. С. 42–55.
2. Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.

Научный руководитель: *К. М. Гусейнли*

А. С. Петухова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Риски экономической безопасности организации оптово-розничной торговли как угроза конкурентоспособности территории

Аннотация. В статье рассматриваются риски экономической безопасности организации оптово-розничной торговли и их влияние на конкурентоспособность территории. Выделены ключевые группы рисков (финансовые, операционные, рыночные), предложен методический подход к их оценке, обоснованы каналы трансляции угроз.

Ключевые слова: экономическая безопасность; оптово-розничная торговля; риски; угрозы.

Конкурентоспособность территории зависит от устойчивости хозяйствующих субъектов. Организации оптово-розничной торговли обеспечивают доведение товаров до потребителя, формируют налоговые поступления, создают рабочие места, влияют на цены и доступность товаров.

В условиях экономической нестабильности вопросы экономической безопасности (ЭБ) торговых организаций приобретают особую остроту. Реализация рисков на микроуровне способна транслироваться на уровень территории, создавая угрозы ее конкурентоспособности.

Под экономической безопасностью организации понимается ее защищенность от внутренних и внешних угроз [3]. Риски ЭБ — потенциальные события, реализация которых ведет к снижению уровня безопасности.

Для организации оптово-розничной торговли характерна отраслевая специфика: высокая оборачиваемость, зависимость от контрагентов, низкая маржинальность. С учетом этого выделяются три группы рисков: финансовые, операционные и рыночные.

Для количественной оценки рисков используется индикативный подход, предполагающий «использование системы количественных показателей, отражающих различные аспекты экономической безопасности» [1, с. 63]. Экспресс-оценка уровня рисков может проводиться по следующей шкале: низкий (все показатели в норме), умеренный (1–2 индикатора в зоне риска), высокий (3 и более).

Риски экономической безопасности организации не локализируются внутри фирмы, а транслируются на уровень территории [2]. Реализация финансовых рисков ведет к сокращению налоговых поступлений, ограничивая возможность территории по финансированию социальных и инфраструктурных проектов. Сокращение персонала или ликвидация организации ведут к росту безработицы и социальной напряженности. Сбои в деятельности торговых организаций приводят к дефициту, росту цен и ухудшению ассортимента. Высокий уровень рисков в торговом секторе является негативным сигналом для инвесторов.

В таблице представлена матрица соответствия рисков экономической безопасности организации и угроз для конкурентоспособности территории.

Матрица «риск–угроза территории»

Риск экономической безопасности организации	Угроза для территории
Потеря ликвидности	Потеря налогов, сокращение рабочих мест
Рост дебиторской задолженности	Задержки зарплаты и налогов
Затоваривание	Снижение инвестиционной способности
Уход поставщиков	Дефицит товаров

Для снижения рисков экономической безопасности предлагаются следующие меры.

На уровне организации:

- внедрение лимитов дебиторской задолженности;
- оптимизация товарных запасов;
- формирование резервного фонда ликвидности;
- диверсификация поставщиков.

На уровне территории:

- мониторинг системообразующих организаций;
- поддержка локальных торговых сетей;
- формирование региональных резервов товаров.

Таким образом, организации оптово-розничной торговли являются значимым элементом экономики территории, а их ЭБ — фактор устойчивости и конкурентоспособности региона. Проведенный анализ позволяет утверждать, что риски экономической безопасности не локализуются внутри организации, а транслируются на уровень территории, создавая реальные угрозы. Предложенный в статье методический подход, основанный на системе индикаторов и шкале оценки уровня рисков, позволяет проводить экспресс-оценку и своевременно выявлять угрозы на ранней стадии. Минимизация рисков требует комплекса мер как на уровне самой организации, так и на уровне территории.

Библиографический список

1. *Дороган Д. Б.* Основные методы оценки экономической безопасности предприятия // Вестник науки. 2025. Т. 4, № 4 (85). С. 61–68.
2. *Риски организаций и территорий: учеб.* / В. М. Тумин, О. П. Иванова, Е. В. Зенкина, П. А. Костромин. М.: ИНФРА-М, 2025. 275 с.
3. *Экономическая безопасность: учебник* / под общ. ред. С. А. Коноваленко. М.: ИНФРА-М, 2024. 526 с.

Научный руководитель: *Н. В. Новикова*,
доктор экономических наук, доцент

А. В. Политыко, К. М. Гусейнли

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ключевые угрозы экономической безопасности Иркутской области

Аннотация. Авторами анализируются ключевые показатели экономической безопасности Иркутской области за пятилетний период. На основе анализа выделяются слабые стороны региона, а также формулируются угрозы, подвергающие опасности экономическую безопасность субъекта.

Ключевые слова: экономическая безопасность; регион; риски; угрозы.

Иркутская область является одним из развитых промышленных регионов Сибирского федерального округа. Несмотря на промышленный потенциал, регион сталкивается с комплексом проблем. В этой связи,

проанализируем динамику наиболее значимых показателей экономической безопасности Иркутской области за период 2019–2023 гг. (см. таблицу) на основе методики оценки экономической безопасности региона¹.

**Показатели экономической безопасности Иркутской области
за период 2019–2023 гг.**

Показатель	Пороговое значение	2019	2020	2021	2022	2023
ВРП на душу населения от российского, %	Не менее 100	99,9	97,9	100,2	104,9	101,2
Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств, %	Не менее 70	39,3	44,8	41,5	39,4	39,6
Степень износа основных фондов, %	Не более 60	42,3	45,4	46,3	47,4	48,0
Доля инвестиций в ВРП, %	Не менее 25	23,8	26,3	27,4	36,0	35,8
Доля расходов на НИОКР в ВРП, %	Не менее 2	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
Доля в импорте продуктов питания, %	Не более 30	3,0	2,8	1,9	1,6	2,3
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	Не более 7	17,9	17,6	16,4	14,8	13,2
Уровень безработицы, %	Не более 8	6,6	7,7	6,0	5,0	3,7
Условный коэффициент депопуляции	Не более 1	1,1	1,3	1,6	1,4	1,3
Уровень преступности (количество преступлений на 100 тыс. населения), тыс.	Не более 5	1,1	1,3	1,6	1,4	1,3

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: стат. сб. М.: Росстат, 2025. 1035 с.

Показатель ВРП на душу населения нестабилен. В 2023 г. зафиксирован спад из-за ограничений на экспорт золота, а доля в промышленном

¹ Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.

производстве обрабатывающих производств ниже порогового значения на протяжении всего анализируемого периода. Исходя из этого, заметна зависимость региона от драгоценных ресурсов. Отсюда возникает и угроза, если продолжится падение цен на ресурсы, запрет на экспорт, то добывающая промышленность столкнется с проблемами, что повлечет за собой снижение уровня экономической безопасности Иркутской области.

Следующий показатель — степень износа основных фондов, который находится ниже порогового значения, но на протяжении пяти лет имеет тенденцию к росту. Существует угроза дальнейшего устаревания фондов, что отразится на производительности труда и будет препятствовать созданию уникального продукта.

Доля инвестиций в ВРП отражает положительную динамику в отличие от доли расходов на НИОКР, которая без изменений держится ниже порогового значения. Инвестиции приоритетно направляются в обрабатывающую промышленность, из чего можно выделить угрозу отсталости научно-технологической базы региона.

Доля в импорте продуктов питания находится на очень низком уровне, и создается иллюзия, что регион обладает достаточной независимостью. На самом деле Иркутская область может обеспечить себя лишь яйцами и зерном, а остальное большинство продуктов область закупает из других регионов России. Проблемой является зависимость от снабжения другими регионами, из-за чего возникает угроза продовольственной безопасности, требующая развитие АПК.

Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума выше порогового значения на протяжении всего анализируемого периода, но зафиксирована убывающая динамика, что можно объяснить масштабным наводнением, случившимся в Иркутской области в 2019 г. В 2020–2022 гг. производились социальные выплаты населению, что снизило уровень бедности. Можно выделить угрозу увеличения доли бедных в дальнейшей перспективе, так как его снижение за анализируемый период было «фиктивным»¹.

Уровень безработицы непрерывно снижается, не создавая угроз экономической безопасности Иркутской области, в отличие от коэффициента депопуляции, который отражает главную угрозу региона — старение населения.

Таким образом, основные угрозы экономической безопасности Иркутской области связаны с недостаточной модернизацией фондов,

¹ Ликвидация последствий чрезвычайной ситуации в Иркутской области 08.07.2019 г — 12.07.2019 г. // Официальный портал Иркутской области. URL: <https://irkobl.ru/news/741558/> (дата обращения: 27.03.2026).

зависимостью региона от ресурсной базы и импорта продуктов питания. Также существуют угрозы, связанные с населением: увеличение доли бедных и старение населения.

Е. Е. Реутская

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка финансовых рисков организации розничной торговли

Аннотация. В статье проведена оценка финансовых рисков организации розничной торговли на примере ООО «Екатеринбург Яблоко». Для анализа использована интегральная балльная методика оценки финансового состояния.

Ключевые слова: оценка рисков; финансовые риски; розничная торговля.

В связи с высокой актуальностью оценки финансовых рисков организаций розничной торговли в современных экономических условиях применим интегральную балльную методику оценки, разработанную Е. Б. Дворядкиной, Я. П. Силиным и Н. В. Новиковой¹, на примере ООО «Екатеринбург Яблоко». Данная методика позволяет дать обобщенную характеристику финансового положения организации на основе динамики ключевых коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости с присвоением баллов по нормативным диапазонам.

В соответствии с указанной методикой интегральной балльной оценки рассчитывались следующие показатели:

- L_2 — коэффициент абсолютной ликвидности;
- L_3 — коэффициент быстрой ликвидности;
- L_4 — коэффициент текущей ликвидности;
- U_1 — коэффициент автономии;
- U_3 — коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- U_4 — коэффициент финансовой независимости в части запасов.

Результаты расчетов и присвоенные баллы по каждому показателю за период 2020–2024 гг. представлены в таблице.

На основании проведенной интегральной балльной оценки финансовое состояние ООО «Екатеринбург Яблоко» характеризуется следующим образом. Согласно расчетам, совокупный балл оценки финансового состояния компании составил: 2020 г. — 8 баллов; 2021 г. — 0 баллов; 2022 г. — 0 баллов; 2023 г. — 1,5 балла; 2024 г. — 4 балла.

¹ Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. 194 с.

Интегральная балльная оценка финансового состояния ООО «Екатеринбург Яблоко» за 2020–2024 гг.

Показатель	2020		2021		2022		2023		2024	
	Знач.	Балл	Знач.	Балл	Знач.	Балл	Знач.	Балл	Знач.	Балл
L_2	0,18	8	0,08	0	0,08	0	0,08	0	0,10	4
L_3	0,46	0	0,37	0	0,31	0	0,46	0	0,40	0
L_4	0,91	0	0,92	0	0,89	0	1,01	1,5	0,87	0
U_1	0,08	0	0,06	0	0,10	0	0,10	0	0,10	0
U_3	–0,26	0	–1,61	0	–0,96	0	–0,83	0	–0,85	0
U_4	–0,53	0	–2,76	0	–1,46	0	–1,53	0	–1,59	0
<i>Итого</i>	–	8	–	0	–	0	–	1,5	–	4

Составлено по: Audit-IT. URL: <https://www.audit-it.ru> (дата обращения: 01.02.2026).

Такой результат позволяет отнести организацию к 5 классу экономической безопасности (13–0 баллов) — это предприятия с кризисным финансовым состоянием, практически неплатежеспособные, находящиеся в экономически опасном состоянии.

Итоги расчетов указывают на высокие финансовые риски и уязвимость компании к внутренним и внешним воздействиям. Низкая ликвидность и недостаток собственных оборотных средств являются основными причинами кризисного состояния, что создает постоянную угрозу срыва платежей и потерю финансовой устойчивости. Компания уже несколько лет балансирует на грани, и дальше ситуация может только ухудшиться.

Для стабилизации текущего положения необходим комплекс управленческих решений, направленных на укрепление финансовой устойчивости, повышение платежеспособности и снижение уровня финансовых рисков.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

П. П. Семенюк

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Современное состояние экономической безопасности регионов Арктической зоны

Аннотация. Развитие регионов Арктической зоны Российской Федерации является приоритетной задачей, поэтому обеспечение и укрепление экономической безопасности, является неотъемлемым элементом, позволяющим раскрыть экономический потенциал регионов.

Ключевые слова: экономическая безопасность; регионы Арктической зоны.

Арктика — уникальный регион, который в последние годы привлекает особое внимание из-за возрастающей экономической

и транспортно-логистической значимости. Согласно Указу Президента РФ № 296, в состав Арктических регионов входят Мурманская область, Ненецкий и Ямало-Ненецкий и Чукотский автономные округа в полном составе и, в качестве некоторых муниципальных районов, Республики Карелия, Коми и Саха (Якутия), Архангельская область и Красноярский Край¹.

Под экономической безопасностью региона (области, республики, федерального округа) понимается «совокупность текущего состояния, условий и факторов, характеризующих стабильность, устойчивость и поступательность развития экономики региона, органически интегрированной в экономику страны в целом, как относительно самостоятельная структура»².

Перейдем к анализу современного состояния экономической безопасности регионов Арктической зоны Российской Федерации по данным, которые представлены в таблице. Необходимо отметить, что в статистике учитываются целые регионы.

Согласно результатам анализа экономической безопасности регионов, можно сделать следующие выводы. Все регионы имеют показатель ВРП на душу населения от РФ больше порогового значения, кроме Республики Карелия. Это обусловлено большой долей добывающего сектора, который значительно влияет на ВРП, при низкой численности населения, поэтому следующий показатель — доля в промышленности обрабатывающих производств — значительно ниже порога, за исключением Архангельской области из-за развитой целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей промышленности. Степень износа основных фондов находится в пороговой зоне, это связано с модернизацией и строительством новой инфраструктуры. Доля инвестиций в ВРП в Мурманской области, Ямало-Ненецком и Чукотском автономных округах, Республике Саха и Красноярском края выше порогового значения. В данных регионах активно расширяется добывающая промышленность и развивается портовая инфраструктура для Северного морского пути.

Доля расходов на НИОКР в ВРП во всех регионах значительно ниже порогового значения, это связано с удаленностью и менее развитым социально-экономическим положением регионов. Уровень безработицы находится в зоне порогового значения во всех регионах. Исходя из анализа коэффициента депопуляции в Мурманской и Архангельской областях, а также в республиках Карелия и Коми происходит естественная убыль населения.

¹ Указ Президента РФ от 2 мая 2014 г. № 296 «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации».

² Дворядкина Е. Б., Силин Я. П., Новикова Н. В. Экономическая безопасность: учеб. пособие. Екатеринбург: УрГЭУ, 2016. С. 71.

**Оценка показателей экономической безопасности регионов
Арктической зоны в 2024 г.**

Показатель	Пороговое значение	Мурманская область	Ненецкий автономный округ	Чукотский автономный округ	Ямало-Ненецкий автономный округ	Республика Карелия	Республика Коми	Архангельская область	Красноярский край	Республика Саха
ВРП на душу населения от РФ, %	≥100	134,3	1116,0	366,5	955,4	72,0	130,9	113,5	119,3	198,0
Доля обрабатывающих производств, %	≥70	51,0	0,2	10,6	17,2	45,0	21,0	75,0	57,0	21,0
Индекс производства	–	99,7	97,6	108,6	105,4	98,8	99,9	101,7	100,0	109,0
Степень износа основных фондов, %	≤60	47,2	59,0	38,9	57,4	43,9	64,1	51,0	47,0	39,6
Доля инвестиций в ВРП, %	≥25	29,55	18,22	47,20	26,14	21,57	13,18	15,68	25,44	31,40
Доля расходов на НИОКР в ВРП, %	≥2	0,34	0,01	н/д	0,01	0,32	0,29	0,16	0,88	0,18
Доля населения с доходом ниже прожиточного минимума, %	≤7	5,9	6,4	3,7	3,5	8,4	10,1	8,2	11,0	12,8
Уровень безработицы, %	≤8	2,6	5,0	1,5	1,3	4,2	3,7	2,7	1,5	5,1
Коэффициент депопуляции	≤1	1,57	0,93	0,96	0,46	2,19	1,69	1,93	1,46	0,76

По итогу, наиболее экономически безопасными регионами являются Чукотский и Ямало-Ненецкий автономные округа, а наименее — республики Коми и Карелия.

Научный руководитель: *Н. В. Сбродова*

Е. А. Скоробогатова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка интеллектуально-кадровой составляющей экономической безопасности транспортной организации

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема оценки интеллектуально-кадровой составляющей экономической безопасности транспортной организации. Эмпирической базой исследования выступили данные ПАО «ТрансКонтейнер» за период 2020–2024 гг. На основании ключевых индикаторов выявлены основные тенденции и угрозы.

Ключевые слова: экономическая безопасность; интеллектуально-кадровая составляющая; транспортная организация.

Интеллектуально-кадровая составляющая экономической безопасности рассматривается как состояние защищенности кадрового и интеллектуального потенциала организации от угроз потери квалифицированных сотрудников, дестабилизации коллектива, утечки знаний и снижения инновационной активности, обеспечивающее ее устойчивое развитие и конкурентоспособность. Таким образом, интеллектуально-кадровая безопасность обеспечивает способность организации сохранять, развивать и эффективно использовать свой человеческий капитал в условиях неопределенности внешней среды.

Оценка интеллектуально-кадровой составляющей экономической безопасности (по методике И. Е. Иляковой и О. С. Саушевой) [1] проведена на примере ПАО «ТрансКонтейнер». Данные в табл. 1 показывают стабильный кадровый состав организации на фоне значительного увеличения расходов на заработную плату персоналу. В то время как средняя численность работников с 2020 по 2024 гг. увеличилась всего на 5,2 %, средняя начисленная заработная плата увеличилась на 39,4 %. Другими словами, темп роста заработной платы опережает увеличение штата. Также заметно, что компания платит своим работникам значительно больше, чем в среднем по стране и отрасли. Это положительный фактор для кадровой безопасности — высокая зарплата снижает риск ухода квалифицированных кадров и повышает лояльность персонала.

Т а б л и ц а 1

**Основные показатели, характеризующие уровень заработной платы
в ПАО «ТрансКонтейнер» за 2020–2024 гг.**

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024	2024 к 2020, %
Среднесписочная численность работников, чел.	3 243	3 269	3 415	3 463	3 412	105,2
Средняя начисленная заработная плата, р.	117 969	129 303	147 156	148 772	164 418	139,4
Средняя начисленная заработная плата по РФ, р.	51 344	57 244	65 338	74 854	87 952	171,3
Величина прожиточного минимума, р.	11 312	11 653	13 919	14 375	15 453	136,6
Средняя заработная плата категории «транспортировка и хранение», р.	52 939	58 391	66 926	76 223	90 120	170,2

Составлено по: Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 11.04.2026); Интерфакс-ЦПКИ. URL: <https://e-disclosure.ru/> (дата обращения: 11.04.2026).

Теперь перейдем ко второй методике (Н. В. Яшковой [2]), в табл. 2 показаны индикаторы кадровой безопасности.

Т а б л и ц а 2

Индикаторы кадровой безопасности ПАО «ТрансКонтейнер», %

Индикатор	Пороговое значение	2020	2021	2022	2023	2024	Изменение 2024 к 2020
Доля персонала с высшим образованием	Не менее 25	73,0	н/д	н/д	67,7	71,5	–1,5
Доля персонала в возрасте 18–35 лет	Не более 40	53,7	34,4	н/д	29,5	26,1	–27,7
Коэффициент текучести кадров	Не более 10	4,7	8,0	13,7	13,4	13,3	+8,6
Доля затрат на обучение персонала в общем объеме издержек на персонал	Не менее 20	0,09	0,16	0,23	0,19	0,20	+0,1

Составлено по: Интерфакс-ЦПКИ. URL: <https://e-disclosure.ru/> (дата обращения: 11.04.2026).

Анализ индикаторов кадровой безопасности позволяет несколько основных тенденций. Доля персонала с высшим образованием остается

на высоком уровне, а также стабильно превышает пороговое значение, что говорит о высоком интеллектуальном потенциале организации. Возрастная структура находится в пределах нормы, но заметно снижение доли персонала в возрасте 18–35 лет — на 27,7 %. Текучесть кадров увеличивается на 8,6 % и находится выше порогового значения начиная с 2022 г., что ведет за собой нестабильность коллектива и рост издержек на поиск и обучение нового персонала. Минимален объем затрат на обучение и развитие персонала в общем объеме издержек на персонал — меньше одного процента при пороговом значении 20 %.

Можно сделать вывод о том, что, с одной стороны, уровень заработной платы существенно превышает среднероссийские и отраслевые показатели. С другой стороны, превышены пороговые значения по показателям текучести кадров и затратам на обучение. Это говорит о наличии угроз, связанных с стабильностью коллектива, возможным дефицитом преемственности в будущем. Таким образом, состояние этой составляющей экономической безопасности оценивается как удовлетворительное, но требующее корректировки управленческих решений в сфере удержания и развития персонала.

Библиографический список

1. *Илякова И. Е., Саушева О. С.* Диагностика интеллектуальной и кадровой составляющих экономической безопасности корпорации: угрозы и условия нейтрализации // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7, № 5 (30). URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/221EVN515.pdf> (дата обращения: 12.01.2026).
2. *Яшкова Н. В.* Кадровая безопасность предприятий железнодорожного транспорта // Актуальные проблемы современного транспорта. 2020. № 2. С. 46–54.

Научный руководитель: *А. Ю Титовец*,
кандидат экономических наук

Финансовая безопасность региона: современное состояние и возможности улучшения (на примере Республики Татарстан)

Аннотация. В условиях растущей конкуренции между регионами финансовая составляющая экономической безопасности становится ключевым фактором их стабильного социально-экономического роста. В данной статье мы анализируем финансовую безопасность Республики Татарстан, используя систему индикаторов для наглядной и простой оценки. Мы определяем основные факторы, которые влияют на устойчивость и конкурентоспособность финансовой системы региона.

Ключевые слова: финансовая безопасность; экономическая безопасность; индикаторный подход.

Финансовый аспект экономической безопасности региона заключается в создании устойчивой и сбалансированной финансовой системы. Ее главная цель — успешно противостоять любым угрозам, обеспечивая при этом стабильное развитие территории. Это достигается за счет достаточного объема собственных доходов, эффективного использования ресурсов и гарантий выполнения социальных обязательств перед населением, а также реализации ключевых инвестиционных проектов [1].

Для оценки финансовой составляющей экономической безопасности будет использована методика Л. А. Головановой [2]. Данный подход для оценки финансовой составляющей экономической безопасности региона заключается в анализе ключевых финансово-экономических показателей с сопоставлением их с пороговыми значениями, а также позволяет выявить угрозы финансовой безопасности (при приближении к порогу или его превышении), оценить устойчивость финансовой системы региона и определить приоритетные направления для управленческих решений (см. таблицу).

Колебания в интегральном индексе дает возможность понять, что финансовая составляющая экономической безопасности республики в изучаемый период была нестабильна. В 2020 г. показатель принимал значения 0,68, что означает кризисное значение, но в 2024 г. показатель принимает значение 1,06, что указывает на период восстановления экономики Республики Татарстан, после внешнего потрясения (пандемия). Из анализа можно сделать вывод, что экономика республики очень чувствительна к внешним изменениям.

**Оценка финансовой составляющей
экономической безопасности Республики Татарстан**

Показатель	Пороговое значение	Фактическое значение			Коэффициент соотношения		
		2015	2020	2024	2015	2020	2024
Доходы регионального бюджета на душу населения, р./чел.	Не менее 1	52 860	75 180	141 369	0,74	0,67	0,85
Удельный вес прибыльных организаций, %	Не менее 1	93,0	74,2	77,5	1,38	1,05	1,04
Дефицит регионального бюджета, в % от годового объема доходов бюджета без учета утвержденного объема безвозмездных поступлений	Не более 1	4,2	15,7	1,5	0,28	1,05	0,02
Отношение среднедушевых денежных доходов населения к величине прожиточного минимума	Не менее 1	4,08	3,68	4,30	1,19	1,04	1,35
Интегральный индекс	—	—	—	—	1,01	0,68	1,06

Составлено по: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: стат. сб. М.: Росстат, 2025. 1035 с.

В 2024 г. интегральный индекс переходит на нормальный уровень экономической безопасности, это главный признак конкурентоспособности территории, в связи с тем, что регион имеет эффективные организационно-правовые формы, развитую экономическую базу, а также эффективные меры по регулированию.

В анализируемый период времени республика обладает высоким уровнем финансовой составляющей экономической безопасности, так как:

- 1) доля прибыльных организаций за весь период принимает значение выше порогового;
- 2) доля населения с доходом ниже прожиточного минимума с 2015 г., где показатель был 1,19, возрастает до 1,35 в 2024 г.;
- 3) дефицит регионального бюджета сокращается до 0,02 в 2024 г., при рекомендуемом значении не более 1.

Из данных показателей можно сделать вывод, что в республике растет деловая активность населения и создается база для привлечения инвестиционных проектов. Большое количество прибыльных организаций делает республику Татарстан финансово независимой и нейтрализует риски, связанные со снижением экономической активности населения.

Конкурентоспособность Республики Татарстан не является полностью устойчивой, демонстрирует возможности быстрого восстановления, поэтому в благоприятный период внешней среды соответствует высоким стандартам экономической безопасности, но снижение до кризисного уровня говорит о необходимости дальше укреплять финансовую стабильность и снижать зависимость от внешних потрясений.

Библиографический список

1. *Бородавко Л. С., Дьякова А. В.* Сущность финансовой безопасности региона // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 11-1 (105). С. 87–90.
2. *Голованова Л. А.* Методический подход к оценке финансовой безопасности региона // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2021. № 1 (60). С. 117–126.

Научный руководитель: *О. Г. Поздеева*
кандидат экономических наук, доцент

Направление 4.

Социальное измерение конкурентоспособности

М. Б. Буйка

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние религиозных и духовных ценностей на потребительское поведение молодежи (по результатам опроса студентов УрГЭУ)

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного среди студентов Уральского государственного экономического университета. Предметом анализа выступает влияние религиозных и духовных ценностей на потребительское поведение молодежи. На основе данных анкетного опроса ($n = 34$) выявлены ключевые тенденции: большинство студентов считают себя верующими (55,9 %), однако религиозные нормы редко становятся определяющим фактором при выборе товаров, уступая цене и вкусу. Показано, что понятие «халяль» широко известно, но значимым критерием покупки является лишь для небольшой группы. Сделан вывод о том, что религиозные ценности формируют скорее мировоззренческую основу, чем непосредственные потребительские практики.

Ключевые слова: молодежь; религия; потребительское поведение; халяль; социальная ответственность; УрГЭУ.

Современная молодежь (поколение Z) представляет собой уникальную социально-демографическую группу, сформировавшуюся в условиях цифровой среды и глобальной нестабильности. Долгое время в социологии доминировала теория секуляризации, предполагающая снижение роли религии по мере модернизации общества. Однако глобальные данные 2025–2026 гг. демонстрируют обратную тенденцию: рост интереса к религии среди молодежи, особенно в западных странах. В российском контексте, согласно исследованию НИУ ВШЭ, 53 % студентов считают себя верующими. При этом остается открытым вопрос: как религиозные ценности влияют на повседневные потребительские практики молодежи? Данное исследование направлено на выявление этой взаимосвязи на примере студентов Уральского государственного экономического университета.

В марте 2026 г. был проведен анкетный опрос среди 34 студентов УрГЭУ в возрасте от 17 до 25 лет. Анкета включала 12 вопросов, охватывающих демографические характеристики, уровень религиозности, потребительские привычки, отношение к религиозным нормам (халяль), благотворительности, а также влияние религиозного контента в социальных сетях. Выборка формировалась из числа студентов,

доступных для опроса (стихийная выборка). Результаты опроса показали, что большинство респондентов (55,9 %) считают себя верующими, еще 26,5 % склоняются к вере. Среди верующих преобладает православие (35,3 %), однако значительная часть (44,1 %) указали «другую религию» или веру в высшие силы без принадлежности к конфессии. При этом подавляющее большинство респондентов (73,5 %) при выборе продуктов питания ориентируются прежде всего на вкус и цену, а не на религиозные нормы. Понятие «халяль» известно 61,8 % опрошенных, но лишь 5,9 % считают его важным при выборе товаров.

Интересно, что 38,2 % респондентов готовы переплатить за товары, соответствующие их религиозным убеждениям, а 41,2 % не готовы переплачивать. Благотворительная составляющая не является решающим фактором: 38,2 % заявили, что им все равно, идет ли часть прибыли на благотворительность, хотя столько же (38,2 %) отметили, что это может стать поводом выбрать конкретный бренд. Влияние религиозных лидеров мнений остается незначительным: 55,9 % не подписаны на такой контент, а среди подписанных лишь 23,5 % считают, что это влияет на их покупки.

Что касается рекламы с использованием религиозных символов, большинство респондентов относятся к ней нейтрально (38,2 %) или положительно (35,3 %), при условии, что она не выглядит агрессивной. Наконец, на вопрос о том, делают ли религиозные ценности человека более ответственным потребителем, 47,1 % ответили «скорее согласен», а 17,6 % — «полностью согласен». Таким образом, наблюдается тенденция к признанию положительного влияния религии на потребительское поведение, хотя на практике это влияние остается умеренным. Наиболее яркий пример влияния религии на потребительское поведение демонстрирует мусульманская молодежь. Исследование *The New Muslim Consumer*, проведенное *Wunderman Thompson Intelligence*, показало, что 91 % молодых мусульман считают халяльность самым важным фактором при покупке продуктов. Для христианской молодежи, как показывают данные *Bible Society*, характерен рост интереса к религиозной литературе и церковным практикам.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, религиозность является частью идентичности большинства опрошенных студентов, однако она редко выступает прямым фактором выбора товаров, уступая практическим соображениям (цена, вкус). Во-вторых, понятие «халяль» широко известно, но значимым критерием покупки оно становится лишь для небольшой группы респондентов. В-третьих, готовность к социально ответственному потреблению (поддержка благотворительности, переплата за этичные товары) присутствует у значительной части молодежи, но не является

доминирующей. В-четвертых, влияние религиозного контента в социальных сетях на потребительские решения остается ограниченным. В-пятых, несмотря на умеренное практическое влияние религии на потребление, большинство студентов склонны соглашаться с тем, что религиозные ценности способствуют более ответственному потребительскому поведению.

Таким образом, социальный портрет современного молодого потребителя в российском вузовском контексте можно охарактеризовать как сочетание традиционных ценностей (религиозность) с прагматизмом (ориентация на цену и качество). Религиозные и духовные ценности формируют скорее мировоззренческую основу, чем непосредственные потребительские практики, хотя потенциально могут быть значимым фактором для определенных сегментов рынка (например, халяль-продукты, этические бренды). Для бизнеса и маркетинга это означает необходимость уважительной коммуникации, ориентированной на универсальные ценности, с четким ценовым позиционированием.

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

Д. Д. Бутыркина, А. Е. Оберемок
Брянский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, г. Брянск

Социальное неравенство и экономическая устойчивость

Аннотация. Проблема социального неравенства является одной из приоритетных проблем, которая требует решения для обеспечения экономической устойчивости страны. Колоссальный разрыв в материальном положении различных слоев населения — когда доходы одних превышают доходы других выводит проблему социального неравенства на первый план. Общество, разделенное глубокими экономическими барьерами, оказывается неспособным в полной мере задействовать накопленный человеческий и социальный капитал, что неизбежно тормозит его развитие. Именно поэтому проблему социального неравенства связывают с экономической устойчивостью.

Ключевые слова: экономика; социальное неравенство; экономическая устойчивость; экономический рост; распределение доходов.

Экономическая устойчивость государства во многом определяется степенью социального неравенства общества. Резкое расслоение населения по уровню доходов — когда разрыв между беднейшими и богатыми слоями достигает многократных значений — существенно ограничивает реализацию совокупного человеческого потенциала. Это,

в свою очередь, сдерживает общественное развитие, что и обуславливает тесную взаимосвязь между социальным неравенством и устойчивостью национальной экономики.

Для достижения экономической и социальной устойчивости необходимо избегать экономической несправедливости и, следовательно, слишком неравномерного распределения доходов и богатства.

Обратимся к более детальному рассмотрению категорий «экономическая устойчивость» и «социальное неравенство». Что касается последнего понятия, то в научной литературе оно трактуется по-разному. В частности, Н. Г. Осипова в своей монографии [2] предлагает понимать под данным феноменом особую разновидность социальной дифференциации, при которой различные акторы — будь то отдельные люди, общественные группы, страты или классы — занимают неодинаковые позиции в структуре вертикальной иерархии общества. Принципиальным следствием подобного положения дел выступает неравномерное распределение жизненных шансов и существенные расхождения в способности индивидов и групп удовлетворять собственные потребности. [2, с. 77]. По мнению Войчовского, взаимосвязь между неравенством и экономическим ростом неоднозначна: в зависимости от стадии экономического развития страны неравенство способно как стимулировать, так и тормозить рост [2, с. 78].

Устойчивость экономической системы в целом — это ее способность противостоять неблагоприятным внутренним и внешним силам, сохраняя при этом параметры развития, стабильные показатели и оптимальные пропорции, динамизм развития и эффективное использование ресурсов, сохраняемых и воспроизводимых для нужд страны и будущих поколений [1, с. 787].

Иностранный капитал, как правило, концентрируется в экономически стабильных регионах, стимулируя развитие промышленного сектора и инфраструктуры. Следствием подобных процессов выступает повышение качества публичных благ — здравоохранения и образования. Например, Германия и Норвегия демонстрируют устойчивую корреляцию между макроэкономической стабильностью и низким уровнем социального неравенства [3, с. 23].

Однако экономическая устойчивость сама по себе не может искоренить социальное неравенство. Существенную роль в обеспечении устойчивости государственных институтов играет грамотно выстроенная система социальных мер. Снижение поляризации общества по имущественному признаку посредством целенаправленных государственных инструментов позволяет нивелировать конфликтный потенциал и поддерживать равновесие на рынке труда и капитала. Следует

подчеркнуть, что институциональные механизмы регулирования способны удерживать социальную дифференциацию в пределах, не создающих угроз ни экономической, ни национальной безопасности страны. Показательным в данном контексте выступает опыт США: несмотря на высокий уровень экономического развития, Соединенные Штаты по-прежнему демонстрируют значительное расслоение общества, что обусловлено изъянами системы социальной защиты населения.

Решить проблему социального неравенства можно благодаря использованию определенных мер, направленных на уязвимые группы. К примеру, применению политики обеспечения равенства и позитивной дискриминации в области занятости. Такая политика, как правило, обеспечивает то, чего не сможет достичь только экономическая устойчивость, а именно равные возможности для уязвимых групп.

Таким образом, социальная политика страны должна обеспечить баланс между экономической устойчивостью и сокращением социального неравенства посредством предоставления программ социальной защиты, здравоохранения и образования.

Библиографический список

1. *Арошидзе А. А.* Особенности подходов к пониманию экономической устойчивости в контексте устойчивого развития предприятий // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11, № 4. С. 785–798.
2. *Социальное неравенство в современном мире: новые формы и особенности их проявления в России: монография / Н. Г. Осипова, И. А. Вершинина, Д. Е. Добринская и др.; под общ. ред. Н. Г. Осиповой.* М.: Перспектива, 2021. 276 с.
3. *Liu Y.* Social inequality and economic sustainability in the context of digital transformation // Information Systems and Economics. 2023. Vol. 4, No. 10. P. 20–27.

Научный руководитель: *Н. П. Малышева*,
кандидат экономических наук, доцент

Влияние социальных сетей на психическое здоровье студентов

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния социальных сетей на психоэмоциональное состояние студентов в контексте их повседневной цифровой активности. На основе эмпирических данных выявляются особенности вовлеченности, поведенческие установки молодежи и субъективные оценки воздействия онлайн-среды. Результаты показывают, что социальные сети выступают одновременно фактором эмоциональной поддержки и источником потенциальных психологических рисков.

Ключевые слова: социальные сети; студенты; цифровое поведение; эмоциональное состояние; интернет-активность.

В современных условиях социальные сети перестали выполнять исключительно вспомогательную функцию и превратились в устойчивый элемент повседневной среды. Воздействие социальных сетей не ограничивается сферой коммуникации, а затрагивает эмоциональное состояние, влияя на повседневные ритмы и особенности восприятия информации.

Автором был проведен опрос 35 респондентов, в качестве которых выступили студенты УрГЭУ. Целью являлось рассмотрение специфики взаимодействия молодежи с цифровой средой.

Ответы на вопрос о распределении времени продемонстрировали высокий уровень вовлеченности опрошенных в виртуальную реальность: более 5 ч в день, в социальных сетях проводят 44 % респондентов.

Данный параметр позволяет выделить несколько групп пользователей. Так, 32 % студентов проводят в социальных сетях от одного до трех часов ежедневно, тогда как еще 20 % находятся онлайн в диапазоне от 3 до 5 ч. Минимальная активность (менее 1 ч) зафиксирована у 4 % студентов.

Распределение по платформам показывает явное доминирование отдельных сервисов: *Telegram* используют 68 % студентов, тогда как доля пользователей других сервисов составляет 32 %.

Мотивы обращения к социальным сетям различаются. Для 40 % студентов ключевым остается общение, 32 % используют их преимущественно для развлечения. Информационный контент интересует 16 % респондентов, а учебные и рабочие цели отметили 12 %.

Самооценка зависимости демонстрирует разнонаправленные результаты: 28 % респондентов отмечают ее наличие, 36 % сталкиваются с подобным состоянием периодически, еще 36 % не склонны считать свое поведение зависимым. Сходные данные получены в исследованиях

мобильных устройств, где также выявлена связь между длительностью использования и симптомами цифровой зависимости [1, с. 152].

Связь между использованием социальных сетей и эмоциональным состоянием выражена неодинаково: у 20 % студентов настроение напрямую зависит от контента, у 40 % подобное влияние проявляется эпизодически. При этом около 40 % участников не фиксируют выраженной зависимости, что указывает на различия в индивидуальном восприятии цифрового пространства.

Сравнительное поведение также проявляется не у всех: регулярно сопоставляют себя с другими пользователями 12 % студентов, еще 40 % делают это эпизодически, тогда как 48 % не рассматривают подобную практику как характерную. Определенные изменения затрагивают и сферу сна: постоянные трудности с засыпанием отмечают 20 % участников, аналогичная доля указывает на их периодическое возникновение.

Наряду с этим социальные сети могут выполнять функцию эмоциональной разгрузки. Для 48 % студентов они служат способом снижения стресса, 36 % отмечают подобный эффект ситуативно, тогда как 16 % не ощущают его. Обобщенная оценка влияния также неоднозначна: 36 % опрошенных считают его негативным, 40 % допускают наличие отрицательных последствий, а 24 % не видят существенного воздействия.

Анализ полученных данных показывает, что влияние социальных сетей формируется под воздействием совокупности факторов, среди которых важную роль играют не только длительность пребывания в сети, но и особенности потребляемого контента, а также характер пользовательского поведения.

Таким образом, цифровизация выступает интегральной характеристикой социальной реальности, способом ее функционирования, источником и направляющей ее самодвижения [2, с. 267].

Библиографический список

1. *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.

2. *Лысенко В. В.* Цифровизация как механизм эволюции современности: к постановке проблемы // Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы IV Уральского экономического форума (Екатеринбург, 20–21 октября 2022 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. С. 267–271.

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

Социально-экономические проблемы развития малого бизнеса в современных условиях

Аннотация. В материале представлены результаты социологического опроса, проведенного авторами среди самозанятых и собственников бизнеса от 18 до 40 лет. Предметом обобщения и анализа стали проблемы развития малого бизнеса и самозанятости, их проявления, факторы и последствия.

Ключевые слова: самозанятость; малый бизнес; социальная группа; молодежь.

Сегодня самозанятость и малый бизнес перестают быть исключительными факторами получения дохода. Для большинства населения, в первую очередь молодежи и лиц среднего возраста, переход в малый бизнес, или самозанятость считается новым этапом в жизни. Формы занятости стали более гибкими благодаря развитию информационных технологий и введению налога на профессиональный доход, что позволило заметно расширить целевую аудиторию государственной политики в области малого и среднего предпринимательства [3, с. 69]. Но в «комплексе» с новыми возможностями (гибкий график, свобода выбора направления деятельности) граждане получают как традиционные, так и непредсказуемые заранее предпринимательские риски.

Наблюдается относительная стабильность притязаний на создание бизнес-проектов среди уральской молодежи [4, с. 70].

В социологическом опросе, проведенном в марте 2026 г., приняли участие 50 чел., представляющих малый бизнес (сервис и торговля). Возраст респондентов составил от 18 до 40 лет. Главной целью стало выявление мотивов смены работы, а также оценка уровня удовлетворенности своим трудом.

Оказалось, что 60 % опрошенных выбрали малый бизнес из стремления к личной, экономической и финансовой независимости. Для четверти респондентов основной целью стало повышение уровня доходов.

Такие результаты показывают, среди прочего, приоритет собственной автономии в шкале ценностей класса малых предпринимателей.

В числе основных трудностей в начале пути половина опрошенных указали отсутствие или недостаточность стартового капитала. 35 % респондентов видят главную проблему предпринимательства в высоких налогах, а оставшиеся 15 % испытывают сложности с привлечением новых клиентов в условиях усиливающейся конкуренции. В современных условиях особое значение приобретает устойчивость малого и среднего

бизнеса, под которой понимается «способность компании противостоять внешним вызовам и обеспечивать стабильное развитие в долгосрочной перспективе» [1, с. 28].

Результаты опроса говорят о низкой эффективности мер государственной поддержки МСП. Около 70 % респондентов отметили, что только слышали о программах помощи, но никогда ими не пользовались. Среди главных причин чаще других озвучивались сложность оформления заявок и общее недоверие к этим программам. Лишь 10 % участников опроса сумели получить реальную помощь. 20 % воздержались от комментариев на тему поддержки МСП.

В то же время при всех проблемах три четверти опрошенных высоко ценят обретенную независимость и не планируют возвращаться к работе по найму.

Таким образом, малый бизнес и режим самозанятости, несмотря ни на что, не теряют своей привлекательности, прежде всего, как шанс на экономическую самостоятельность и личностную самореализацию, а успешное включение цифровых технологий в экономические процессы требует встречного интегрального изменения всех сфер общественной жизни. Возникающий из взаимно направленного движения эффект синергии ведет к новому качеству экономики [2, с. 540].

Библиографический список

1. Агафонова И. В., Корнильцева Е. Г., Грязных Д. В. Кастомизация как драйвер устойчивого развития бизнеса в условиях цифровой трансформации // Маркетинг в России и за рубежом. 2025. № 6. С. 22–30.

2. Лысенко В. В. Отечественный опыт цифровой трансформации: результаты, перспективы, проблемы // Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Керчь, 31 октября – 2 ноября 2024 г.). Керчь: КГМТУ, 2024. С. 536–540.

3. Рахмеева И. И., Клейменов М. В. Мотивация российских предпринимателей начала XXI века: субъективное восприятие бизнесменов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2024. № 4. С. 68–77.

4. Рахмеева И. И., Клейменов М. В. Отношение школьной свердловской молодежи к предпринимательской деятельности и образ современного российского бизнесмена // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2024. № 2. С. 67–76.

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

Репутационная уязвимость: социальные сети как поле битвы за конкурентоспособность

Аннотация. Исследование посвящено анализу подходов к минимизации репутационных рисков брендов в контексте усиливающейся конкуренции в онлайн бизнес-среде.

Ключевые слова: риски; репутационный ущерб; недобросовестная конкуренция; культура отмены; астротурфинг.

В современной системе digital-маркетинга, где личный блог клиента работает как рупор, а скриншот переписки может вызвать репутационный кризис, классическая формула конкурентоспособности «цена+качество» утрачивает свою эффективность. Первостепенное значение для устойчивого развития бизнеса приобретает репутация бренда и доверие потребителей. Репутационная уязвимость бизнеса достигла своего пика. Риски и реальные угрозы имеют не только и не столько финансовый, но экзистенциальный характер. Потеря доверия в цифровой среде ведет к обрушению продаж, оттоку кадров и обесцениванию многолетних инвестиций в бренд.

Сегодня конкурентоспособность компании определяется не тем, что транслируется в рекламных материалах, а преимущественно тем, что пишут о ней реальные люди в своих каналах. Согласно исследованиям, более 80 % потребителей доверяют отзывам незнакомцев в интернете так же сильно, как рекомендациям друзей, и лишь 30 % верят официальной рекламе [3, с. 141].

Возникает ситуация «репутационного разрыва» между обещаниями бренда (бренд-стратегией) и восприятием аудитории. Если раньше этот разрыв можно было компенсировать долгосрочными имиджевыми кампаниями, то в современном мире он становится очевидным для широкой аудитории практически мгновенно.

Как следствие, репутационная уязвимость превращает социальные сети в площадку для недобросовестной конкуренции, позволяя дестабилизировать положение абсолютно любого игрока на рынке. Заказные негативные отзывы, создание ботоферм, провокационные комментарии, получившие общее название «астротурфинга», становятся новой рыночной реальностью.

Наиболее острой формой угрозы современным брендам является «культура отмены». Ее механизм запускается, если компания совершает какое-либо действие в разрез с ценностями своей активной аудитории, что приводит к массовому бойкоту и требованиям убрать товары бренда с полок магазинов. Примерами могут служить скандальная история

«блейкфейса» и *Gucci* (2019) или массовый хейт сети ВкусВилл после выпуска рекламного ролика, в котором одна из героинь состояла в однополой отношениях.

Однако те же самые социальные сети, которые создают угрозы, дают бизнесу беспрецедентные возможности для укрепления конкурентоспособности. В условиях тотальной уязвимости выигрывает тот, кто не пытается казаться идеальным, а становится прозрачным. Открытость, публичная обратная связь и признание ошибок помогают формированию лояльности аудитории, которая защищает компанию в кризис. Если большинство конкурентов отвечает на обращения в течение 24 ч, то компания, обеспечивающая публичную реакцию в реальном времени, получает весомое конкурентное преимущество [1, с. 90–91].

Самым надежным способом снизить репутационную уязвимость представляется создание бренд-сообщества. Когда есть пул лояльных клиентов, которые готовы защищать бренд в сети и разоблачать фейки, компания получает надежный «социальный щит». Анализ обращений и комментариев дает информацию о «болевых точках» продукта и сервиса быстрее, чем любые маркетинговые исследования [2, с. 110].

Чтобы социальные сети стали территорией конкурентного преимущества, необходим системный подход, нацеленный на создание позитивного пользовательского контента, кейсов и историй успеха, количественно превосходящих негативный контент.

Мы видим, что социальные сети изменили природу конкуренции. Оценивать уровень конкурентоспособности компании в цифровой среде приходится из расчета не доли рынка, а доли доверия к бренду в медиапространстве. Репутационная уязвимость стала системной характеристикой бизнеса: невозможно быть неуязвимым, но критику можно превращать в улучшения и демонстрацию качественного сервиса, реагировать с эмпатией, выстраивая таким образом долгосрочные доверительные отношения с клиентами и партнерами.

Библиографический список

1. Депутатова Е. Ю., Ильяшенко С. Б. Формирование потребительской лояльности в интернете // *Экономические системы*. 2018. Т. 11, № 1 (40). С. 86–94.
2. Попова О. И., Неганов А. Д., Агафонова И. В. Бренд-медиа как инструмент привлечения аудитории // *Дружеровский вестник*. 2025. № 4 (66). С. 107–117.
3. Ребрикова Н. В. Доверие к рекламе как социально-психологический феномен // *Экономические системы*. 2022. Т. 15, № 3. С. 138–145.

Научный руководитель: *И. В. Агафонова*,
кандидат философских наук, доцент

Малый бизнес и самозанятость среди молодежи

Аннотация. В данной статье представлены результаты социологического опроса, проведенного в Уральском государственном экономическом университете среди студентов. Автор анализирует отношение молодежи (18–21 год) к малому бизнесу и самозанятости, выявляет ключевые факторы, влияющие на выбор этих форм занятости, и определяет основные препятствия на пути их реализации.

Ключевые слова: малый бизнес; самозанятость; молодежь; малый бизнес.

В современных экономических условиях предпринимательство среди молодежи приобрело особую значимость. Исследования отношения молодых людей к открытию собственного дела позволяют выявить потенциал и барьеры развития малого бизнеса и самозанятости молодежи [2, с. 72; 3, с. 69].

Молодые люди видят в предпринимательстве некую альтернативу традиционной занятости. Развитие молодежного бизнеса способствует созданию рабочих мест и укреплению экономики, а цифровые технологии (например, маркетплейсы) делают старт в бизнесе доступнее.

Автором был проведен опрос, в котором приняли участие респонденты в возрасте 18–21 года. В гендерном составе респондентов наблюдалось преобладание лиц женского пола, что отражает современную тенденцию активного вовлечения девушек в предпринимательскую деятельность.

Говоря про интерес к малому бизнесу и самозанятости, можно заметить, что, исходя из анализа опроса, есть значительный потенциал развития молодежного предпринимательства. Больше половины опрошенных проявляют заинтересованность в открытии своего дела. При этом некоторая часть респондентов планируют старт бизнеса в ближайшем будущем, а кто-то уже является самозанятым.

Молодые предприниматели в выборе сферы деятельности демонстрируют разносторонние интересы. Больше всего молодежь привлекает торговая деятельность, к которой также относится и работа с маркетплейсами. Высоким спросом пользуются сферы услуг для населения, включающие в себя образовательные и бьюти-направления. Также можно увидеть интерес к производству товаров, креативным индустриям и общественному питанию.

Среди мотивационных факторов молодежь выделяет стремление к финансовой стабильности, самостоятельности, возможность выстраивать гибкий график работы и, конечно же, реализация своего творческого потенциала, собственных идей.

Если перейти к барьерам, с которыми сталкиваются молодые люди, несмотря на высокую заинтересованность, то преобладающим является дефицит профессиональных компетенций — фактор, который в современных исследованиях устойчиво коррелирует с отсутствием системной поддержки производителей и устаревшими образовательными программами [1, с. 43].

Но также стоит заметить, что цифровое преобразование экономики значительно влияет на развитие малого бизнеса и самозанятости среди молодежи. Современные технологии в какой-то мере упрощают процесс запуска своего дела, особенно в сферах коммерции (электронной) и онлайн-услуг.

Касаясь перспектив развития, следует отметить, что мнения респондентов о развитии предпринимательства разошлись. Позитивно настроенные респонденты видят потенциал для роста, в то время как другие, напротив, проявляют осторожный подход. Однако важно уточнить, что общий настрой у респондентов остается оптимистичным.

Проведенное исследование демонстрирует готовность молодежи к малому бизнесу и самозанятости, но при условии наличия необходимой поддержки со стороны государства, которая может быть выражена в создании финансовых механизмов поддержки, организации консультационной помощи (юриста, бухгалтера), развитии образовательных программ и проведении психологической подготовки для тех, кто собирается открыть свое дело.

При реализации комплексного подхода к поддержке предпринимательства среди молодежи сектор малого бизнеса и самозанятости может значительно расшириться.

Библиографический список

1. *Качество человеческого капитала и перспективы развития сельских территорий* / О. В. Захарова, Д. В. Грязных, Л. Г. Суворова, А. Г. Иванов // Теория и практика общественного развития. 2024. № 4 (192). С. 39–48.
2. *Рахмеева И. И., Клейменов М. В.* Мотивация российских предпринимателей начала XXI века: субъективное восприятие бизнесменов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2024. № 4. С. 68–77.
3. *Рахмеева И. И., Клейменов М. В.* Отношение школьной Свердловской молодежи к предпринимательской деятельности и образ современного российского бизнесмена // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2024. № 2. С. 67–76.

Научный руководитель: *О. В. Толмачёва*,
кандидат экономических наук, доцент

Молодежь и здоровый образ жизни

Аннотация. В статье представлены результаты социологического опроса «Молодежь и здоровый образ жизни (ЗОЖ)», проведенного в Уральском государственном экономическом университете среди обучающихся и работающей молодежи в возрасте от 18 до 35 лет. Автор анализирует статистику формирования ЗОЖ в условиях ускоренного ритма жизни и влияния соцсетей, оценивает перспективы развития культуры здоровья среди молодежи как ресурса социального благополучия и личностного развития.

Ключевые слова: молодежь; здоровый образ жизни; мотивация; барьеры; социальные сети; физическая активность.

Формирование здорового образа жизни (ЗОЖ) в молодежной среде является неотъемлемой частью социализации современного человека, поскольку с его помощью обеспечивается не только физическое благополучие, но и устойчивость к стрессовым факторам цифровой эпохи.

Ценностные ориентации на здоровье и саморазвитие стали новым стандартом жизненной стратегии молодежи, помогающим адаптироваться к требованиям современного общества [2; 3]. Тема актуальна в условиях роста информационного давления и ускоренного ритма жизни, когда молодежь балансирует между ЗОЖ и ресурсными ограничениями. Почти все молодые люди имеют доступ к информации о здоровье через цифровые каналы — это позволяет онлайн получать знания о питании, физической активности и психологической гигиене [1; 4].

Также в условиях нынешней реальности обучающиеся Уральского государственного экономического университета при помощи социальных сетей получают доступ к фитнес-тренировкам, рецептам здорового питания и мотивационному контенту.

Исходя из сводных данных анкетирования, представленных в табл. 1 и 2, мы видим, что осознанность респондентов в вопросах здоровья возросла и стала практически всеобщей. Однако, более интересен тот факт, что ключевым компонентом ЗОЖ 87,8 % опрошенных считают отсутствие вредных привычек, тогда как психологическое равновесие занимает лишь пятое место (31,7 %), что свидетельствует о традиционном подходе к пониманию здоровья.

Исходя из сводных данных, представленных в табл. 2, мы видим, что количество респондентов, имеющих мотивацию к ЗОЖ, является практически стопроцентным (95,1 % мотивированы желанием хорошо выглядеть). Однако, более интересен тот факт, что существует значительный разрыв между высокой мотивацией (95,1 и 75,6 %) и реальными возможностями ее реализации: 65,9 % указывают на нехватку времени, 43,9 % — на лень и отсутствие силы воли, что обусловлено

противоречием между эстетическими устремлениями молодежи и объективными ресурсными ограничениями повседневной жизни.

Т а б л и ц а 1

Структура восприятия понятия «здоровый образ жизни» (N = 41)

Компонент ЗОЖ	Количество ответов	Доля, %
Отсутствие вредных привычек (курение, алкоголь)	36	87,8
Регулярные занятия спортом	30	73,2
Режим сна и отдыха	29	70,7
Правильное питание (диета, подсчет калорий)	24	58,5
Психологическое равновесие (отсутствие стресса)	13	31,7

Т а б л и ц а 2

**Мотиваторы и барьеры для ведения здорового образа жизни
(сравнительный анализ), %**

Мотиваторы и барьеры	Доля
Мотиваторы	
Желание хорошо выглядеть	95,1
Забота о будущем здоровье	75,6
Пример друзей или блогеров	19,5
Рекомендации врача	9,8
Требования в спортивной секции	7,3
Барьеры	
Нехватка свободного времени	65,9
Лень и отсутствие силы воли	43,9
Нехватка денег	39,0
Стресс и усталость	26,8
Влияние окружения	12,2

Данный социальный запрос поддерживает многие виды здоровые сберегающих практик, таких как регулярная физическая активность (51,2 % занимаются 2–3 раза в неделю), умеренное питание (70,7 % стараются не злоупотреблять вредным), а также рефлексия собственного образа жизни. Исключением являются системные факторы, реализация которых на индивидуальном уровне затруднена: нехватка свободного времени (65,9 %), дефицит финансовых ресурсов (39,0 %) и психологические барьеры (43,9 %).

Чтобы молодежь воспринимала ЗОЖ как привычную норму, нужно создать более развитую инфраструктуру и информационную среду. Это поможет справиться с нехваткой времени и финансовых средств. Образовательные программы стоит дополнить интерактивными занятиями,

которые позволят участвовать в мероприятиях по продвижению ЗОЖ как в индивидуальном, так и в групповом формате.

Важно сосредоточиться на том, чтобы размещать профессиональные материалы по медицине и психологии в соцсетях, где уже активно общается молодежь (85,4 % опрошенных именно там ищут нужную информацию). Так молодые люди смогут получать проверенные знания в удобном формате, когда угодно — это ускорит формирование полезных привычек, улучшит качество жизни.

Библиографический список

1. Кузнецова Е. А., Морозова Т. В. Влияние социальных сетей на представления о здоровье у молодежи 18–35 лет // Глобальный научный потенциал. 2024. № 2. С. 15–23.
2. Петрова А. С., Иванов Д. М. Формирование здорового образа жизни у студенческой молодежи в условиях цифровой среды // Вестник молодежной политики. 2022. № 3. С. 45–52.
3. Сидоров В. К. Мотивационные факторы ведения здорового образа жизни среди работающей молодежи // Социологические исследования. 2023. № 5. С. 78–85.
4. Смирнов А. П. Барьеры на пути к здоровому образу жизни: социологический анализ // Молодежь и общество. 2023. № 4. С. 33–41.

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

С. И. Крамарь

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социальные сети в жизни молодежи: влияние на ценности и психоэмоциональное состояние

Аннотация. В статье представлены результаты опроса молодежи ($n = 34$) в возрасте 18–21 года, проведенного с целью изучения интенсивности использования социальных сетей, предпочтения платформ, восприятия транслируемых ценностей и эмоциональных эффектов. Выявлено, что социальные сети занимают значительное место в повседневной жизни респондентов, выполняя двойственную функцию: развлечения и источника неудовлетворенности. Показано, что молодежь осознанно подходит к выбору платформ и контента, а главным способом снижения негативного влияния считает развитие критического мышления и медиаграмотности.

Ключевые слова: социальные сети; молодежь; цифровая среда; ценности; медиаграмотность; психоэмоциональное состояние.

Современная цифровая среда стала неотъемлемой частью жизни молодого поколения. Социальные сети не только выполняют

коммуникативную функцию, но и формируют ценностные ориентиры, влияют на самооценку и поведение. Также важен фактор доверия индивидов в цифровой среде, поскольку процессы цифровизации совмещаются с трансформацией финансового сектора¹.

Целью данного исследования стало выявление особенностей использования социальных сетей среди молодежи, а также оценка их влияния на систему ценностей и эмоциональное состояние.

Эмпирическую базу составили результаты опроса, проведенного в марте 2026 г. Аудитория преимущественно женская (64,7 %), 70 % опрошенных находятся в возрасте 18–21 года, 47,1 % имеют неоконченное высшее образование, 44,1 % только учатся, 35,3 % совмещают учебу с работой.

Интенсивность использования. Абсолютное большинство (94,1 %) пользуются социальными сетями ежедневно, причем по несколько раз в день. При этом 58,8 % проводят в них от 1 до 3 ч в день, а 26,5 % — более 3 ч. Таким образом, у 85 % молодых людей на соцсети ежедневно уходит не менее часа, что свидетельствует о глубокой интеграции цифровых платформ в повседневную жизнь.

Предпочтения платформ и контента. Наиболее популярной платформой стал *Telegram* (100,0 %). Высокую вовлеченность демонстрируют *TikTok* (70,6 %), *YouTube* (64,7 %) и *VK* (58,8 %). По содержанию преобладает развлекательный контент (91,2 %), однако существенную долю составляют новости/аналитика (50,0 %), музыка (50,0 %) и образовательные материалы (47,1 %). Это указывает на то, что соцсети для молодежи являются не только средством досуга, но и каналом получения актуальной информации и специальных знаний.

Восприятие влияния и ценностей. Более половины респондентов признают влияние социальных сетей на свои взгляды и ценности: 38,2 % считают, что они «скорее влияют», а 20,6 % — «значительно влияют». Среди ценностей, которые, по мнению опрошенных, продвигаются в соцсетях, лидируют карьера (58,8 %), здоровый образ жизни (58,8 %), семья/дети (55,9 %), саморазвитие (55,9 %) и материальный успех (52,9 %), дружбы и общения (35,3 %), путешествий, новых впечатлений (23,5 %).

При этом наблюдается разрыв между транслируемыми образами и внутренними ощущениями. Только 8,8 % полностью согласны с тем, что увиденное в соцсетях соответствует их жизненным целям, 41,2 % скорее согласны, а 29,4 % либо затрудняются ответить, либо не

¹ Клейменов М. В. Доверие как фактор развития финансовой грамотности населения в эпоху цифровой трансформации // Финансовая грамотность: тренды, форматы, стратегические задачи развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 2 ноября 2023 г.). Курск: Университетская книга, 2023. С. 44.

согласны. Более половины (52,9 %) респондентов «иногда» испытывают ухудшение настроения или чувство неудовлетворенности после пребывания в соцсетях, а 17,6 % сталкиваются с этим регулярно.

Критическое восприятие и пути решения. Большинство опрошенных обращают внимание на источник контента (41,2 % — всегда, 52,9 % — иногда). 85,3 % заявили, что избегают некоторых социальных сетей. Главная причина — «слишком много негатива» (более 60 % ответивших). В качестве наиболее эффективных мер по снижению отрицательного влияния респонденты выделяют развитие критического мышления (58,8 %) и повышение медиаграмотности (47,1 %).

Выводы. Социальные сети занимают одно из центральных мест в жизни молодежи. При этом в оценках и восприятии феномена отмечается дуализм: с одной стороны, соцсети выступают источником развлечения и информации, с другой — вызывают чувство неудовлетворенности из невыгодного сравнения себя с транслируемыми образами успеха.

Молодежь проявляет осознанность в потреблении контента, избегает платформ с высоким уровнем негатива и делает ставку на развитие собственных когнитивных навыков как главный инструмент защиты.

Полученные результаты могут быть использованы при разработке образовательных программ по цифровой гигиене, а также в деятельности платформ по созданию более качественной и безопасной цифровой среды.

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

В. Д. Кузнецова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Здоровый образ жизни как тренд современности

Аннотация. В статье представлены результаты опроса, проведенного в МАОУ школе № 15 г. Каменска-Уральского среди учеников, родителей, педагогов. Анализируется статистика ответов по теме здорового образа жизни, оцениваются перспективы потребления качественных продуктов.

Ключевые слова: здоровый образ жизни; спорт; правильное питание.

Здоровый образ жизни представляет собой систему индивидуальных привычек, направленных на предупреждение заболеваний и общее укрепление организма [3, с. 10]. Следование обозначенным принципам способствует реализации жизненных планов, повышает устойчивость человека к стрессам и перегрузкам. Забота о собственном здоровье

в наши дни превращается в необходимое условие обеспечения достойного существования и активного долголетия. Данная тема весьма актуальна: в продуктовых магазинах появляется все больше товаров, имеющих полезный состав и способствующих качественному изменению рациона. На сегодняшний день хорошая фигура стала одним из показателей социальной успешности. Однако, следует принимать в расчет тот факт, что красота начинается с соблюдения норм правильного питания, при котором можно полностью отказаться от вредной еды, перейдя на дополняющие рацион полезные продукты.

В 2024 г. автором было проведено исследование в школе № 15 г. Каменска-Уральского (анкетный опрос, $n=180$). 80 % респондентов составили старшеклассники, оставшиеся 20 % включали педагогов и родителей учеников. Исходя из сводных данных, представленных в табл. 1, можно увидеть, что лишь 23 % употребляют вредную продукцию на ежедневной основе; 48% регулярно занимаются спортом; 50 % придерживаются норм правильного питания, включая витамины; 35 % — полезные сладости.

Результаты анкетирования

Как часто вы употребляете вредную пищевую продукцию?		
23 % — каждый день	69 % — редко	8 % — не употребляю вредную продукцию
Как часто вы занимаетесь спортом?		
48 % — регулярно	52 % — редко	
Придерживаетесь ли вы принципов правильного питания?		
50 % — да	50 % — нет	
Употребляете ли вы витамины?		
50 % — да	50 % — нет	
Какие сладости вы употребляете?		
35 % — полезные (без сахара)	65 % — вредные	

Результаты опроса свидетельствуют о том, что люди начинают уделять больше внимания своему здоровью: занимаются спортом, принимают витамины, стараются не покупать продукты с вредным составом. Взаимосвязь между физическим совершенствованием и внутренней самодисциплиной находит отражение в научных исследованиях. Подчеркивается корреляция между регулярным соблюдением правил здорового образа жизни и формированием морально-волевых качеств личности, способствующих ее саморазвитию. Здоровое питание не только препятствует заболеваниям, но и повышает качество жизни [2, с. 156]. Поэтому вполне обоснованным становится «возрастающий исследовательский интерес к проблемам повышения качества

жизни граждан через создание достойных условий их жизнеобеспечения..., поскольку без этого невозможно прогрессивное развитие современного общества» [1, с. 171].

Продвижение режима сбалансированного питания — тренд современности: только так население может задуматься о качестве еды, снизив риск развития ожирения и диабета. На сегодняшний день в данной индустрии наблюдается настоящий прорыв, поскольку новые технологии позволяют создавать продукты, не отличающиеся от классических и имеющие полезный состав.

Таким образом, большинство респондентов считают здоровый образ жизни значимым фактором своего существования и готовы бороться с вредными привычками.

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. *Гринвальд В. В., Грязных Д. В.* Философия спортивного характера: как дисциплина и саморазвитие формируют будущих чемпионов // Аграрная наука в контексте времени: сб. тр. LX Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Тюмень, 12 марта 2025 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2025. С. 155–161.

3. *Тимошевский А. А.* Здоровый образ жизни и профилактика заболеваний. Сборник практических работ для аудиторной и самостоятельной работы: учеб.-метод. пособие для обучающихся по направлениям медицинского образования. М.: НИИОЗММ ДЗМ, 2023. 62 с.

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

Отношение молодежи к науке как фактор конкурентоспособности территории

Аннотация. В публикации изложены итоги опроса, посвященного восприятию науки молодыми людьми. Опрошено 30 студентов. Зафиксирован разрыв: с одной стороны — признание важности науки, с другой — слабая готовность строить научную карьеру. В качестве главных препятствий названы невысокий заработок и долгий путь к признанию. Установлено, что участие в олимпиадах и конференциях заметно усиливает интерес к исследованиям. Полученные данные дают основание утверждать: для повышения конкурентоспособности регионов необходимо активнее вовлекать молодежь в науку.

Ключевые слова: молодежь; наука; человеческий капитал.

Экономическое развитие регионов сегодня во многом определяется способностью удерживать талантливую молодежь в исследовательской и инновационной сферах. Однако на практике позитивное отношение к науке далеко не всегда перерастает в профессиональный выбор. Цель работы — выявить особенности восприятия науки молодыми людьми и факторы, влияющие на их интерес к научной деятельности.

Объект исследования — молодежь как социальная общность.

Предмет — характер восприятия науки и обстоятельства, определяющие интерес к научной карьере.

Эмпирическую базу составил анкетный опрос 30 студентов вуза и колледжа в возрасте 16–21 года. Применялась авторская анкета, включавшая закрытые и открытые вопросы.

Результаты. 80 % респондентов проявляют интерес к научным открытиям. 93 % признают науку важной для развития общества. При этом лишь 17 % готовы окончательно связать свою профессию с научной деятельностью. Еще 33 % рассматривают такой вариант как возможный, но без твердой уверенности.

В числе основных барьеров, мешающих приходу в науку, названы: низкий уровень оплаты (87 % опрошенных) и длительный путь к успеху (70 %).

Участие в олимпиадах и конференциях дает заметный эффект: среди тех, кто имел такой опыт, 77 % отметили усиление интереса к исследовательской работе.

Обсуждение. Полученные предположения: молодежь положительно оценивает науку, но не связывает с ней свое профессиональное будущее. Причина — в устойчивых представлениях о низкой престижности научного труда и его недостаточной материальной привлекательности. Впрочем, есть и другая грань проблемы. Сама природа научного

поиска требует развитых творческих способностей. Они, как показывают исследования, не возникают на пустом месте, а «вырастают из опыта предыдущих поколений» и личной практики приобщения к творческой деятельности: «Необходимо многому учиться и овладевать сложившейся традицией»¹. Без этого наука остается для молодежи внутренне чужеродной сферой.

Ключевой фактор, повышающий интерес к науке — личное участие в научных мероприятиях. Этот вывод имеет прямое практическое значение.

Для повышения конкурентоспособности территорий требуются меры, направленные на:

- материальную поддержку молодых исследователей;
- сокращение временного разрыва между началом карьеры и достижением значимых результатов;
- системное вовлечение молодежи в научно-исследовательскую деятельность через образовательные и проектные форматы.

Научный руководитель: *П. С. Куклинова*,
кандидат экономических наук

А. А. Мартынюк, Д. Д. Перова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Влияние социальных сетей на межличностную коммуникацию студентов

Аннотация. На основе проведенного авторами социологического опроса ($n = 50$) анализируется влияние социальных сетей на межличностное взаимодействие студентов УрГЭУ. Рассматриваются популярные сервисы, временные затраты, целевая структура активности. Фиксируется парадокс: при осознании ценности реальных контактов у значительной части опрошенных наблюдается замещение живого общения виртуальным.

Ключевые слова: цифровые платформы; студенты; межличностное взаимодействие; социальные сети; коммуникативные практики.

Цифровая среда занимает все более прочное место в повседневных привычках молодежи. Социальные сети и мессенджеры становятся главной площадкой для общения. Они фактически проникли в систему дистанционного образования [3, с. 208].

¹ Фахрутдинова Я. С., Набисламова А. И., Грязных Д. В. Смысл творчества и его значение в жизни людей // Молодежная наука для развития АПК: сб. тр. LX Студенческой науч.-практ. конф. (Тюмень, 14 ноября 2023 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2023. С. 78.

Цель исследования — выявить, как цифровые платформы перестраивают межличностную коммуникацию студентов.

Эмпирическую базу составили результаты анкетного опроса студентов очного отделения УрГЭУ ($n = 50$) (64 % девушек, 36 % юношей. 72 % в возрасте 18–19 лет, 62 % — первокурсники; выборка репрезентативна для младших курсов).

Выяснилось, что чаще всего студенты используют *Telegram* (88 %), затем *VK* (58 %) и *TikTok* (56 %). *Telegram* лидирует благодаря скорости, удобству и возможности создавать закрытые каналы. 68 % опрошенных проводят в соцсетях от трех до пяти часов и более, 28 % — свыше пяти часов ежедневно. Основная цель — общение с друзьями (94 %), далее развлечения (66 %), новости (56 %), учеба и работа (54 %). Лишь 6 % ищут новые знакомства — соцсети служат преимущественно поддержанию уже сложившихся отношений.

Частота реальных встреч оценивается как меньшая, чем желаемая: 46 % видятся с друзьями несколько раз в месяц, 6 % почти не встречаются очно, только 32 % общаются ежедневно в физическом пространстве. 62 % участников признали, что соцсети частично заменяют живое общение, при этом 4 % считают замену полноценной, а 34 % видят в них полезное дополнение к «жизни». Похожую картину значительного разрыва между осознанием ценности живого общения и реальным поведением дает исследование отношений молодежи с современными гаджетами [1, с. 153].

72 % опрошенных хотя бы иногда испытывают неловкость при переходе от виртуального общения к реальному (30 % — часто, 42 % — иногда). 82 % согласны, что общение в соцсетях становится более поверхностным. При этом 78 % считают реальные контакты более важными, чем виртуальные, и никто не поставил соцсети выше живого общения.

С последними результатами коррелирует поддержка опрошенными идеи ограничения доступа к соцсетям для несовершеннолетних (48 %). При этом 40 % отнеслись к инициативе нейтрально, а 12 % высказались против.

Социальные сети решают важные коммуникативные задачи, но ведут к сокращению очных встреч, снижению глубины взаимодействия и появлению трудностей в реальном общении [1, с. 152]. При высокой оценке значимости живых контактов студенты не склонны добровольно ограничивать себя в трафике. Из осознания этого противоречия растет запрос на образовательные меры по формированию навыков цифровой гигиены.

Таким образом, зависимость от социальных сетей и интернета превратилась в характерную примету современного общества, участвующую в определении его перспектив [2, с. 146].

Библиографический список

1. *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.
2. *Корнильцева Е. Г.* Интернет-зависимость россиян // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 5-6 (92). С. 144–146.
3. *Клейменов М. В.* Внедрение образовательных онлайн-технологий в классической заочной форме обучения в университете // Драйвер неиндустриального и инновационного развития России: материалы II Уральского экономического форума: в 2 т. (Екатеринбург, 21–22 октября 2020 г.) Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. Т. 1. С. 206–209.

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

А. А. Матвеева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблемы трудоустройства молодежи на современном рынке труда

Аннотация. В данной статье представлены результаты социологического опроса, проведенного среди молодых специалистов и студентов. Автор анализирует статистику по барьерам при трудоустройстве, оценивает влияние дефицита практических навыков и несоответствия зарплатных ожиданий.

Ключевые слова: молодые специалисты; трудоустройство; рынок труда; практические навыки; занятость молодежи

Трудоустройство молодежи на современном рынке труда остается одной из наиболее острых социально-экономических проблем. Молодые специалисты сталкиваются со сложной ситуацией: для получения работы необходим опыт, но для приобретения опыта требуется работа. В условиях кадрового голода предприятия продолжают предъявлять высокие требования к кандидатам, что создает дополнительные барьеры для выпускников [1, с. 78]. Актуальность темы обусловлена необходимостью выявления реальных причин, затрудняющих вход молодежи на рынок труда, и поиска путей их преодоления.

С целью изучения данных проблем автором был проведен опрос, в котором приняли участие 30 респондентов — представители молодежи, имеющие или ищущие работу. Результаты показали неоднородную картину занятости: постоянно работают 40 % опрошенных, временно или частично — 23 %. Таким образом, почти каждый четвертый находится в состоянии активного поиска, что подтверждает высокую напряженность на начальном этапе карьеры.

Наиболее значимые трудности при поиске работы, по мнению респондентов, представлены в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Основные трудности при поиске работы, %

Трудность	Доля от числа опрошенных
Требования опыта работы	83
Неуверенность в себе, неумение презентовать себя	37
Отсутствие «нужных» связей и знакомств	23
Несоответствие зарплатных ожиданий и предложений	57
Нехватка информации о рынке труда	17

Как видно из табл. 1, главным барьером становится требование опыта (83 %). Этот результат полностью связан с ответом на вопрос о причинах нежелания работодателей брать молодых специалистов без опыта (табл. 2): 87 % опрошенных указали недостаток практических навыков и знаний. Таким образом, ключевая проблема лежит в практической плоскости — образование дает теорию, но не формирует нужных компетенций.

Т а б л и ц а 2

Причины нежелания работодателей брать молодых специалистов без опыта, %

Причина	Доля от числа опрошенных
Недостаток практических навыков и знаний	87
Нежелание вкладывать средства в обучение новичков	60
Низкая мотивация, несерьезное отношение к работе	33
Несоответствие зарплатных ожиданий и квалификации	30
Отсутствие «деловых связей» у молодых специалистов	6

Что касается приоритетов молодежи при выборе работы, то здесь лидирует удобный график (77 %), далее следуют высокий уровень заработной платы (63 %) и комфортные условия труда (57 %). Интересно, что стабильность и уверенность в завтрашнем дне важны лишь для

23 %. Это отражает смену ценностных ориентаций: молодые люди все чаще выбирают гибкость и комфорт вместо долгосрочной привязанности к одному месту работы. Как показывают результаты исследований в этой области, низкое качество накопленных знаний и умений, а также разрыв между полученной подготовкой и реальными запросами производства становятся серьезным барьером для развития как отдельных отраслей, так и целых территорий: «Требуется иное качество обучения специалистов, включающее в себя не только инновационные компетенции, но и формирование чувства места» [2, с. 45].

Таким образом, проведенный опрос позволил выявить системное противоречие: рынок труда требует опыта, но не готов системно его предоставлять молодежи; работодатели избегают затрат на обучение, а образовательные учреждения не обеспечивают достаточного уровня практической подготовки. Для преодоления сложившейся ситуации необходимо развитие оплачиваемых стажировок, внедрение практико-ориентированных модулей в образовательные программы и формирование у студентов навыков самопрезентации и поиска работы.

Библиографический список

1. *Гущин А. В., Костюкова Ю. Ю.* Актуальность, цели, задачи и методика оценки результативности системы управления охраной труда // Техносферная безопасность в XXI веке: сб. трудов XI Всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Иркутск, 1–3 декабря 2021 г.). Иркутск: ИРНИТУ, 2021. С. 77–83.
2. *Качество человеческого капитала и перспективы развития сельских территорий* / О. В. Захарова, Д. В. Грязных, Л. Г. Суворова, А. Г. Иванов // Теория и практика общественного развития. 2024. № 4 (192). С. 39–48.

Научный руководитель: *Е. А. Тихомирова*,
кандидат психологических наук, доцент

Отношение населения к предпринимательской деятельности и готовность к открытию собственного бизнеса

Аннотация. В статье представлены результаты социологического опроса, направленного на изучение отношения людей к предпринимательству и их готовности начинать свое дело. Проанализированы мотивы, барьеры и осведомленность о государственной поддержке. Выявлено расхождение между высоким желанием заняться бизнесом и низкой реальной активностью.

Ключевые слова: предпринимательство; малый бизнес; мотивация; барьеры; господдержка.

Развитие предпринимательской активности — одна из ключевых задач экономики. Малый и средний бизнес считается важным фактором экономического роста и создания рабочих мест. Однако, несмотря на помощь со стороны государства, уровень реальной предпринимательской активности остается нестабильным, а страх перед открытием собственного дела — очень высоким. В условиях экономической нестабильности особенно важно понять, что подталкивает людей к созданию бизнеса, а что, наоборот, останавливает.

Для изучения мнения респондентов по данной теме проведен социологический опрос (онлайн-анкетирование). В нем участвовали люди старше 18 лет. Большинство опрошенных — молодежь 18–25 лет (83,3 %), преимущественно девушки (83,3 %). У многих есть высшее (46,7 %) или незаконченное высшее образование (30,0 %), и они работают по найму (66,7 %). Уровень дохода — средний: 56,7 % хватает на основные нужды, но купить машину или квартиру не могут. Т. е. участники опроса — это образованные, экономически активные молодые люди в начале карьерного пути. Результаты показывают, что в целом респонденты одобряют предпринимательскую деятельность: 86,7 % относятся к бизнесменам положительно, считая их движущей силой экономики. При этом 70,0 % не имеют собственного опыта ведения бизнеса. Однако каждый пятый (20,0 %) серьезно рассматривает возможность открыть свое дело. Это говорит о наличии скрытого предпринимательского потенциала, который пока не реализован. Желание открыть бизнес выразили 86,7 % (50,0 % — «определенно да», 36,7 % — «скорее да»). Главная причина — стремление к более высокому доходу (43,3 %). На втором месте — желание независимости и работы на себя (33,3 %). Собственные идеи вдохновляют 16,7 %.

Лишь 6,7 % идут в бизнес от безысходности из-за отсутствия подходящей работы. Значит, большинство делает это по внутреннему желанию — ради дохода, свободы или самореализации.

Несмотря на высокую мотивацию, на пути встают серьезные препятствия. Главное — страх потерять стабильность и остаться без дохода (34,5 %). Второй барьер — отсутствие стартового капитала (31 %). Далее идут: высокие налоги и сложная отчетность (13,8 %), неуверенность в своих знаниях (10,3 %), сложная экономическая ситуация (6,9 %), бюрократия (3,4 %). 70,0 % согласны, что начинать бизнес в нынешних условиях очень рискованно. В современных условиях предпринимательская деятельность также сталкивается с вызовами нового типа, связанными с высокой рыночной неопределенностью, ускоренной цифровизацией, нестабильностью потребительского спроса и высокой вероятностью неудачи стартапов [1, с. 11].

Один из тревожных выводов: государство плохо доносит информацию о доступной помощи. Хотя 76,7 % что-то слышали о программах поддержки, реально воспользовались ими лишь 3,3 %. Еще 20,0 % ничего не знают о таких мерах. То есть инструменты поддержки существуют, но остаются практически недоступными для людей.

Какие сферы деятельности предпочитают молодые люди? Лидирует сфера услуг (55,2 %) — например, бытовые услуги, курсы, красота. Второе место — ИТ и цифровые технологии (17,2 %), что связано с трендом на цифровизацию. Торговля и общепит — по 10,3 %. Производство и сельское хозяйство (по 3,4 %) оказались в конце списка, так как требуют больших вложений.

Что касается факторов успеха, 70,0 % считают, что успех зависит не от возраста, а от личных качеств. Это говорит о высокой вере в собственные силы. Только 16,7 % думают, что преимущество у людей среднего возраста с опытом и связями, а 13,3 % — что у молодых как носителей новых идей.

Выводы. В молодежной среде сложился устойчивый положительный образ предпринимателя, 86,7 % хотели бы открыть бизнес. Однако реальный опыт есть только у 10,0 %. Молодежь рассматривает бизнес как способ получения высокого дохода и независимости. Главное препятствие — страх потери стабильности, который даже важнее отсутствия денег. Государство обещает поддержку, но получить ее трудно. Люди верят, что успех зависит от них самих, и готовы отвечать за свою жизнь.

Таким образом, «в обществе, которое усложняется в режиме реального времени, конкурентные преимущества получают те, чей профессиональный и личностный горизонт не ограничивается монетизацией однажды присвоенной квалификации» [2, с. 39].

Библиографический список

1. Агафонова И. В. Моделирование бизнес-реалий: от концептуальной ценности к операционной эффективности // Деловой вестник предпринимателя. 2024. № 4 (18). С. 10–12.

2. Лысенко В. В. Состояние, тенденции и перспективы рынка труда и структуры занятости населения ХМАО-Югры: общее и особенное // Достойный труд — основа стабильного общества: материалы XV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14–18 ноября 2023 г.). Екатеринбург, 2023. С. 36–40.

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

Д. И. Никифорова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Уровень социального оптимизма и взгляд в будущее

Аннотация. В статье представлены результаты социологического опроса, проведенного для жителей города Екатеринбург в возрасте от 18 лет и старше. Автор анализирует статистику по процессу уровня социального оптимизма, насколько оптимистично люди оценивают свое настоящее и будущее, одинаково ли люди смотрят на свою личную жизнь и на то, что ждет страну.

Ключевые слова: социальный оптимизм; уверенность в будущем.

Актуальность темы обусловлена тем, что мир одновременно столкнулся с беспрецедентным набором вызовов — от климатического кризиса и пандемий до экономической нестабильности и военных конфликтов, — которые порождают массовую тревогу, чувство бессилия и беспомощности [2, с. 1710]. В такой атмосфере именно социальный оптимизм выступает не как наивное игнорирование проблем, а как критически важный ресурс, позволяющий обществу не впасть в паралич страха и сохранить способность к долгосрочному планированию.

Социальный оптимизм является не просто отражением настроений, а важным фактором, влияющим на социальное самочувствие, экономическую активность граждан (готовность тратить, инвестировать, рожать детей) и уровень доверия к социальным институтам. В психологии оптимизм определяют не через предвидение будущего, а через удовлетворенность текущим благополучием и общее восприятие жизни (позитивное или негативное). Также оптимизм выступает как система отношений личности к своей жизни, будущему, окружающим и себе [1, с. 170; 3, с. 20].

Как подчеркивают ведущие отечественные психологи (Г. С. Никифорова, А. А. Реан), именно позитивное отношение к миру и социальному окружению во многом определяет степень социальной зрелости личности, а, следовательно, и социального благополучия человека [4, с. 218].

В социологическом опросе приняли участие 33 чел. Исследование охватывает преимущественно молодежную аудиторию: более 60 % участников находятся в возрасте от 18 до 25 лет. Доля респондентов старше 45 лет суммарно не превышает 15 %. Таким образом, результаты отражают в первую очередь мнение молодого поколения.

Также следует подчеркнуть, что около 40 % респондентов не имеют личного дохода (преимущественно студенты), при этом каждый четвертый (24 %) имеет доход выше среднего (более 60 тыс. р.).

Исходя из понимания социального оптимизма, проанализировано текущее настроение опрашиваемого населения (рис. 1). Ответы респондентов сильно разделились. В группе преобладает позитивный эмоциональный фон: 42,4 % респондентов оценивают свое состояние как «прекрасное, оптимистичное». Тем не менее, суммарно около 40 % опрошенных находятся в деструктивных состояниях (тревога или апатия), что свидетельствует о высоком уровне психологического напряжения у значительной части выборки.



Рис. 1. Результаты опроса текущего настроения, %

Уверенность в своем будущем в разных аспектах жизни людей имеет не менее важное место в определении социального оптимизма населения (рис. 2). Исходя из полученных данных: чуть больше трети респондентов не совсем уверены в своей дальнейшей жизни в плане работы, дохода и личной жизни. Очень маленький процент людей (15,2 %), кто может точно сказать, что полностью уверен и знает, что его ожидает в дальнейшей жизни.



Рис. 2. Результаты опроса социального оптимизма, %

Опрос показал, что население чувствует себя благополучно и готово активно менять свою жизнь, но испытывает серьезную тревогу и неопределенность относительно будущего экономической и политической систем России. Наблюдается парадокс: респонденты счастливы здесь и сейчас, но ждут экономического кризиса в стране и сомневаются в ее будущем.

Библиографический список

1. *Арскиева З. А.* Исследование оптимистического и пессимистического мировосприятия студентов // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 4 (59). С. 169–171.
2. *Боташева Ш. Х.* Роль социального оптимизма в изменении социальной стратификации общества // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 1710.
3. *Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г., Родионова А. В.* Экономический оптимизм/пессимизм в трансформирующемся обществе: динамика и структурная дифференциация // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. 2007. № 1 (31). С. 19–25.
4. *Колесов В. И.* Социальное здоровье студентов // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2009. № 2 (42). С. 217–229.

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

Взаимосвязь совмещения работы и учебы студентов с их успеваемостью и эмоциональным состоянием

Аннотация. В статье исследуется комплексное влияние совмещения занятости и учебы в высших учебных заведениях на психоэмоциональное состояние, а также успеваемость и посещаемость студентов.

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

В современной социально-экономической реальности модель студента, полностью сосредоточенного исключительно на учебном процессе, перестает быть доминирующей. Все большее распространение получает практика совмещения занятости с обучением в вузе. Это явление обусловлено комплексом причин: от объективной необходимости финансовой самостоятельности и помощи семье до стремления к профессиональному самоопределению, накоплению опыта и конкурентных преимуществ на рынке труда еще до получения диплома [1, с. 2].

Мы провели опрос студентов, учащихся в высших учебных заведениях. В опросе приняли участие 44 студента, 34 из которых совмещают учебу в университете и работу. Важно отметить, что студенты, ответившие, что не работают, дальнейшего участия в опросе не принимали.

Анализ данных показал, что 35 % опрошенных работают по 5–10 ч в неделю, что позволяет им не перегружать себя и иметь заработок. 26 % опрошенных ответили, что работают 10–20 ч, 9 % — 20–30 ч, 30 % — работают более 30 ч, это количество является почти равным выработке взрослых граждан на полной ставке.

91 % опрошенных студентов предпочитают гибкий график работы, нежели полную занятость.

На вопрос «Пропускаете ли вы учебные занятия из-за работы?» 51 % опрошенных ответили «иногда», 29 % — крайне редко, 11 % — часто, 9 % — никогда.

При проведении опроса мы сосредоточили внимание на успеваемости и самочувствии студентов. На вопрос «Ухудшается ли ваша успеваемость, совмещая учебу и работу?» 41 % студентов ответили — «Да, чем больше я работаю, тем меньше времени уделяю учебе», 29 % — «Иногда, если объема в учебе/работе больше, чем я привык», 15 % — «Нет, всегда посещаю занятия и выполняю задания».

47 % ответили, что по итогам зимней сессии, в их зачетных книжках преобладают оценки «Хорошо», 27 % — «Отлично», 13 % — «Удовлетворительно», 13 % — «Неудовлетворительно».

На вопрос «Чувствуете ли вы усталость от совмещения работы и учебы?» 46 % опрошенных ответили «Да», 40 % — «Зависит от объема учебы/работы», 14 % — «Нет».

На вопрос «В каком психоэмоциональном состоянии вы чаще всего находитесь?» 41 % опрошенных ответили, что они эмоционально устойчивы и уравновешены, 39 % чувствуют переменчивое настроение, 15 % ответили «Нахожусь в подавленном состоянии», «Иногда испытываю раздражение или злость» и «Стрессовое состояние», 10 % — «Часто чувствую тревогу или беспокойство» и «Чувствую энергию и мотивацию», 5 % — «Чувствую прилив сил и позитивное настроение».

Анализ данных показал, что большинство работающих студентов учатся на 2 или 3 курсе. Возможно, это связано с тем, что студенты возраста старше 18 лет хотят иметь финансовую независимость и самостоятельность, а также наработать опыт до выпуска из университета, чтобы их резюме было более привлекательным.

Работающие студенты, зачастую, имеют более низкую успеваемость в учебе, потому что им приходится совмещать учебу с работой, одна из причин этому — дефицит денежных средств. [2, с. 1]. Также на основе проведенного анализа можно сказать, что такое совмещение деятельности сильно влияет на психоэмоциональное состояние студентов, а именно ведет к его ухудшению: почти половина опрошенных испытывают усталость от совмещения работы и учебы, более трети студентов отмечают переменчивое настроение, что указывает на стресс, эмоциональную нестабильность, вызванную высокой нагрузкой.

Библиографический список

1. Совмещение учебы и работы в студенческой среде: социологические заметки / М. В. Заплаткин, А. В. Королев, А. О. Пантюхина, Н. Е. Рыжова // Вестник НГТУ имени Р. Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2016. № 4. С. 33–41.

2. Мылласова О. В., Константинова А. Ю. Совмещение работы и учебы: всегда ли средства оправдывают цели? // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 6. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/06/68231>.

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

Музыкальные предпочтения молодежи: жанры, функции и влияние

Аннотация. Статья представляет результаты количественного исследования ($n=30$), посвященного музыкальным предпочтениям студентов. В ходе анализа были выявлены предпочтительные музыкальные жанры, а также функции, которые музыка выполняет для молодежи. Кроме того, были определены ключевые факторы, влияющие на выбор треков. Исследование показало, что музыкальное потребление претерпевает значительные изменения: переход к стриминговым платформам, разнообразие музыкальных жанров и возрастающая зависимость от алгоритмических рекомендаций. На основании полученных данных делается вывод о формировании поколения, которое использует музыку как гибкий инструмент для управления своим эмоциональным состоянием.

Ключевые слова: музыкальные предпочтения; молодежь; стриминговые сервисы; жанровая эклектика; цифровое потребление.

Молодежь в наше время уделяет музыке от двух до четырех часов в день, что делает ее неотъемлемой частью их повседневной жизни. В эпоху цифровизации и глобализации музыкальные предпочтения становятся более гибкими, переходя от строгого жанрового выбора к ситуативному потреблению контента. Цель исследования заключается в определении ключевых музыкальных предпочтений молодежи, а также в выявлении функций музыки в их жизни и факторов, влияющих на выбор жанров и исполнителей.

Эмпирическая база исследования включает результаты анкетирования 30 студентов УрГЭУ в возрасте от 16 до 22 лет, проведенного в феврале–марте 2025 г. Для анализа данных использовались методы описательной статистики.

Исследование показало, что большая часть студентов, около 90 %, ежедневно слушают музыку. Примерно 60 % опрошенных слушают сразу несколько жанров, что говорит нам о расширении жанровых границ и создании индивидуальных плейлистов под свое настроение. Самыми популярными жанрами стали поп-музыка, ее выбрали 60 % людей и рэп, его выбрали около 50 %. Более 90 % пользователей для прослушивания музыки выбрали стриминговые сервисы, в то время как за радио проголосовало лишь 10 % студентов, что говорит нам о его непопулярности в современном мире.

При выборе трека большинство основываются на своем настроении и ритме музыки которое им сейчас подойдет (93 %). Студенты чаще доверяют рекомендации алгоритмов, такие как моя волна в Яндекс.Музыке, около 60 % опрошенных, что больше, чем советам друзей, около 30 % и традиционным СМИ, лишь 10 %. Более 80 % молодых людей

слушают как русскоязычных, так и зарубежных исполнителей, является ярким примером того, как глобализация меняет вкусы при выборе музыки. Основными функциями музыки стали — фоновое сопровождение для каких-либо дел, около 90 %, так же поднятие настроения, около 80 % и рефлексии, около 60 %.

Можем сделать вывод, что в наше время музыка для молодых людей перестала быть строгим символом их принадлежности к определенной субкультуре. Теперь она стала неотъемлемой частью их жизни, помогает выразить эмоции или облегчить повседневную рутину. Молодежь создает свои уникальные музыкальные подборки, комбинируя различные жанры в зависимости от настроения и рекомендаций алгоритмов, что говорит о появлении поколения, которое формирует свои музыкальные вкусы через плейлисты [1; 2].

Эти наблюдения могут быть полезны для разработки новых стратегий в медиамаркетинге и культурной индустрии. Они подчеркивают необходимость адаптации подходов к меняющимся музыкальным предпочтениям и запросам молодежи.

Библиографический список

1. Давыдов С. Г. Музыкальные предпочтения российской молодежи в эпоху стриминговых сервисов // Социологические исследования. 2021. № 6. С. 112–120.
2. Радаев В. В. Миллениалы и музыка: поколенческий анализ музыкальных вкусов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 25–45.

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

Г. К. Ракиов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Патриотизм студенческой молодежи: ценность или декларация?

Аннотация. В статье представлены результаты авторского социологического опроса, направленного на изучение содержания, уровня и противоречий патриотических установок современной студенческой молодежи. Выявлен разрыв между декларируемой идентичностью и поведенческими практиками, а также отношение молодежи к эмиграции и патриотическому воспитанию.

Ключевые слова: патриотизм; студенческая молодежь; социальные установки; эмиграционные настроения; патриотическое воспитание.

Тема патриотизма в современной России является одной из ключевых в дискурсе о национальной безопасности, социальной консолидации

и человеческом капитале. Особый интерес представляет поколенческий срез: как понимают и переживают патриотизм молодые люди 18–22 лет, чья социализация проходила в условиях цифровой среды и турбулентной геополитики. Цель данной работы — на основе эмпирических данных выявить содержательные характеристики и внутренние противоречия патриотического сознания студенчества.

Эмпирическая база исследования представлена результатами авторского опроса ($n = 20$, целевая выборка). Характеристики респондентов: 100 % — студенты; гендерное распределение: 70 % лица мужского пола, 30 % — женского пола. Опрос включал закрытые и открытые вопросы, позволяющие фиксировать как декларируемые установки, так их обоснованность.

Результаты показывают, что доминирующее понимание патриотизма носит эмоционально-ценностный характер. Около 80 % респондентов определяют патриотизм через «любовь к Родине/Отечеству». Расширенные определения, включающие готовность к защите и ответственность, встречаются в 15 % случаев. Лишь 5 % затруднились с ответом. Таким образом, в массовом сознании доминирует классическая, нежели инструментальная трактовка патриотизма. Данная трактовка находит свое обоснование и в современных философских исследованиях, в которых подчеркивается глубинная духовная природа этого чувства. «Родина — это духовное явление, которое может быть воспринято, пережито и приобретено только любовью»¹. Следовательно, преобладание определения через «любовь» отражает не столько упрощенность суждений, сколько укорененность патриотизма в экзистенциальном переживании.

Примечательно, что 100 % опрошенных идентифицируют себя как патриоты (50 % — «да», 50 % — «скорее да»). При этом 70 % испытывают гордость за страну, однако 30 % делают это лишь частично. Данные 30% образуют группу «критически лояльных»: они относят себя к патриотам, но не разделяют безусловную гордость.

Ключевым противоречием выступает расхождение между идентичностью и поведением. Лишь 30 % участвуют в патриотических мероприятиях постоянно, 25 % — иногда, а 45 % не участвуют вовсе, что указывает на наличие «декларативного патриотизма», при котором идентичность не транслируется в практику.

Наиболее значимый результат касается эмиграционных установок. При 100% патриотической идентичности 40% готовы уехать жить

¹ Грязных Д. В. Патриотизм как духовная ценность российского общества // Столкновение традиционализма и модернизма как тренд развития русского общества: материалы круглого стола (Тюмень, 23 октября 2023 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2023. С. 47.

в другую страну, еще 20 % допускают такую возможность. Следовательно, 60 % респондентов не рассматривают патриотизм как безусловный запрет на эмиграцию. Патриотизм оказывается совместим с прагматичным индивидуальным выбором.

Институциональный анализ показывает, что главным агентом формирования патриотических взглядов является семья (наиболее популярная категория в открытых ответах). Школа, интернет и окружение играют вспомогательную роль. Показательно, что 73,7 % опрошенных не видят необходимости в усилении патриотического воспитания. При этом на вопрос о том, должен ли каждый гражданин быть патриотом, 50 % затруднились ответить, 40 % ответили «да» и лишь 10 % — «нет». Молодежь отвергает навязывание патриотизма как долга, предпочитая трактовку личного выбора.

Таким образом, можно зафиксировать три основных противоречия:

- между патриотической идентичностью и низкой поведенческой активностью;
- между патриотизмом и высокой готовностью к эмиграции;
- между признанием ценности патриотизма и неприятием его институционального «усиления».

Полученные данные могут учитываться при разработке молодежной политики: эффективные программы должны опираться не на риторику долга, а на принципы добровольности, семейные ценности и лично значимые смыслы. Это согласуется с пониманием того, что «патриотизм может родиться в человеке при отсутствии самых разных и, казалось бы, важных внешних атрибутов», то есть его формирование неразрывно связано с внутренними духовными основаниями личности, а не с формальными процедурами¹.

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

¹ Грязных Д. В. Патриотизм как духовная ценность российского общества // Столкновение традиционализма и модернизма как тренд развития русского общества: материалы круглого стола (Тюмень, 23 октября 2023 г.). Тюмень: ГАУ Северного Зауралья, 2023. С. 48.

A competitive project manager: Building soft and hard skills

Summary. The paper discusses the combination of hard and soft skills required for a project manager to be effective and competitive in today's labour market.

Keywords: project manager; hard skills; soft skills; labour market; competency.

In conditions of high uncertainty, globalization, and fast transformation of the labor market, employer requirements for project managers are changing significantly. Today, managers must have not only specific knowledge but also a range of other competencies such as effective communication, team management, and motivation.

The research aims to analyze employer requirements for project managers and identify the combination of soft and hard skills that a project manager has to possess in order to be effective and competitive in today's labour market.

The term "hard skills" is defined as measurable professional knowledge and technical abilities that one needs to complete specific tasks and achieve planned results¹. Hard skills required for a project manager include knowledge of project management methods, planning and scheduling tasks, data analysis, using digital tools, reporting, and managing time and resources. These skills are traditionally seen as the basis of professional qualification because they allow specialists to fulfill their functions according to established standards.

The term "soft skills" is more difficult to define. According to T. N. Anufrieva, soft skills are "a complex of multifunctional abilities and skills that are formed and developed through a specially organized learning process, as well as through self-education"². The researcher notes that soft skills "are strengthened by significant personal qualities, relate to solving complex problems, and determine the effectiveness of interaction in communication and cooperation at the professional and social level"³.

¹ Higher School of Business and Technologies, State University of Management. URL: <https://dpo.guu.ru> (date of access: 01.02.2026).

² Anufriyeva T. N. Content analysis of the concept of "Soft Skills" // Tomsk State Pedagogical University Bulletin. 2023. No. 2 (226). P. 129.

³ Ibid.

Many scholars consider soft skills an important element of competitiveness in the labor market¹. Yet, it seems evident that in today's world of digitalization and innovation hard and soft skills must work together for a person to succeed in their career.

To achieve the aim of the study, we analyzed 50 job advertisements for project managers in Ekaterinburg posted on a specialized employment platform (<https://ekaterinburg.hh.ru>). Job advertisements analysis is meant to reveal real employers' expectations.

The analysis shows that most employers expect applicants to have both professional and personal competencies, and those are seen not separately but as complementary elements of a specialist's professional profile.

Requirements for hard skills usually include experience in project management, knowledge of management methods, ability to use digital tools, planning tasks, and analyzing performance indicators, which means that employers expect candidates to have basic professional training that allows them to quickly start work and perform management functions without a long adaptation period.

At the same time, the analysis showcases a stronger trend toward soft skills. Almost all the advertisements include requirements for communication skills (46 mentions), teamwork (41 mentions), responsibility (36 mentions), stress resistance (34 mentions), initiative (30 mentions), and leadership qualities (30 mentions).

Importantly, employers stress the significance of interacting with different project participants, including managers, employees, clients, and external partners, as well as the ability to resolve conflicts, coordinate the team, and maintain transparent communication. Lack of developed communication and leadership skills can significantly reduce a specialist's effectiveness even if they demonstrate a high level of technical training².

Thus, when candidates have similar professional experience, companies usually choose those who have developed soft skills³. This is due to the fact that hard skills can be improved or updated relatively quickly in a workplace, while soft skills develop a lot more slowly and require systematic effort.

¹ Anufriyeva T. N. Content analysis of the concept of "Soft Skills" // Tomsk State Pedagogical University Bulletin. 2023. No. 2 (226). Pp. 120-132; Higher School of Business and Technologies, State University of Management. URL: <https://dpo.guu.ru> (date of access: 01.02.2026); Soft Skills vs Hard Skills: What is more important in 2025 and how to find balance // RBC. URL: <https://companies.rbc.ru/news/cjuPfa8Caw/soft-skills-protiv-hard-skills-chto-vazhnee-v-2025-godu-i-kak-najti-balans/> (date of access: 01.02.2026)

² Soft Skills vs Hard Skills: What is more important in 2025 and how to find balance // RBC. URL: <https://companies.rbc.ru/news/cjuPfa8Caw/soft-skills-protiv-hard-skills-chto-vazhnee-v-2025-godu-i-kak-najti-balans/> (date of access: 01.02.2026)

³ Ibid.

Practical situations in project managers' work clearly show the need to combine multiple competencies. During project implementation, managers have to simultaneously solve organizational tasks, coordinate the team, control deadlines, analyze risks, and communicate with the client. Under tight deadlines or limited resources, they must stay rational, communicate correctly with employees, and find constructive solutions to problems.

Thus, the results of the conducted analysis prove that today, a project manager is not just a performer of management functions but also an interaction coordinator, a team leader, and a mediator between different project participants. This is a new type of specialist whose professional profile is formed through the integration of knowledge, skills, and personal characteristics. Therefore, training project managers to meet the requirements of the labour market is among the most pressing challenges for today's education system and HR policies.

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

А. В. Титова, В. А. Мельникова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Отношение студентов к цифровизации

Аннотация. В статье рассматривается отношение студентов и взрослых к цифровизации. Авторами представлены результаты проведенного опроса среди студентов и взрослых, направленного на выявление уровня использования цифровых технологий и оценки их влияния на повседневную жизнь.

Ключевые слова: цифровизация; цифровые технологии; студенты; интернет; информационная среда.

Цифровизация является важной частью развития современного общества [2, с. 85]. Сегодня цифровые технологии активно используются в разных сферах жизни, что делает процесс использования более удобным и доступным для студентов и взрослых. Однако отношение к этому процессу неоднозначно и зависит от возраста, уровня уверенности в навыках и предыдущего опыта. Опрос на тему «Отношение к цифровизации» позволяет системно изучить, как разные категории респондентов воспринимают цифровую среду.

Авторами был проведен социологический опрос среди студентов и взрослых. В опросе приняли участие 33 чел.

Частота использования и уверенность в своих навыках.

Вопросы 1 и 6 образуют диагностическую пару. Студенты (18–24 года) используют цифровые технологии почти 100 % времени каждый

день и оценивают свою уверенность на 4–5 баллов из 5. Для них цифровая среда естественна и комфортна. Взрослые (45 лет и старше) также пользуются цифровыми сервисами ежедневно — в силу необходимости оплачивать услуги, получать государственные услуги или общаться с родственниками. Однако их самооценка уверенности немного ниже — 2–4 баллов.

Частота использования не соответствует психологическому комфорту. Взрослые каждый день преодолевают тревогу при работе с интерфейсами, которые студентам интуитивно понятны. Это означает, что проблема заключается не в доступе к технологиям, а в качестве дизайна и в отсутствии обучения.

Сферы-лидеры и оценка качества жизни.

На вопрос 2 (Какие сферы выиграли от цифровизации больше всего?) показал следующее распределение приоритетов: на первом месте госуслуги, на втором — общение и социальные связи, третье место разделяют банковское дело/финансы и образование. Последующие места занимают развлечение и досуг, работа и карьера, здравоохранение.

Вопрос 3 (оценка влияния на качество жизни по 5-балльной шкале) выявит разрыв: студенты выберут 4–5, взрослые — 2–4. Более низкие оценки взрослых респондентов можно объяснить частотой изменений в интерфейсах привычных сервисов, что подтверждается техническими сложностями.

Проблемы при использовании.

Технические сбои — универсальная проблема для всех. Сложности интерфейса и недостаток навыков — зона взрослых. Безопасность данных, отсутствие интернета или техники волнует всех. Вариант «не сталкивался с проблемами» выберут единицы молодежи, так как цифровая среда далека от идеала.

Готовность к полному отказу от очного формата.

Вопрос 7 (готовность полностью перейти на онлайн).

— образование. Студенты готовы учиться онлайн — это дает гибкость и экономию времени. Взрослым нужен живой контакт с преподавателем, они не доверяют дистанционному формату;

— медицина. Некоторые студенты согласны на телемедицину для простых консультаций, хотя большая часть против. Взрослые категорически против;

— банковские услуги и госуслуги. Студенты готовы полностью уйти в онлайн. Взрослые — скорее да, но небольшая часть против.

Отношение к ИИ и факторы доверия.

Вопрос 8 (отношение к ИИ): студенты настроены положительно или нейтрально, взрослые — настороженно или отрицательно. Мы

согласны с настороженностью взрослых. ИИ хорош для рутинных задач, но опасен при принятии ответственных решений.

Вопрос 9 (что повысит доверие): универсальные факторы — усиление защиты данных и гарантии со стороны государства. Для взрослых важны обучение и поддержка, а также более простой и понятный интерфейс, для студентов — обратная связь от знакомых.

Таким образом, цифровизация воспринимается неоднозначно: поколение молодежи относится к ней позитивно и уверенно, взрослые — настороженно и с трудом [1, с. 185]. Цифровизация полезна, но необходимо сохранять офлайн-формат коммуникации, упрощать интерфейсы и обучать пользователей. Технологии должны работать на людей всех возрастов, а не только на молодых людей.

Библиографический список

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

2. *Рахмеева И. И.* Стратегические векторы развития технологий искусственного интеллекта для экономического лидерства // Теория и практика стратегирования: сб. избр. науч. ст. и материалов VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 16–17 октября 2025 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2026. С. 84–89.

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

К. А. Худяков

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социальное неравенство в современном обществе

Аннотация. В статье представлены результаты социологического опроса студентов, посвященного изучению восприятия социального неравенства в современном российском обществе. Целью работы является сопоставление субъективных оценок молодежи с теоретическими положениями, изложенными в научной литературе по данной проблеме. На основе анализа эмпирических данных и их соотношения с выводами исследователей делаются выводы о специфике студенческого восприятия причин, форм и последствий социального неравенства.

Ключевые слова: социальное неравенство; социальная справедливость

Социальное неравенство является одной из фундаментальных проблем современного общества. Как отмечает А. А. Саидов, это

«ключевое понятие, раскрывающее характер социально-экономических отношений общества», а его бесконтрольное развитие ведет к социальной напряженности и угрожает национальной безопасности [2, с. 48]. Особый интерес представляет изучение взглядов молодежи, чья система ценностей находится в стадии формирования. В связи с этим сотрудниками кафедры экономической теории и прикладной социологии УрГЭУ был проведен социологический опрос среди студентов, в котором приняли участие 39 респондентов. В настоящей работе излагаются основные тезисы, сформулированные по итогам анализа полученных данных в сопоставлении с выводами современных исследователей.

Результаты исследования демонстрируют, что подавляющее большинство опрошенных студентов (61,5 %) оценивают масштаб социального неравенства в обществе как значительный, при этом никто не считает, что неравенство отсутствует полностью. Данные субъективные оценки коррелируют с объективными показателями, приводимыми в научной литературе. А. А. Саидов, ссылаясь на современные исследования, указывает, что децильный коэффициент (соотношение доходов 10 % самых богатых к 10 % самых бедных) в РФ составляет около 25, что «сближает нашу страну со странами с отсталой экономикой и несправедливой социальной структурой» [2, с. 52].

Наиболее остро, по мнению участников опроса, неравенство проявляется в экономической сфере: доходы и благосостояние (82,1 %), доступ к качественному образованию (59 %) и жилищные условия (53,8 %). Эти данные подтверждают тезис А. А. Саидова о том, что «российский бизнес опирается на чудовищную по меркам цивилизованных стран, но „узаконенную“ эксплуатацию лиц наемного труда», следствием чего стал чисто российский феномен «работающих бедных» [2, с. 49, 57]. Низкая значимость для респондентов проблем доступа к медицине (28,2 %) может объясняться молодым возрастом и меньшей вовлеченностью в данную проблему.

В оценке справедливости неравенства мнения разделились: 51,3 % считают его несправедливым, 15,4 % — справедливым, а треть (33,3 %) затруднились с ответом. Это созвучно наблюдению исследователей о том, что российское общество «расщепилось» на конфликтующие страты с разными представлениями о справедливости [1, с. 56]. При этом в вопросе о факторах успеха доминирует меритократическая идеология (трудолюбие — 74,4 %, талант — 59 %), хотя респонденты признают и роль стартовых условий (начальный капитал — 43,6 %). А. А. Саидов также указывает, что большинство россиян «признают справедливым неравенство, вызванное приносимой

пользой обществу... личными заслугами человека», но главной причиной несправедливости считают отсутствие равных возможностей [2, с. 57].

Эмоциональное восприятие проблемы выражено достаточно остро: дискомфорт от различий в доходах испытывают 79,5 % респондентов. Это соответствует выводу А. А. Саидова о том, что «роскошная жизнь современных богачей... представляется неоправданной», а сомнения вызывают этическая, правовая и социальная основы их богатства [2, с. 58]. Социально-психологическая напряженность усугубляется и тем, что, по данным исследователей, 83 % россиян считают различия в доходах слишком большими [2, с. 57].

Кроме того, в научной литературе отмечается, что «значимые различия между стратами находятся не только в экономической сфере, но и во внеэкономической: степени овладения цифровыми инструментами, стремлении к повышению квалификационного, культурного уровня, осведомленности относительно собственного здоровья, качественного отдыха и т.д.» [1, с. 147]. В дальнейшем необходимо исследовать влияние образования и профессии на социальное неравенство.

Таким образом, студенческая молодежь демонстрирует высокую степень осознания социального неравенства и преимущественно оценивает его как несправедливое. Эмпирические данные опроса подтверждают теоретические выводы А. А. Саидова о системном характере проблемы, ее укорененности в экономической сфере и негативном влиянии на социальное самочувствие граждан.

Библиографический список

1. *Корнильцева Е. Г., Исупов С. А.* Социальный статус как элемент социальной структуры общества // *Морские технологии: проблемы и решения* — 2025: сб. ст. по материалам науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов и сотрудников ФГБОУ ВО «КГМТУ» (Керчь, 22–25 апреля 2025 г.). Керчь: КГМТУ, 2025. С. 145–148.
2. *Саидов А. А.* Социальное неравенство в российском обществе: причины и последствия // *Социально-гуманитарные знания*. 2022. № 3. С. 47–58.

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

Проблема здоровья: результаты социологического опроса

Аннотация. В статье представлены результаты социологического опроса, проведенного с целью выявления основных факторов, влияющих на отношение людей к своему здоровью. Авторами определены цель и задачи исследования, проанализированы субъективные оценки респондентов, их эмоциональное состояние, поведенческие привычки и барьеры, мешающие вести здоровый образ жизни. Рассмотрены ключевые выводы и предложены рекомендации.

Ключевые слова: здоровье; эмоциональное состояние; стресс; усталость; апатия; физическая активность; вредные привычки; профилактика; барьеры; дефицит времени.

В современном мире здоровье становится не только медицинской, но и социальной категорией. От того, как человек относится к своему организму, зависит качество его жизни, продуктивность и психологический комфорт. В связи с этим актуальной задачей является изучение субъективных факторов, которые влияют на самосохранительное поведение людей и препятствуют регулярной заботе о себе.

Результаты анализа позволили сформулировать цель данной работы — выявить основные тенденции в оценке здоровья и образа жизни опрошенных, а также определить факторы, мешающие вести здоровый образ жизни.

В опросе приняли участие 50 респондентов, из которых 64 % составили женщины и 36 % — мужчины. Возрастной диапазон участников варьировался от 18 до 45 лет, что позволило охватить социально активную часть населения. Анализ эмоционального фона участников выявил высокую психоэмоциональную нагрузку. Хотя большинство респондентов склонны оценивать свое физическое здоровье как удовлетворительное, субъективное состояние указывает на накопление усталости и стресса.

Показатель усталости распределился следующим образом: лишь 12 % опрошенных сталкиваются с усталостью крайне редко. Основная масса испытывает ее периодически: 44 % чувствуют усталость пару раз в месяц, а 26 % — несколько раз в неделю. Тревожным сигналом является то, что 18 % участников живут в состоянии постоянной усталости.

В стрессовой ситуации находится подавляющее большинство опрошенных. При этом чаще всего стресс носит ситуативный характер, связанный с учебой или работой (68 % испытывают стресс редко или ситуативно). Однако 32 % респондентов подвержены регулярному стрессовому воздействию.

С состоянием апатии знакомы более половины опрошенных. У 44 % наблюдались короткие периоды апатии, а для 18 % — это регулярное состояние. Лишь 38 % не замечали за собой таких проявлений. В данном контексте особое значение приобретает эмоциональный интеллект как способность человека осознавать и контролировать собственные эмоциональные состояния, что напрямую влияет на уровень стрессоустойчивости, мотивацию к самосохранительному поведению и формирование здорового образа жизни¹.

Образ жизни и медицинская активность. Несмотря на декларируемое понимание важности здоровья, поведенческие факторы и отношение к профилактике указывают на наличие проблем в самосохранительном поведении.

Физическая активность респондентов характеризуется нерегулярностью. Только 28,6 % опрошенных занимаются спортом систематически. Большинство же подходит к этому эпизодически (38,8 % — иногда) или вовсе ведут сидячий образ жизни (32,6 %), что позволяет говорить о росте склонности к интернет-зависимости.

Анализ вредных привычек показал, что 44 % респондентов не имеют их, что можно рассматривать как позитивный фактор. Однако среди негативных привычек лидирует курение (34 %), далее следует нездоровое питание (14 %) и употребление алкоголя (8 %).

Ключевая проблема выявлена в сфере медицинской активности: 42,9 % участников игнорируют профилактические визиты к врачу и обращаются за медицинской помощью только при появлении боли. Это свидетельствует о преобладании реактивной модели лечения над профилактической.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1) эмоциональное состояние респондентов характеризуется повышенным уровнем усталости и стресса. Регулярную усталость (еженедельно или постоянно) испытывают 44 % опрошенных, а 18 % находятся в состоянии постоянной апатии;

2) поведенческие привычки не соответствуют декларируемым ценностям здоровья: только 28,6 % занимаются спортом регулярно, а 42,9 % обращаются к врачу лишь в случае болезни, игнорируя профилактику;

3) основные барьеры на пути к здоровому образу жизни носят комплексный характер. Доминирует дефицит времени (38%), однако совокупное влияние психологических факторов (отсутствие мотивации

¹ *Влияние эмоционального интеллекта на успешное лидерство* / И. В. Агафонова, Е. А. Андрюченко, В. О. Берин, К. Б. Монзина // Деловой вестник предпринимателя. 2025. № 2 (20). С. 84.

и усталость) составляет 50 %, что указывает на высокий уровень эмоционального выгорания и истощения респондентов.

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

Г. Ш. Юсупов, А. Д. Устинова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Суверенный интернет в российском обществе

Аннотация. В статье анализируются результаты социологического опроса, посвященного восприятию политики цифрового суверенитета разными возрастными группами. Авторы считают, что молодежь критически относится к ограничениям, активно использует VPN и формирует собственную информационную среду, тогда как старшее поколение поддерживает регулирование, но не сталкивается с его издержками. Делается вывод о существовании устойчивого межпоколенческого цифрового разрыва, который необходимо учитывать при реализации государственной политики в этой сфере.

Ключевые слова: суверенный интернет; россияне; цифровизация.

С 2019 г. в России формируется нормативная база «суверенного интернета», направленная на обеспечение автономности национального сегмента сети и защиту критической информационной инфраструктуры. В научной литературе эти процессы описываются в терминах «цифрового суверенитета», под которым понимается способность государства контролировать информационные потоки и противостоять внешнему вмешательству. Вместе с тем правовые и технические изменения имеют и социальное измерение. Как отмечают С. А. Степанов и Е. А. Иванова, попытки регулирования интернет-пространства сталкиваются с уже сложившимися практиками пользователей, которые зачастую оказываются устойчивее законодательных нововведений [4, с. 204].

Цель исследования — выявить различия в восприятии политики «суверенного интернета» между возрастными группами и оценить степень адаптации граждан к новым условиям работы сети.

Теоретические основания. В академическом дискурсе цифровой суверенитет трактуется многомерно. О. Ребро и ее соавторы предлагают различать два уровня суверенитета: внешний (защита от иностранного вмешательства) и внутренний (способность устанавливать правила игры для всех участников) [1, с. 57]. Именно эта двойственность порождает напряженность: меры безопасности нередко воспринимаются пользователями как ограничение свободы.

Методология и эмпирическая база. Для проверки гипотезы о возрастном разрыве был проведен опрос 37 респондентов. Выборка была

смещена в сторону молодежи (50 % — группа 18–24 лет), что позволило детально изучить наиболее чувствительную к ограничениям аудиторию. Анкета включала вопросы об осведомленности о суверенном интернете, опыте использования VPN, восприятии качества связи, источниках информации. Анализ проводился методом кросс-табуляции по возрастным группам.

Результаты. Три поколения — три реальности.

Молодежь (18–24 года). В этой группе (19 чел.) 70 % выступают против суверенного интернета. 15 из 19 (почти 80 %) постоянно используют VPN, 17 отмечают сильное замедление зарубежных сервисов. Для молодых пользователей обход блокировок стал повседневной рутинной, а не экстраординарной мерой.

Средний возраст (35–44 года). В этой группе (5 чел.) 40 % занимают нейтральную позицию, распределение между сторонниками и противниками примерно равное. Только один из пяти использует VPN постоянно, замедления замечают трое. Эта группа выступает своего рода «индикатором»: ее позиция может смещаться в зависимости от того, насколько ограничения затронут повседневный комфорт.

Старшее поколение (45 лет и старше). Здесь (6 чел.) поддержка суверенного интернета достигает 55–75 %. При этом никто не пользуется VPN, большинство не замечает замедлений либо не пользуется зарубежными сервисами. Информационная среда этой группы замкнута на телевидении и традиционных новостных сайтах. Полученные в результате опроса данные свидетельствуют о формировании устойчивого «цифрового разрыва поколений».

Молодежь и старшее поколение фактически существуют в параллельных информационных вселенных: первые — в глобальном, высокодинамичном интернет-пространстве, вторые — в локальном, медиатизированном и инерционном [3, с.184]. «Современное поколение социализируется в совершенно другой реальности — реальности полного вовлечения в цифровое пространство, при которой для детей и подростков привычными элементами повседневности стали видеоигры, смартфоны, компьютеры, социальные сети» [2, с. 179].

Результаты исследования подтвердили: восприятие суверенного интернета в России глубоко стратифицировано по возрасту. Молодежь критически относится к ограничениям и вырабатывает устойчивые стратегии их преодоления. Старшее поколение поддерживает подобное регулирование, но его поддержка базируется не на личном опыте, а на доверии к официальным нарративам.

Библиографический список

1. Категория «цифрового суверенитета» в современной мировой политике: вызовы и возможности для России / О. Ребро, А. Гладышева, М. Сучков, А. Сушенцов // Международные процессы. 2021. Т. 19, № 4 (67). С. 47–68.
2. Корнильцева Е. Г. Цифровое неравенство: социологический аспект // Цифровая трансформация общества и информационная безопасность: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 мая 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 176–179.
3. Лысенко В. В. Возрастные особенности отношения к информационно-компьютерным технологиям // Цифровая трансформация общества и информационная безопасность: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 мая 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 183–186.
4. Степанов С. А., Иванова Е. А. Проблема «суверенного интернета» в России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2023. Т. 10, № 2. С. 195–209.

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

Направление 5.

Актуальные проблемы экономической теории

Д. А. Голынский

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

«Наивная экономика»: мир как игра с нулевой суммой

Аннотация. В статье рассматривается феномен «наивной экономики» — устойчивой системы массовых представлений, в основе которой лежит восприятие хозяйственных отношений как игры с нулевой суммой. Анализируются когнитивные и эволюционно-психологические предпосылки данного мировоззрения. Показано, что убежденность в фиксированности ресурсов и неизбежности чужого проигрыша при собственном выигрыше ведет к снижению кооперации и социальной поляризации. На основе эмпирических данных опросов студентов и нарративного анализа выступлений российских чиновников демонстрируется распространенность наивных экономических взглядов даже среди лиц, имеющих профильное образование или принимающих государственные решения. В заключении обосновывается необходимость системного экономического просвещения и трансформации публичного дискурса в сторону моделей взаимовыгодного сотрудничества.

Ключевые слова: народная экономика; эволюционная психология; нулевая сумма; экономическое просвещение; трансформация дискурса.

Люди интуитивно воспринимают экономику как игру с нулевой суммой: благосостояние одного растет исключительно за счет убытка другого. Термин «народная экономика» (*folk economics*) ввел П. Рубин (2003 г.) для обозначения устойчивой системы взглядов, противоречащей науке, но обладающей внутренней логикой и универсальной для разных культур [3]. Например, убеждение, что открытие иностранного завода лишает рабочих мест другую страну, или что международная торговля — это конфликт, а не взаимовыгодный обмен.

Ограниченность благ заставила воспринимать успех другого, как угрозу. Так, антрополог Дж. Фостер выявил в традиционных аграрных сообществах концепцию «ограниченного блага» [2]. На этой основе, земля и скот воспринимались как фиксированный ресурс, а успех соседа — как угроза.

П. Буайе, М. Б. Петерсен, представители эволюционной психологии, объясняют: мозг унаследовал механизмы, настроенные на дележ конечной добычи в малых группах охотников-собирателей [1]. Эта эвристика экономит усилия, но ошибочна для современной экономики создания стоимости.

Сегодня наивные экономические убеждения проявляются в разговорах, соц. сетях, на телевидении. Возникает, так называемая, «народная

экономика». Это целостная система объяснений бедности, богатства, безработицы (например, мигранты «сбивают» зарплаты, а не закрывают дефицит кадров).

Она дает простые ответы на сложные вопросы, поэтому привлекательна, но зачастую эти ответы оказываются неверными. Такие представления могут искажать решения людей и становиться инструментом политических манипуляций.

Убеждения устойчивы к фактам и статистике, так как опираются на моральные категории (справедливо/несправедливо) и интуицию, подменяя научную картину мира.

На индивидуальном уровне это приводит к апатии, меньшей удовлетворенности жизнью, снижению кооперации в деятельности.

Так, опрос 1770 студентов 17 вузов (ЭФ МГУ) показал, что лишь 10–15 % — убежденные сторонники нулевой суммы; около половины отвергают эти идеи¹. Наличие курса экономики не снижает долю заблуждений — фиксируется парадокс «раздвоения сознания».

На общественном уровне приводит к росту поляризации и радикализма, где компромисс воспринимается как слабость, взаимовыгодные решения рассматриваются с подозрением.

Анализ 300 источников (интервью губернаторов, стенограмм ГД и СФ) выявил риторику нулевой суммы не менее чем в 8 % высказываний². Чаще всего это проявляется в темах бюджета («сообщающиеся суды»), миграции («отбирают работу»), межрегионального развития.

Для решения проблемы, необходимо формировать альтернативную картину мира на всех уровнях образования, демонстрируя механизмы создания стоимости и взаимной выгоды. Менять конфликтную риторику на повестку кооперации и многостороннего выигрыша.

Библиографический список

1. Boyer P., Petersen M. B. Folk-economic beliefs: An evolutionary cognitive model // Behavioral and Brain Sciences. 2018. Vol. 41. Art. e158.
2. Brandes S. H. George McClelland Foster Jr. (1913–2006) // American Anthropologist. 2007. Vol. 109, Issue 2. P. 425–430.
3. Rubin P. H. Folk economics // Southern Economic Journal, 2003. Vol. 70, Issue 1. P. 157–171.

Научный руководитель: *Л. К. Чеснюкова*

¹ Валитова Л. «Наивная экономика»: почему люди воспринимают мир как игру с нулевой суммой // ЭКОНС: экономический разговор. URL: <https://econs.online/articles/opinions/naivnaya-ekonomika-pochemu-lyudi-vosprinimayut-mir-kak-igru-s-nulevoy-sum moy/> (дата обращения: 19.02.2026).

² Там же.

Цифровой рубль или рубль в цифровой сфере: перспективы перемен

Аннотация. Актуальность данной статьи обусловлена масштабной трансформацией финансовой системы РФ и переходом к этапу массового внедрения новой формы национальной валюты. Изучены аналитические отчеты Банка России, особенности новой формы валюты, планы развития, а также подробно описаны ее преимущества и недостатки перед уже привычными способами оплаты. Особое внимание уделено техническим характеристикам, необходимости перехода и использования.

Ключевые слова: безналичные деньги; национальная валюта; цифровизация; электронные деньги; цифровой рубль; цифровая сфера.

История электронных национальных валют берет свое начало в теории 1980-х гг., когда экономист Дж. Тобин предложил концепцию «депозитных валют» как способа прямой связи между гражданами и Центробанками. Однако идея получила шанс развития лишь в середине 2010-х гг. на фоне стремительной цифровизации платежей и появления биткоина, который бросил вызов государственной монополии на эмиссию денег [1, с. 10–15]. Главными инициаторами трансформации финансовой системы стали центральные банки крупнейших экономик, движимые необходимостью снизить транзакционные издержки, повысить прозрачность финансовых потоков и обеспечить финансовую инклюзивность для населения, не имеющего доступа к классическим банковским услугам [3].

Сегодня более ста стран, одной из которых является Россия, находятся на разных стадиях разработки собственных цифровых валют, стремясь создать гибридную систему, сочетающую удобство электронных кошельков с безопасностью суверенных денег. В условиях цифровизации, важным становится вопрос о безопасности использования цифрового рубля¹. Каковы его плюсы и минусы?

Во-первых, Банк России с помощью передовых методов шифрования (средств криптографической защиты информации, основанных на актуальных национальных стандартах), уникальными кодами для каждого рубля, электронной подписью, блочными шифрами, хешированием и технологией распределенных реестров, делает подделку невозможной, а также снижает риски кражи через вредоносное программное обеспечение до минимума.

¹ Цифровой рубль — это электронная форма национальной валюты РФ, выпускаемая Центробанком, равноценная наличным и безналичным средствам, хранящаяся на цифровых кошельках граждан и организаций.

Но сбережения уязвимы к человеческому фактору — фишингу (поддельным сайтам банков, сервисов объявлений и «личным кабинетам» для кражи данных) и социальной инженерии (переводы на «безопасный счет», звонки от «службы безопасности» и «сотрудников органов»), которая является самым популярным способом мошенничества (по разным источникам с ее помощью проведено 70 % от всех краж) [2, с. 125–130].

Во-вторых, цифровой рубль работает по принципу «один человек — один кошелек». Из плюсов этой системы можно отметить единый баланс: вы видите актуальный остаток средств в любом банковском приложении, без необходимости переводить деньги между своими счетами в разных банках. Также положительным аспектом является борьба с дропперством — не получится открыть множество карт и «распылить» средства между ними. А поскольку все операции происходят у одного регулятора, банки не будут тратить время на обмен информацией о сомнительных действиях — Центробанк уже будет видеть все и сможет приостановить подозрительные операции.

В-третьих, цифровой рубль может помочь в борьбе с коррупцией (по данным от МВД, в 2025 г. материальный ущерб по оконченным и приостановленным уголовным делам, связанным с коррупцией, составил 16 млрд руб.), благодаря маркировке для целевого использования. Через смарт-контракты (самоисполняющиеся компьютерные алгоритмы) на платформе Банка России рублям присваивается определенный код, хранящийся на его серверах, позволяющий тратить их только на определенные товары, услуги или переводить конкретным получателям, а если получатель попытается потратить целевые средства на неразрешенные товары, система автоматически отклонит транзакцию¹.

В-четвертых, преимущества услуг Центробанка — полное отсутствие комиссий за переводы между физическими лицами. В будущем предполагается добавление оплаты в режиме офлайн, созданной на основе протоколов беспроводной передачи данных ближнего действия. С другой стороны, использование цифрового рубля накладывает серьезные финансовые ограничения: на остаток средств: в цифровом кошельке не начисляются проценты, а за покупки не выплачивается кэшбэк, что делает его менее выгодным инструментом для повседневных трат и накоплений по сравнению с дебетовыми картами.

Таким образом, цифровой рубль еще мало подходит для обычных граждан ввиду малого количества финансовых бонусов и незначительных различий в защите. Наиболее вероятно, что цифровой рубль в основном будет использоваться должностными лицами, как мера противодействия коррупции.

¹ Цифровой рубль // Банк России. URL: <https://cbr.ru> (дата обращения: 14.03.2026).

Библиографический список

1. Лежава А. В. Цифровой рубль. Простыми словами. М.: Тион, 2025. 318 с.
2. Пепеляева Л. В. Цифровой рубль и другие цифровые валюты центральных банков: монография. М.: РЭУ имени Г. В. Плеханова, 2024. 300 с.
3. Kiriakova N. I. Digital Currencies of the Central Bank as a Means of Strengthening the Monetization of the Russian Economy // Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth (MTDE 2020): Proceedings of the 2nd Intern. Sci. and Pract. Conf. (Ekaterinburg, 2020, April 16–17). Paris: Atlantis Press, 2020. Vol. 138. P. 1155–1159.

Научный руководитель: *Н. И. Кириякова*,
кандидат экономических наук, доцент

А. Д. Кропотухина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Когнитивные искажения в финансовом поведении людей: причины и последствия нерациональных экономических решений

Аннотация. В статье рассматривается влияние когнитивных искажений на финансовое поведение людей. Показано, что решения в сфере потребления, сбережений и инвестирования нередко принимаются не только на основе расчета, но и под воздействием психологических факторов. На основе анализа научной литературы выделены наиболее значимые искажения — эффект якоря, эффект потерь, стадный эффект и чрезмерная уверенность. Сделан вывод о том, что учет данных особенностей позволяет точнее объяснять экономическое поведение и может использоваться при повышении финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: поведенческая экономика; финансовое поведение; когнитивные искажения; эффект якоря; эффект потерь; стадный эффект.

Поведенческая экономика сформировалась на стыке экономики и психологии как реакция на ограничения модели *homo economicus*. Существенный вклад в развитие этого направления внесли Д. Канеман и А. Тверски, показавшие, что при выборе в условиях неопределенности человек систематически отклоняется от предпосылок классической теории полезности. В рамках теории перспектив они доказали, что потери воспринимаются сильнее, чем сопоставимые выгоды, а способ представления информации влияет на итоговый выбор [1].

Дальнейшее развитие идеи получили в работах Р. Талера, который систематизировал многочисленные поведенческие аномалии и показал, что реальные экономические решения зависят от контекста, ограничен-

ной рациональности и внутренних установок индивида [2]. В совместной работе Р. Талера и К. Санстейна было показано, что архитектура выбора способна заметно менять поведение людей без прямого принуждения [4]. Для финансовой сферы важны и выводы Р. Шиллера о том, что массовые ожидания, эмоции и социальное заражение могут усиливать колебания на рынках и формировать спекулятивные пузыри [5].

Когнитивные искажения влияют на решения людей на разных этапах финансового поведения. Наиболее часто они проявляются в четырех формах.

Во-первых, это «эффект якоря». Человек склонен опираться на первую полученную информацию как на исходную точку дальнейшей оценки. В потребительском поведении это заметно при восприятии цены: первоначально завышенная стоимость делает последующую скидку психологически более привлекательной, даже если предложение не является действительно выгодным.

Во-вторых, важную роль играет «эффект потерь». Люди, как правило, сильнее реагируют на вероятность утраты, чем на возможность получить равноценную выгоду [3, с. 263–291]. По этой причине потенциальный инвестор может отказаться от рационально оправданного вложения, если риск убытка воспринимается им эмоционально как чрезмерный.

В-третьих, значимым остается «стадный эффект». В условиях неопределенности индивид часто ориентируется на поведение большинства. Это проявляется в массовом спросе на отдельные товары, ажиотажных покупках или копировании инвестиционных решений других участников рынка. Подобная логика снижает качество самостоятельной оценки и может усиливать рыночную нестабильность [5].

В-четвертых, существенное влияние оказывает чрезмерная уверенность. Человек переоценивает собственные знания, навыки и способность предвидеть развитие ситуации. В сфере финансов это приводит к избыточному риску, поспешным сделкам и недооценке возможных негативных последствий [1; 2].

Основные когнитивные искажения представлены в таблице.

Основные когнитивные искажения и их проявление в финансовом поведении

Когнитивное искажение	Краткая характеристика	Проявление в финансовом поведении
Эффект якоря	Ориентация на первое полученное значение или условие	Восприятие скидки как более выгодной, чем она является на самом деле

Окончание таблицы

Когнитивное искажение	Краткая характеристика	Проявление в финансовом поведении
Эффект потерь	Потери воспринимаются сильнее, чем равные по величине выгоды	Отказ от инвестиций или чрезмерно осторожное финансовое поведение
Стадный эффект	Следование решениям большинства без собственной оценки ситуации	Массовая покупка товаров или активов на фоне ажиотажа
Чрезмерная уверенность	Переоценка собственных знаний и способности прогнозировать результат	Склонность к неоправданно рискованным сделкам

Составлено по: [3; 4; 5].

Проведенное исследование показало, что эффект якоря, эффект потерь, стадный эффект и чрезмерная уверенность оказывают заметное влияние на потребительские, сберегательные и инвестиционные решения. Учет этих искажений позволяет точнее анализировать поведение экономических субъектов и разрабатывать более эффективные меры в области финансового просвещения и экономической политики.

Библиографический список

1. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро / пер. с англ. А. Андреева, Ю. Деглина, Н. Парфеновой. М.: АСТ, 2021. 704 с.
2. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. М.: Э, 2018. 380 с.
3. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk // *Econometrica*. 1979. Vol. 47, No. 2. P. 263–291.
4. Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven; London: Yale University Press, 2008. 293 p.
5. Shiller R. J. Irrational exuberance. 3rd ed. Princeton: Princeton University Press, 2015. 392 p.

Научный руководитель: *Н. И. Кириякова*,
кандидат экономических наук, доцент

Роль креативного предпринимательства в повышении конкурентоспособности территорий

Аннотация. В статье рассматривается креативное предпринимательство как основной фактор повышения конкурентоспособности территорий. Приводятся некоторые примеры креативного предпринимательства, на основе которых показано, как уникальность продуктов и эмоции потребителей повышают конкурентоспособность территорий.

Ключевые слова: креативное предпринимательство; неценовые преимущества; территориальный капитал; туристический опыт.

В нынешней ситуации масштабной конкуренции экономический рост территорий все меньше зависит от привычных факторов производства и все больше от умения создавать свежие идеи и нестандартные подходы. Предпринимательство имеет потенциал, который может стать мощным фактором для развития конкурентоспособности территорий. В данной работе анализируется креативное предпринимательство как основной двигатель повышения конкурентоспособности территорий.

Анализ теоретических подходов дает возможность утверждать, что именно творческое самовыражение, неповторимость продуктов и вовлечение потребителей формируют устойчивые неценовые конкурентные отличия. На примере конкретных ситуаций, можно заметить, как оригинальные решения к организации бизнеса и учет особенностей помогают сделать впечатления потребителей незабываемыми, привлечь различные категории туристов и увеличить продолжительность их пребывания. Цель данного исследования заключается в выявлении главных характеристик креативного предпринимательства и анализе их влияния на конкурентоспособность территорий на фоне актуальных тенденций рынка в 2026 г.

К ключевым характеристикам креативного предпринимательства, которые имеют важное значение для повышения конкурентоспособности территорий относятся: значительная роль творческого самовыражения в производственном процессе, уникальность и оригинальность производимых товаров и услуг, нестандартные подходы к организации бизнес-процессов, ориентация на эмоциональное вовлечение потребителей¹.

Дж. Р. Ричи Брент и Дж. Б. Крауч утверждают, что креативное предпринимательство способно повышать конкурентоспособность тер-

¹ *Бекиров М. К., Каджаметова Т. Н. Развитие креативного предпринимательства в контексте повышения конкурентоспособности курортов // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2025. № 2 (88). С. 106.*

риторий. Это происходит с помощью создания новых креативных товаров и услуг, повышение качества и разнообразие туристического опыта, повышение инновационного потенциала территории¹.

Оценочно, за 2025 г. в Свердловской области появилось около 776 глэмпингов, по сравнению с 2024 г. прирост составляет 11 %². Благодаря этому, появляется разнообразие мест для отдыха. Согласно концепции М. Э. Портера, конкурентные преимущества территории: ценовые преимущества и неценовые. Исследование Г. В. Ричардса показывает, что развитию территорий способствует расширение аудитории туристов, увеличение средней продолжительности их пребывания, рост средних туристических затрат³.

В Свердловской области функционирует термальный комплекс ЮГА. Помимо термального комплекса гости могут забронировать проживание в гостевых домах. Важно отметить, что вторые сутки проживания дают скидку в 50 %, что стимулирует рост средней длительности визита гостей, что, в свою очередь напрямую повышает выручку термального комплекса. Кроме этого, действует скидка на посещения комплекса для студентов, пожилых людей, что способствует привлечению туристов разных возрастов и повышает популярность такого вида отдыха⁴.

С. М. Анхольт в своей концепции «конкурентоспособной идентичности» подчеркивает необходимость объединения шести факторов: туризма, экспортных брендов, внутренней и внешней политики, инвестиций, культуры и людей. С. М. Анхольт также отмечает важность «территориального капитала», который становится фактором привлечения не только туристов, но и инвестиций и талантов⁵.

Результаты анализа подтверждают, что ключевая роль креативного предпринимательства заключается в уникальности товаров и услуг и опоре в первую очередь на неценовые факторы. Приведенные в статье практические примеры служат подтверждением теоретических положений. Благодаря этим мерам увеличивается среднее время пребывания

¹ Бекиров М. К., Каджаметова Т. Н. Развитие креативного предпринимательства в контексте повышения конкурентоспособности курортов // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2025. № 2 (88). С. 107.

² Рынок глэмпингов в России: развитие индустрии, география и инвестиции: аналитическое исследование (февраль 2026 г.) / Glamorous Camping. URL: https://glamorous-camping.com/razvitie_glampingov_Rossii_2026.pdf (дата обращения: 01.03.2026).

³ Бекиров М. К., Каджаметова Т. Н. Развитие креативного предпринимательства в контексте повышения конкурентоспособности курортов // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2025. № 2 (88). С. 108.

⁴ Проживание в домах барнхаусах с безлимитными термами // Термальный комплекс ЮГА. URL: <https://yuga.pf/prozhivanie> (дата обращения: 01.03.2026).

⁵ Бекиров М. К., Каджаметова Т. Н. Развитие креативного предпринимательства в контексте повышения конкурентоспособности курортов // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2025. № 2 (88). С. 108.

отдыхающих, расширяется аудитория путешественников и наращивается инновационный потенциал территорий.

Согласно концепции С. М. Анхольта, сочетание туризма, культуры и инвестиций дает тот самый «территориальный капитал», который способен удерживать таланты и финансовые ресурсы.

Таким образом, регионы, которые заинтересованы в росте и разнообразии туристического предложения, стоит рассматривать креативное предпринимательство как основной стратегический приоритет в условиях растущего спроса на отдых.

Научный руководитель: *Е. А. Корсакова*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Лебедева

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, г. Москва*

Оценка масштабов государственного сектора в национальной экономике: показатели и динамика его эффективности

Аннотация. Проанализированы ограничения частных индикаторов при оценке масштабов и результативности государственного сектора. Доказана целесообразность применения интегральных структурных индексов и воспроизводственного подхода для комплексной диагностики эффективности. Сформированная система показателей ориентирована на практический мониторинг границ государственного присутствия в национальной экономике.

Ключевые слова: государственный сектор; масштабы; показатели эффективности; воспроизводственный подход; интегральные показатели; границы государственного участия.

С теоретической точки зрения, государственный сектор формируется для устранения провалов рынка и повышения общественного благосостояния. Однако избыточное участие государства несет риски неэффективности из-за слабых стимулов к прибыли, издержек бюрократии и коррупции. Секторальный подход, заложенный К Кларком на базе показателя GNP [4], не выработал единой методологии оценки масштабов государственного сектора, который представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов в государственной собственности, управляемых уполномоченными органами. В создании добавленной стоимости государство участвует через компании с государственным участием и предоставление услуг бюджетными организациями [1, с. 29].

Идентификация границ сектора затруднена долевой государственной собственностью в акционерных обществах, некоммерческих структурах и фондах. Такая институциональная мозаика формирует гибридные модели взаимодействия публичного и частного капитала, требуя уточнения методологии учета государственного присутствия.

Е. В. Балацкий выделяет основные индикаторы масштаба: долю в занятости, основных фондах, ВВП и валовых инвестициях.

Для оценки результативности предлагается интегральный структурный индекс (z_i):

$$z_i = \frac{\left(\frac{x_i}{x} \cdot 100 + \frac{y_i}{y} \cdot 100 \right)}{2}, \quad (1)$$

где x_i — производительность труда в i -м секторе; x — средняя по стране; y_i — фондоотдача; y — средняя.

Расчет позволяет выявить «узкие места» и принять решение о трансформации неэффективных форм собственности ($z_i > 100 \%$) [2].

В методологии ИПЭС РАНХиГС используется концепция «трех Э» (economy, efficiency, effectiveness). Воспроизводственный подход дополняет ее системой блоков: обобщающие индикаторы (производство, распределение, обмен, потребление), вложения в расширенное воспроизводство, человеческий капитал, инновации, благосостояние и природопользование. Итоговая оценка формируется через расчет интегрального показателя [1].

Универсальный критерий измерения отсутствует. При анализе американской модели Дж. Стиглиц применяет три индекса: долю занятости в государственном секторе, удельный вес государственного производства в ВВП и концентрацию федеральной занятости [5, с. 173].

Для России, по оценкам ИПЭИ РАНХиГС, доля государственного сектора в ВВП составляла 56,2 % (2021 г.), а в 2023 г. — 48,5 % [3, с. 35]. Стратегическим приоритетом Правительства РФ выступает рост результативности функционирования предприятий с государственным участием. Институциональная оптимизация предполагает концентрацию публичных активов исключительно в сегментах естественных монополий и отраслях стратегического назначения, тогда как в остальных сферах целесообразно переходить от прямого управления к механизмам государственно-частного партнерства.

Определение рациональных границ государственного участия остается приоритетным направлением экономической политики. Проведенный анализ подтверждает, что изолированные метрики не отражают полной картины результативности публичного сектора. Интеграция

воспроизводственной логики в оценку позволяет связать показатели производства, распределения, обмена и потребления в единую аналитическую схему. Разработанная система индикаторов формирует практический инструментарий для регулярного контроля динамики государственного присутствия и обоснования корректирующих управленческих решений.

Библиографический список

1. *Абрамов А. Е., Перишин А. А., Чернова М. И.* Подходы к измерению государственного сектора и оценке его эффективности // *Финансовый журнал*. 2023. Т. 15, № 2. С. 27–46.
2. *Балацкий Е. В., Коньшев В. А.* Роль государственного сектора в национальной экономике: общемировые тенденции // *Общество и экономика*. 2003. № 7-8. С. 5–28.
3. *Российская экономика в 2023 г. Тенденции и перспективы (Вып. 45)* / под науч. ред. А. Л. Кудрина, В. А. Мау, А. Д. Радыгина, С. Г. Синельникова-Мурылева. М.: Институт Гайдара, 2024. 456 с.
4. *Clark C.* Conditions of economic progress. London: Macmillan, 1940. 515 p.
5. *Стиглиц Дж. Ю.* Экономика государственного сектора: пер. с англ. М.: МГУ; ИНФРА-М, 1997. 720 с.

Научный руководитель: А.Л. Баранников,
кандидат технических наук, доцент

Д. В. Медведев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Каналы и результаты санкционных воздействий на экономику России

Аннотация. В статье систематизированы основные каналы трансмиссии санкционного давления на российскую экономику и проанализированы результаты этого воздействия в 2022–2025 гг. На основе официальной статистики, эконометрических оценок и опросов предприятий выявлена асимметрия краткосрочных и долгосрочных эффектов. Показано, что первоначальный шок 2022 г. был компенсирован адаптационными механизмами, однако к 2025 г. накопление структурных проблем становится главным вызовом. Сделан вывод о смещении риска из внешней во внутреннюю плоскость, где ключевым ограничителем становится дороговизна кредитных ресурсов.

Ключевые слова: экономические санкции; каналы воздействия; адаптация экономики; ВВП; инвестиции.

После февраля 2022 г. Россия столкнулась с беспрецедентным санкционным давлением: количество введенных ограничений превысило 20 тыс., что вывело страну на первое место в мире [3]. Санкции

затронули финансовую систему, энергетику, высокотехнологичный импорт и логистику. Западные страны применили весь арсенал мер — от блокировки активов и отключения от SWIFT до ценовых ограничений на нефть и запретов на поставки высокотехнологичной продукции. В этих условиях актуальным становится анализ каналов санкционного воздействия и его результатов. Понимание этих процессов необходимо для корректировки государственной политики и оценки долгосрочных перспектив развития российской экономики.

На основе анализа, проведенного автором, можно выделить четыре взаимосвязанных канала:

- финансово-экономический канал включает замораживание активов Банка России (около 300 млрд долл.), отключение ключевых банков от SWIFT и запреты на операции с суверенным долгом. Первичный эффект проявился в марте 2022 г. в виде девальвации рубля и всплеска инфляции, однако меры валютного контроля и перевод расчетов за газ в рубли стабилизировали ситуацию. В долгосрочной перспективе этот канал трансформировался: доступ к внешнему финансированию закрыт, но внутренний рынок столкнулся с парадоксом — высокой ключевой ставкой ЦБ (21 % к концу 2024 г.), что сделало кредиты недоступными для большинства предприятий. Доля предприятий, жалующихся на удорожание кредита, выросла до 45 %, а более 50 % предприятий полностью отказались от кредитов;

- торгово-технологический канал включает эмбарго на высокотехнологичный импорт, ограничения экспорта энергоносителей и санкции против «теневого флота» (суда для перевозки нефти в обход ценового потолка, установленного на уровне 47,6 долл. с 2025 г.). Данные опросов показывают, что трудности с импортными комплектующими остаются острой проблемой (62–70 % респондентов), удорожание импорта отмечают 48 % предприятий [4];

- канал вторичных санкций и разрыва связей воздействует опосредованно: угроза вторичных санкций заставляет компании из Китая, Турции и ОАЭ быть осторожнее в сотрудничестве с Россией, усложняя логистику. Уход международных корпораций разорвал производственные цепочки, создав «эффект ножниц»: освободились ниши, но требуются инвестиции для их заполнения;

- канал корпоративного управления и человеческого капитала проявился в уходе иностранных директоров (их доля упала до 6 %), что создало как риски, так и возможности для отечественных управленцев. Санкции усугубили демографические проблемы: дефицит кадров отмечают 56 % предприятий.

В краткосрочный период (2022 г.) метод синтетического контроля фиксирует значительный негативный эффект в первые четыре квартала.

Падение ВВП по итогам года составило 1,2 %, что оказалось намного мягче западных прогнозов (10–15 %) благодаря накопленным резервам и адаптации бизнеса. В среднесрочный период (2023–2024 гг.) экономика перешла к росту: +3,6 % в 2023 г. и около +4 % в 2024 г. Ключевые драйверы: переориентация экспорта на Восток (доля Китая и Индии в экспорте нефти — 85 %); стимулирующая бюджетная политика («военное кейнсианство») — загрузка мощностей выросла на 20 %, безработица упала до 2–3 %; адаптация бизнеса - доля предприятий, начавших выпуск новой продукции, выросла до 37 % [2].

В новейший период (конец 2024–2025 гг.) — накопление проблем: исчерпание ликвидной части ФНБ, падение профицита счета текущих операций (до 0,7 млрд долл. в июне 2025 г.), рост инфляции до 9–10 %. Банк России поднял ключевую ставку до 21 %, что привело к остановке инвестиционной активности. Доля предприятий, сокративших инвестиции, выросла с 19 до 28 % [1].

Санкции действуют как система взаимосвязанных каналов. Акцент смещается от прямых ограничений к вторичным мерам. В современных условиях главным ограничителем становится внутренний инвестиционный кризис, вызванный высокой ключевой ставкой. Происходит переход от быстрой адаптации к стагнации. Требуется активная промышленная политика для преодоления структурных ограничений.

Библиографический список

1. *Оценка влияния экономических санкций на социально-экономическое развитие Российской Федерации* / А. А. Зайцев, Н. Д. Дмитриев, Ш. Цзигээр, Л. Чжан // Вестник международных организаций. 2025. Т. 20, № 4. С. 68–84.
2. *Российские предприятия в конце 2024 г.: обострение проблем в условиях внешнеэкономических санкций и высокой ключевой ставки* / Д. Б. Кувалин, Ю. В. Зинченко, П. А. Лавриненко и др. // Проблемы прогнозирования. 2025. № 3 (210). С. 173–189.
3. *International business under sanctions* / K. E. Meyer, T. Fang, A. Y. Panibratov et al. // Journal of World Business. 2023. Vol. 58, No. 2. Article 101426.
4. *Impact of sanctions on the internal and external environment of companies: Review* / E. Fedorova, A. Nevretdinov, L. Chernicova, I. Khrustova // Journal of Corporate Finance Research. 2025. Vol. 19, No. 1. P. 115–125.

Научный руководитель: Д. В. Филатов

Экономика на грани эмоций: роль психологии в управлении потребительским выбором

Аннотация. В статье рассматривается трансформация современной экономической модели потребительского выбора от рациональной к эмоционально-ориентированной. Автор анализирует механизмы взаимодействия поведенческой экономики и когнитивной психологии, выявляя ключевые факторы, влияющие на принятие решений субъектами рынка. Особое внимание уделяется когнитивным искажениям, роли нейромаркетинга и этическим дилеммам. Работа обосновывает необходимость перехода к «архитектуре выбора», способствующей долгосрочной лояльности клиента.

Ключевые слова: поведенческая экономика; когнитивные искажения; архитектура выбора; нейромаркетинг; иррациональность.

Фундаментом современной экономической психологии является разделение процессов мышления на две системы. Как отмечает Даниел Канеман — израильско-американский психолог и основоположник поведенческой экономики, первая система срабатывает автоматически и быстро, генерируя интуитивные ответы, в то время как вторая — требует сознательных усилий и логического контроля [3, с. 112–114]. Потребительское поведение в 90 % случаев управляется именно первой системой, что позволяет маркетологам обходить рациональные барьеры покупателя. Одним из наиболее эффективных и распространенных механизмов нейромаркетинга является эффект «якорения», при котором первая воспринятая цифра становится точкой отсчета для оценки стоимости [3, с. 115–128].

Дэн Ариели, израильско-американский экономист, в своих экспериментах доказал, что люди часто не знают своих истинных предпочтений, пока им не предложат контекст для сравнения [1, с. 24–35]. Кроме того, огромную роль играет «эффект обладания».

Согласно американского экономисту Р. Талеру, люди склонны оценивать вещь, которой они уже владеют, значительно выше, чем ту, которой у них нет. На этом явлении основывается практика бесплатных пробных периодов и тест-драйвов, создающих психологическую привязанность покупателя к продукту [6, с. 84–90].

Также важным инструментом в поведенческой экономике является «социальное доказательство». Американский психолог Р. Чалдини объясняет это явление, как стремление в ситуациях неопределенности смотреть на действия других, чтобы определить правильность собственного выбора [2, с. 118–130].

Исследования маркетолога и эксперта в области брендинга и нейро-маркетинга Мартин Линдстром, показали, что символы и образы известных брендов активируют те же участки мозга, что и религиозные символы, вызывая глубокую эмоциональную привязанность [4, с. 12–28].

Важным механизмом манипуляции потребителем и кратчайшим путем к принятию им решения в нейромаркетинге выступают эмоции. Например, использование страха упущенной выгоды заставляет совершать импульсивные и иррациональные покупки.

Однако, бывают ситуации, когда избыток стимулов может привести к обратному эффекту. Так, американский психолог Б. Шварц пишет, что увеличение количества вариантов не делает нас свободнее, а лишь усиливает тревогу и ведет к «аналитическому параличу» [5, с. 72–85].

Главная проблема управления выбором сегодня — это этическая грань между помощью потребителю и манипуляцией. Существуют такие концепции как «подталкивание», предполагающие проектирование среды так, чтобы человек добровольно выбирал лучшее для себя решение (например, здоровую пищу) или выделение продавцом по-настоящему выгодных и популярных предложений, способствующее снижению когнитивной нагрузки и помогающее потребителю почувствовать себя в безопасности [6, с. 91–95].

Однако большинство брендов и корпораций активно пользуются тем фактом, что человеческий выбор первично определяется эмоциями и когнитивными искажениями, а не холодным расчетом. Тем не менее, чрезмерное использование «темных паттернов» в нейромаркетинге вызывает рост психологической реактивности — состояния, при котором потребитель намеренно отказывается от бренда, чувствуя давление на свою свободу, и разрушает доверие людей к брендам.

Будущее экономики и маркетинга лежит скорее в плоскости четкого построения «архитектуры выбора», когда бренды не просто манипулируют покупателями, а создают условия для комфортного и интуитивного принятия решений, опираясь на данные нейробиологии, без попыток эксплуатировать психологические уязвимости клиентов.

Библиографический список

1. *Ariely D.* Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. New York: HarperCollins Publishers, 2008. 280 p.
2. *Cialdini R. B.* Influence: The Psychology of Persuasion. New York: Harper Business, 2006. 336 p.
3. *Kahneman D.* Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p.
4. *Lindstrom M.* Buyology: Truth and Lies About Why We Buy. New York: Doubleday, 2008. 272 p.

5. Schwartz B. The Paradox of Choice: Why More Is Less. New York: ECCO, 2004. 265 p.

6. Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. New Haven; London: Yale University Press, 2008. 293 p.

Научный руководитель: *Н. И. Кириякова*,
кандидат экономических наук, доцент

К. Д. Смирнова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Сопоставление безработицы и инфляции в регионах РФ

Аннотация. В статье проводится сравнительный экономический анализ двух регионов: Республики Ингушетия и города Москвы. Рассматриваются структура экономики, социальные факторы, а также связь инфляции и безработицы. На основе полученных данных делаются выводы о прямой связи безработицы и инфляции и определяются перспективы развития низшего региона.

Ключевые слова: безработица; инфляция; социальные факторы экономики; экономика Ингушетии; экономика Москвы.

Безработица и инфляция — это два ключевых экономических показателя, которые оказывают значительное влияние на экономическое развитие стран и регионов. В данной статье мы проведем сравнительный анализ связи между безработицей и инфляцией в одном из самых отстающих регионов России — Республике Ингушетия и в одном из преуспевающих — Москве.

В зависимости от внешних факторов на определенных временных промежутках может наблюдаться четкая обратная связь между данными показателями, однако, в другие периоды — прямая зависимость. Также существует ситуация стагфляции, то есть одновременного роста инфляции и безработицы, что напрямую ведет к замедлению темпа экономического роста. Если в первых двух случаях снижение инфляции могло бы оказать позитивный эффект на экономику, то в последнем данная мера с высокой вероятностью приведет к росту безработицы [1, с. 13–20].

Концепция, основанная на кривой Филлипса, подразумевает существование «естественного уровня безработицы», например, 6–7 %, при котором уровень номинальной заработной платы постоянен. Если безработица превышает «естественный уровень», темпы прироста заработной платы уменьшаются, наблюдается дефляция [1, с. 21–24]. Однако кривая Филлипса верна только для краткосрочного периода. Например, американский экономист Фридман доказал, что в долгосрочном периоде обратной зависимости между инфляцией и безработицей не существует [2, с. 5–11].

Анализ адаптации данной теории к российским условиям показал, что в России на определенных временных промежутках наблюдается четкая обратная связь. Например, в 2013–2014 гг. незначительное снижение уровня безработицы сопровождалось значительным ростом уровня инфляции. В 2017–2018, 2020–2021, 2021–2022 гг. — уровень инфляции возрастал при одновременном снижении уровня безработицы. Однако в остальные периоды в России наблюдается прямая зависимость показателей [3, с. 68–73]. Важно учитывать, что в разных регионах взаимосвязь инфляции и безработицы может отличаться из-за разнородности по показателям.

В связи с этим, мы рассмотрим два региона РФ: Республику Ингушетию и Москву, как противоположные по уровню экономического развития.

Республика Ингушетию является аграрно-индустриальным регионом. Уровень безработицы в республике равен 26 %. Инфляция колеблется от 6,2 до 9,2 %. Довольно высокий уровень безработицы приводит регион к самым негативным социальным последствиям, от снижения прироста населения до серьезных проблем в сфере здравоохранения. Инфляция начинает значительно расти, что ухудшает социальное положение региона. Исходя из концепции кривой Филлипса, можно сделать вывод: высокий рост безработицы может привести к снижению спроса на товары и услуги, что приведет к замедлению роста цен. Однако, если инфляция растет, например, из-за внешних факторов, это наверняка усугубит экономическую ситуацию в регионе.

Это ведет к безвыходной ситуации: низкие инвестиции ведут к высокому уровню безработицы, а высокая безработица ведет к низкому уровню инвестиций в регион.

Москва является одним из самых благоустроенных регионов России с высокоразвитыми отраслями экономики, такими как финансы, ИТ, торговля и услуги. Уровень безработицы в столице около 0,8 %, а инфляция находится примерно на уровне 3–5 % в год. Из-за низкого уровня безработицы в Москве высокое качество жизни. Увеличивается количество новых технологий, товаров, услуг, инноваций, предприятий и организаций. В связи с этим, средняя зарплата значительно выше остальных регионов, что привлекает мигрантов. В Москве связь безработицы и инфляции не столь выражена, как в Республике Ингушетию. При низком уровне безработицы инфляция остается под контролем, благодаря высокому уровню доходов населения и активному спросу на товары и услуги. Когда уровень безработицы снижается, это не приводит к резкому росту цен, так как рынок труда достаточно гибок, а работодатели могут эффективно управлять затратами.

Таким образом, связь между безработицей и инфляцией в России зависит от множества вышеперечисленных факторов, включая экономическую структуру региона, уровень жизни населения. В регионах с высоким уровнем жизни эта связь менее выражена, тогда как в менее благополучных регионах она проявляется более ярко.

Библиографический список

1. *Андрюхин А. Ю.* Оценка взаимосвязей безработицы и инфляции в российской экономике // Научный результат. Экономические исследования. 2020. Т. 6, № 4. С. 13–24.
2. *Ильяшенко В. В.* Взаимосвязь инфляции и безработицы: теоретические аспекты и особенности проявления в экономике России // Известия Уральского государственного экономического университета. 2016. № 2 (64). С. 5–11.
3. *Кириякова Н. И., Гиззатуллин К. Р.* Кривая Филлипса в современной экономике: модификации и практическая применимость // Экономика и бизнес: теория и практика. 2025. № 7 (125). С. 68–73.

Научный руководитель: *П. С. Куклинова*,
кандидат экономических наук

С. А. Степичева, И. А. Москаленко
Брянский филиал РЭУ имени Г. В. Плеханова, г. Брянск

Экономическая теория устойчивого развития: современные подходы и противоречия

Аннотация. В статье рассматриваются современные подходы к обеспечению устойчивого развития экономики в условиях обострения экологических и социальных проблем. Проанализированы ключевые концепции, включая ESG-подход, зеленую экономику и инклюзивный рост, выявлены их цели, преимущества и ограничения. На основе сравнительного анализа показано, что различные подходы акцентируют внимание на отдельных аспектах устойчивости — экологических, социальных или управленческих.

Ключевые слова: экономический рост; цифровизация экономики; стратегии; управленческие решения.

В последние годы проблема устойчивого развития занимает важное место в экономических исследованиях. Традиционные модели экономического роста часто усугубляют экологические и социальные проблемы, что повышает актуальность поиска решений, способных обеспечить развитие без ущерба для окружающей среды и качества жизни населения.

Теория устойчивого развития предполагает согласование экономических, социальных и экологических интересов. ESG-подход учитывает экологические, социальные и управленческие факторы. Зеленая экономика

снижает негативное воздействие на природу за счет рационального использования ресурсов. Инклюзивный рост направлен на сокращение социального неравенства. Цифровизация оптимизирует процессы и снижает экологическую нагрузку, но требует значительных ресурсов.

Концепция устойчивого развития имеет противоречия. Экономический рост остается приоритетом, тогда как устойчивое развитие требует ограничений, что создает несоответствие между принципами и практикой. Отсутствие единой системы показателей усложняет сравнение стратегий (см. таблицу).

Сравнение современных подходов к устойчивому развитию¹

Подход	Основная цель	Преимущества	Ограничения
ESG	Учет нефинансовых факторов	Повышение прозрачности	Трудности измерения
Зеленая экономика	Снижение экологической нагрузки	Экономия ресурсов	Значительные затраты
Инклюзивный рост	Снижение социального неравенства	Социальная стабильность	Ограниченность финансирования

Подходы различаются приоритетами: ESG — управление и инвестиции, зеленая экономика — экология, инклюзивный рост — социальная сфера. Каждый имеет ограничения, связанные с оценкой результатов или необходимыми ресурсами.

Идея устойчивого роста противоречива, так как экономическая система не может бесконечно развиваться при ограниченных ресурсах, но отказаться от нее невозможно, поскольку концепция лежит в основе стратегических документов.

Перспективы экономической теории устойчивого развития связаны с поиском баланса между экономическими и экологическими интересами, где важны государственная политика и корпоративные стратегии.

Таким образом, теория устойчивого развития объединяет различные подходы и внутренние противоречия, оставаясь актуальной и развивающейся в современных условиях.

Научный руководитель: *Н. П. Малышева*,
кандидат экономических наук, доцент

¹ *Лебедев В. В., Терпугов А. Е.* Сравнительный анализ современных теоретических подходов к устойчивому развитию экономики // Вестник университета. 2024. № 6. С. 145–151.

Анализ механизма ценообразования ресурсоснабжающего предприятия

Аннотация. В статье анализируется механизм ценообразования ресурсоснабжающих предприятий как системы государственного регулирования тарифов в условиях естественной монополии, а также рассматриваются цели тарифного регулирования.

Ключевые слова: ценообразование; тарифное регулирование; ресурсоснабжающее предприятие.

Вопросы, связанные с регулированием отношений в сфере жилищно-коммунального хозяйства в нашей стране, в последнее время пользуется повышенным вниманием, как со стороны представителей различных наук, исследующих общественные отношения в сфере экономики (юриспруденции, менеджмента и других экономических наук), так и самих участников: представителей бизнеса, в сфере жилищно-коммунального хозяйства, граждан, являющихся потребителями [2].

Анализ механизма ценообразования ресурсоснабжающих предприятий (РСО) — это комплексное исследование системы принципов, методов, правил и факторов, которые определяют процесс установления и регулирования тарифов на товары и услуги естественных монополий в сфере коммунального хозяйства. Одним из принципов тарифообразования является формирование цен (тарифов) исходя из экономически обоснованных расходов организации, осуществляющих услуги.

Однако эти организации находятся в условиях монополизированного положения и ликвидации перекрестного субсидирования. В связи с этим возрастает роль экономически обоснованных тарифов как сбалансированной цены спроса и предложения, регулируемой как административными, так и рыночными методами [2].

Тариф в коммунальном комплексе — это стоимость единицы коммунального ресурса — кубометра воды (сточных вод), газа, киловатта электрической энергии, гигакалории тепловой энергии — в денежном выражении [1].

Государственное регулирование цен (тарифов) осуществляется на основе принципов, методов, процедур, установленных Федеральными законами, в основах ценообразования, правилах регулирования цен (тарифов), методических указаниях и иных нормативно правовых актах, утвержденными федеральным органом исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов [3].

Целями тарифного регулирования являются следующие основные направления:

- защита экономических интересов потребителей (граждан) от монопольного повышения тарифов, включающая в себя сдерживание необоснованного роста платы за ЖКУ. Орган-регулятор не дает РСО завышать цены, чтобы не допустить неподъемных расходов для населения. Это направление также включает в себя предотвращение монопольного завышения цен;

- обеспечение финансовой устойчивости РСО подразумевает покрытие экономически обоснованных расходов, а также создание условий для инвестиций. Часть средств от тарифов должна идти на модернизацию изношенной инфраструктуры. Если тариф будет слишком низким, компании не смогут развиваться, что приведет к авариям и ухудшению качества услуг;

- создание баланса между интересами населения и бизнеса. С одной стороны, тарифы должны быть доступными для граждан, с другой - должны быть достаточными для компаний, чтобы они могли надежно и качественно предоставлять услуги;

- стимулирование энергосбережения и повышения эффективности подразумевают под собой современные системы регулирования, часто включающие механизмы, которые поощряют компании за снижение потерь в сетях и внедрение энергосберегающих технологий. Экономически обоснованные затраты, которые включаются в тариф, должны быть достигнуты за счет эффективной работы.

Таким образом, ценообразование РСО представляет собой строго регламентированный государственный процесс тарифного регулирования. Это обусловлено естественно-монопольным положением данных предприятий и социальной значимостью предоставляемых ими услуг. Ключевая сущность механизма заключается в необходимости достижения сложного баланса между взаимоисключающими целями: с одной стороны — обеспечение финансовой устойчивости и инвестиционной возможности РСО за счет покрытия экономически обоснованных затрат, с другой стороны — соблюдение публичных интересов через обеспечение доступности услуг для населения и сдерживание роста платежей.

Анализ механизма ценообразования должен быть всесторонним и оценивать не только экономическую эффективность, но и социальные последствия, а также стимулирующий потенциал тарифной политики для модернизации изношенной инфраструктуры коммунального комплекса.

Библиографический список

1. *Бекер Т. А.* Ценообразование в области водоснабжения и водоотведения: учеб. пособие. Владивосток: ДВФУ, 2017. 103 с.
2. *Беляев С. Г., Маркин В. В.* Новые подходы к повышению эффективности тарифного регулирования // Социальные и экономические системы. 2021. № 2 (20). С. 117–125.
3. *Гузельбаева Г. Т., Алексеева Ю. П.* Ценообразование: учеб. пособие. Казань: КВУ, 2021. 96 с.

Научный руководитель: *А. И. Серебренникова*,
кандидат экономических наук, доцент

Направление 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Э. А. Арыкбаев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Особенности услуг в сфере физической культуры и спорта

Аннотация. Статья посвящена оценке специфики физкультурно-спортивных услуг, включая оказание прямого воздействия на человеческий организм, сложности прогнозирования спроса.

Ключевые слова: физическая культура и спорт; услуги; прогнозирование; обмен.

Услуги как вид экономической деятельности существуют уже долгое время, однако определение содержания понятия «услуга в сфере физической культуры и спорта», которое вместило бы все разнообразие ее проявления, до сих пор так и не дано. В экономической литературе можно найти множество определений содержания и форм выражения понятия «услуга», приведем наиболее встречающиеся из них.

Результат функционирования сферы услуг, а именно сама услуга понятие сложное и противоречивое. Услуги в сфере физической культуры и спорта, обеспечивающие рост объема потребления, могут рассматриваться как продукция социальной сферы. К. Маркс писал, что «здесь определение количества труда, требующего для получения определенного результата, является столь же гадательным, как и сам результат». Следовательно, вероятность и не определенность, присущая в той или иной степени как затратам, так и доходам сферы услуг, является неизменным ее атрибутивным признаком [3, с. 276]. Услугами часто называют деятельность, не создающую самостоятельного продукта или материальной ценности. Х. Ворачек определяет услугу как полезное действие, поступок [1, с. 99]. По мнению В. Д. Марковой, услуга есть ничто иное, как «особая потребительная стоимость, которую доставляет труд, только не в качестве вещи, а в качестве деятельности» [2, с. 174].

Итак, услуга в сфере физической культуры и спорта изменение состояния человека, происходящие в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой.

Исходя из вышеприведенного, можно сделать вывод о том, что производство или оказание услуг занимает существенную связь хозяйственной деятельности человека и его общественной жизни. Сама

услуга — важнейший вид экономической деятельности, оказывающий влияние на все стороны жизни общества. Степень удовлетворения потребности населения в услугах является одним из главных индикаторов уровня и качества жизни. Можно утверждать, что именно доля услуг в экономике в определенной степени отражает и воплощает в себе уровень развития общества, причем и не только его производительных сил, но и духовно-нравственного состояния.

На предприятиях сферы услуг используются специальные подходы к прогнозированию и управлению спросом и предложением из-за особенностей услуг: нематериальности, неосвязаемости, одновременноности производства и потребления. Эти особенности затрудняют согласование спроса и предложения, так как создание запасов услуг практически невозможно, а спрос на многие виды услуг сложно прогнозировать.

Библиографический список

1. Ворачек Х. О состоянии «теории маркетинга услуг» // Проблемы теории и практики управления. 2002. № 1. С. 99–103.
2. Маркова В. Д., Синигаева Д. Д. Маркетинг цифровой платформы в сфере услуг // Управление бизнесом в цифровой экономике: сб. ст. VII Междунар. конф. (Санкт-Петербург, 21–22 марта 2024 г.). СПб.: СПбГУ, 2024. С. 173–175.
3. Параскевов Н. Я., Степанова М. Н. К вопросу об оценке качества услуг // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Иркутск, 21 ноября 2024 г.). Иркутск: Изд. дом БГУ, 2025. С. 276–284.

Научный руководитель: *Н. Н. Шуралева*

Д. В. Беспмятных

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Рейтинги устойчивого развития компаний и финансовых институтов

Аннотация. В статье рассмотрены общие черты методологии формирования рейтингов устойчивого развития компаний финансового и нефинансового сектора, выделены общие критерии оценки, характерные для всех рейтингов.

Ключевые слова: рейтинг; критерии оценки; технологии; устойчивое развитие.

В современных экономических условиях концепция устойчивого развития трансформировалась из теоретической модели в практический инструмент управления бизнесом и инвестиционной деятельностью. Глобальные вызовы, связанные с изменением климата, социальным

неравенством и необходимостью обеспечения долгосрочной экономической стабильности, привели к тому, что оценка компаний перестала ограничиваться исключительно финансовыми показателями. На первый план вышли критерии *ESG (Environmental, Social, Governance)*.

Методология присвоения рейтингов устойчивого развития варьируется в зависимости от агентства-провайдера. Однако, можно выделить общие элементы, присутствующие в большинстве моделей. Обычно оценка строится на трех столпах: экологическом (*E*), социальном (*S*) и управленческом (*G*). Каждый из этих блоков декомпозируется на множество индикаторов, которые могут быть количественными (например, объем выбросов CO_2) или качественными (например, наличие политики в области прав человека).

Процесс получения оценки часто включает несколько этапов. Фактически любая методология (методика) получения *ESG*-оценок выглядит следующим образом: сбор исходной информации, нормализация данных, взвешивание показателей и расчет интегрального балла [3, с. 169]. Отсутствие единых стандартов приводит к тому, что веса показателей могут существенно различаться. Например, для нефтегазовой компании экологический блок может иметь вес 50 %, тогда как для *IT*-компании приоритет может отдаваться социальному блоку и управлению данными.

В международных практиках широко используются такие индексы, как *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*. Этот индекс является одним из наиболее авторитетных инструментов оценки глобального характера. В разрезе отраслей экономики компания может быть лидером по результатам оценки 8 критериев [1, с. 11]:

- соответствие кодексу делового поведения;
- выполнение юридических и нормативных требований;
- реализация антикоррупционных мер;
- формирование и внедрение экологической политики;
- создание условий для развития человеческого капитала;
- поддержание здоровья персонала, обеспечение питанием;
- формирование и публикация отчетности об устойчивом развитии;
- создание условий для привлечения талантливых сотрудников.

Такой подробный перечень критериев демонстрирует глубину проработки международных методик, которые охватывают как стратегические, так и операционные аспекты деятельности. Индексы в сфере устойчивого развития применяются в целях формирования портфелей инвестиций с ориентацией на социальную ответственность с учетом их соответствия критериям устойчивого развития, а также определения доходности указанных портфелей [2, с. 104].

В мировой практике выделяют более сотни индексов в сфере КСО и устойчивого развития, что свидетельствует о высоком спросе на подобные инструменты со стороны инвестиционного сообщества. Однако наличие множества различных систем оценки создает определенные сложности для компаний, стремящихся соответствовать всем требованиям одновременно.

Библиографический список

1. *Конюхов К. А.* Развитие российских компаний под требования концепции устойчивого развития // Анагенез управления финансами реального сектора экономики, мезо- и макроуровня: гарантии, пути достижения и угрозы финансового благополучия: материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 12–14 декабря 2024 г.). М.: ГУУ, 2024. С. 179–182.
2. *Одегов Ю. Г., Логинова Е. В.* Современные тренды в работе с персоналом: обзор современных практик // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 4. С. 101–109.
3. *Трифонов Ю. В., Брыкалов С. М., Трифонов В. Ю.* Анализ и оценка компаний по критериям устойчивого развития // Фундаментальные исследования. 2024. № 11. С. 165–174.

Научный руководитель: *Е. В. Логинова*,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Бобылева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Нормативные подходы к определению инновационной деятельности

Аннотация. В статье рассматривается определение инновационной деятельности в рамках современного российского законодательства. На основе анализа сделан вывод о том, что инновационная деятельность представляет собой сложный комплекс взаимосвязанных процессов, требующий системного управления.

Ключевые слова: инновационная деятельность; нормативная база; инновации.

В современной экономике, характеризующейся высокой турбулентностью рынков, санкционным давлением и необходимостью импортозамещения, инновационная деятельность становится ключевым фактором конкурентоспособности национальной экономики и отдельных предприятий. Для России, взявшей курс на технологический суверенитет, особое значение приобретает формирование эффективной законодательной базы, стимулирующей научные исследования и внедрение их результатов в производство [1].

Для успешного управления инновациями на микроуровне менеджерам необходимо понимать сущность инновационных процессов, классификацию нововведений и инструменты анализа продуктов, такие как концепция жизненного цикла и модель интегрального продукта Т. Левитта. Эти инструменты позволяют не только отслеживать текущее положение товара на рынке, но и проектировать его будущее развитие, создавая дополнительную ценность для потребителя.

Правовое регулирование научной и инновационной деятельности в Российской Федерации базируется на нормах Конституции РФ, в статье 44, которой гарантируется свобода научного, технического и других видов творчества. Эти конституционные положения создают фундаментальную основу для развития инновационной активности [2].

Базовым законом, определяющим государственную политику в сфере инноваций, является Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике», в котором вводятся ключевые понятия: технологическая политика, сквозные технологии, инжиниринговый центр.

Помимо этого, важную роль играют законы, регулирующие отдельные аспекты инновационной деятельности: в четвертой части Гражданского кодекса РФ регулируются права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (патенты, лицензии, ноу-хау), в нормах Федерального закона от 29 июля 2017 г. № 216-ФЗ «Об инновационных научно-технологических центрах» устанавливается особый правовой режим для территорий, где создается экосистема для развития инноваций.

Ключевым инструментом реализации национальной инновационной политики является Стратегия научно-технологического развития РФ, документ стратегического планирования, определяющий цели, задачи и приоритеты долгосрочного развития сферы науки и технологий и национальный проект «Наука и университеты» и входящие в него федеральные проекты, направленные на развитие научной инфраструктуры и кооперации науки с бизнесом [3].

Таким образом, законодательная база России в сфере инноваций представляет собой многоуровневую систему, которая в последние годы активно совершенствуется в направлении создания благоприятных условий для коммерциализации научных разработок и достижения технологического суверенитета.

Библиографический список

1. Алхасова З. Р., Карданова Д. А. Законодательное регулирование инновационной деятельности // Экономика и социум. 2022. № 11-1 (102). С. 1138–1143.

2. *Зубкова М. Н.* Правовое регулирование инновационной деятельности: российский и зарубежный опыт // Теория и практика общественного развития. 2025. № 6. С. 220–225.

3. *Курченков В. В., Макаренко О. С.* Приоритеты государственного регулирования инновационной деятельности в условиях поддержания технологического суверенитета страны // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2023. Т. 25, №. 3. С. 17–26.

Научный руководитель: *К. В. Ростовцев*,
кандидат экономических наук, доцент

О. Д. Бухориева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Качество услуг фитнес-клуба

Аннотация. В статье рассмотрены направления обеспечения качества услуг физкультурно-спортивной организации, рассмотрены критерии оценки и направления повышения качественных характеристик.

Ключевые слова: спортивная организация; параметры качества; процесс; человеческий фактор.

Качество услуги показывает, насколько оказанная услуга удовлетворяла потребности клиента. В теории маркетинга услуг качество оценивается через разницу между ожиданиями клиента и его фактическим восприятием.

Качество услуг фитнес-клуба оценивается по нескольким ключевым направлениям. Во-первых, важным является техническое качество, то есть те результаты, которые клиент получает в процессе посещения клуба. К ним относятся достигнутые изменения в физической форме (снижение веса, наращивание мышечной массы, общее улучшение самочувствия), исправное функционирование оборудования, например, надежная работа беговых дорожек, а также чистота воды в бассейне [1, с. 59].

Вторым аспектом выступает функциональное качество, отражающее то, как именно клиент получает услугу. Здесь на первый план выходят такие моменты, как приветливость и доброжелательность сотрудников ресепшена, профессионализм и внимательность тренеров, которые не только корректируют технику выполнения упражнений, но и поддерживают участников занятий. Немаловажно также отсутствие очередей в раздевалках и у тренажеров, что делает пребывание в клубе более комфортным [2, с. 48].

Третьим критерием качества можно назвать социальную составляющую: атмосфера в клубе должна способствовать приятному взаимодействию между посетителями, исключать конфликты и обеспечивать ощущение комфорта в окружении единомышленников.

Не менее важны и требования безопасности. Клуб обязан регулярно проводить санитарную обработку помещений, предоставлять средства дезинфекции, проводить инструктаж по пользованию тренажерами и обеспечивать наличие квалифицированных специалистов, способных оказать первую помощь при необходимости [3, с. 276].

С точки зрения клиента, качество услуг определяется также по ряду субъективных критериев: надежность (стабильная работа клуба и отсутствие внезапных отмен занятий), оперативность решения возникающих проблем сотрудниками, внушаемое доверие тренеров и их профессиональная компетентность, а также проявление эмпатии — индивидуальный подход, внимание к особенностям клиента и теплое отношение, например, поздравления с личными событиями.

Для того чтобы удерживать заявленные конкурентные преимущества (например, позиционирование как «самый клиентоориентированный клуб в районе») и стабильно высокое качество услуг, необходима система управления, объединяющая стандарты, контроль и мотивацию персонала.

Библиографический список

1. *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.
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. *Фагина С. С.* Роль фитнес-индустрии в решении социальных проблем Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы V Уральского экономического форума (Екатеринбург, 19–20 октября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 275–277.

Научный руководитель: *Е. В. Давыдова*

Виды инновационных предприятий

Аннотация. В статье рассмотрены виды инновационных организаций, функционирующих в современной экономике России, выделены особенности научно-исследовательских предприятий, стартапов, инфраструктурных организаций.

Ключевые слова: инновации; научно-исследовательские предприятия; стартап; новые технологии.

В современной экономике инновационная деятельность осуществляется предприятиями различных типов и масштабов. Развитие науки, технологий и предпринимательства привело к формированию большого количества организаций, специализирующихся на разработке и внедрении новых продуктов, технологий и управленческих решений. В зависимости от характера деятельности, структуры и роли в инновационном процессе выделяются различные виды инновационных предприятий.

Одним из наиболее распространенных видов выступают малые инновационные предприятия, которые обычно обладают высокой гибкостью и способностью быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. Небольшой размер позволяет им оперативно внедрять новые идеи, экспериментировать с технологиями и создавать уникальные продукты. Малые инновационные предприятия часто возникают на базе научных разработок и связанных с ними предпринимательских инициатив.

Особое место среди инновационных организаций занимают стартап-компании, которые представляют собой предприятия, ориентированные на реализацию новых бизнес-идей и создание инновационных продуктов, обладающих высоким потенциалом роста. Как правило, стартапы находятся на ранней стадии развития и стремятся вывести на рынок принципиально новые решения. Стартап компании часто работают в сфере информационных технологий, цифровых сервисов, биотехнологий и других перспективных направлений [1]. Главной особенностью стартапов является высокая степень риска, связанная с внедрением новых идей и технологий.

Значительное влияние на развитие инноваций оказывают крупные корпорации, создающие собственные инновационные подразделения [2], в рамках таких структур разрабатываются новые продукты, совершенствуются технологии производства и внедряются современные методы управления. Крупные предприятия обладают значительными финансовыми и организационными ресурсами, что позволяет им активно инвестировать в разработку и внедрение инноваций, вследствие этого

именно крупные компании часто становятся инициаторами масштабных технологических изменений.

Отдельная группа организаций функционирует в составе инновационной инфраструктуры, к данной группе относятся технопарки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры и другие организации, деятельность которых направлена на поддержку разработки и внедрения новых технологий. Данные организации создают благоприятные условия для развития инновационного предпринимательства, оказывают консультационную и организационную поддержку молодым компаниям, а также способствуют коммерциализации научных разработок [3].

Разнообразие видов инновационных предприятий объясняется различием задач, которые они выполняют в процессе создания и внедрения новшеств, одна группа организаций занимается разработкой технологий, другая специализируется на их внедрении и коммерциализации, а третья обеспечивает поддержку инновационной деятельности.

В итоге существование различных видов инновационных предприятий способствует развитию экономики и ускоряет внедрение новых технологий. Каждая категория организаций выполняет собственную функцию в инновационной системе, обеспечивая создание, распространение и практическое использование новых знаний и решений.

Библиографический список

1. *Альнвади А. С. Д., Кочергина Т. В.* Проблемные аспекты стратегического развития инновационного предприятия // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия: сб. науч. ст. V Всерос. науч.-практ. конф. (Курск, 10–11 марта 2022 г.). Курск: ЮЗГУ, 2022. С. 23–26.
2. *Иванов С. Л., Теребова С. В.* Различия в инновационном поведении субъектов малого и крупного бизнеса // Проблемы рыночной экономики. 2024. № 1. С. 73–86.
3. *Кочергина Т. В.* Стейкхолдерская модель инновационной трансформации // Актуальные вопросы современной экономики. 2024. № 8. С. 202–206.

Научный руководитель: *Т. В. Кочергина*,
кандидат экономических наук, доцент

Самозанятость как стартовая форма предпринимательства для студентов: финансовые преимущества и ограничения

Аннотация. В статье анализируется специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» применительно к студентам. На основе данных за 2025–2026 гг. рассматриваются финансовые преимущества, ограничения и сравнение с альтернативными формами занятости.

Ключевые слова: самозанятость; налог на профессиональный доход; студенты; предпринимательство; индивидуальные предприниматели.

Значимость темы самозанятости для студентов объясняется изменениями на российском рынке труда и ростом гибких форм занятости. В РФ проводится эксперимент по внедрению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход», регулируемого Федеральным законом от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ. Этот режим предоставляет возможность заниматься предпринимательством без регистрации в ИП и без уплаты страховых взносов.

По данным ФНС на январь 2026 г., число плательщиков НПД в России достигло внушительной цифры в 15,6 млн чел. За 2025 г. прирост составил 25,9 %¹. Также отметим, количество самозанятых с ИП-статусом увеличилось на 173 тыс., достигнув 779 тыс. чел.² Для студентов, совмещающих обучение с трудовой деятельностью, НПД является привлекательным благодаря низкой налоговой нагрузке и простоте. Исследования показывают, что 60 % российских студентов работают, и среди них доля самозанятых достигла 13,5 %³. Налоговая ставка установлена на уровне 4 % для доходов от физических лиц и 6 % для доходов от юридических лиц. Финансовые выгоды для студентов заключаются в следующем: налоговая нагрузка ниже по сравнению с работой по трудовому договору, нет обязательств платить страховые взносы, регистрация проста и занимает не более 15 минут через приложение «Мой налог» без сдачи налоговых деклараций⁴.

Однако режим имеет ограничения. Главное — отсутствие социальных гарантий. С 1 января 2026 г. Федеральный закон № 456, позволяет

¹ Рекордный рост: число самозанятых в РФ приблизилось к 16 миллионам // МЕДИА ТОК. URL: <https://media-talk.ru/news/rating/rekordnyy-rost-chislo-samozanyatykh-v-rf-priblizilos-k-16-millionam/> (дата обращения: 12.04.2026).

² Там же.

³ Самозанятых среди студентов за год стало вдвое больше: эксперт назвал причины // Клерк. URL: <https://www.klerk.ru/buh/news/682213/> (дата обращения: 12.04.2026).

⁴ Федеральный закон от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Налог на профессиональный доход"» (ред. от 15 декабря 2025 г.).

добровольно застраховаться на случай болезни, но выплаты возможны только через шесть месяцев уплаты взносов¹. Также время работы самозанятым не идет в пенсионный стаж. Самозанятые не могут получить налоговый вычет. А также доход от самозанятости может привести к потере социальной стипендии. Сравнение форм занятости для студентов представлено в таблице.

Сравнение форм занятости для студентов (2026 г.)

Самозанятость (НПД)	Работа по трудовому договору	Индивидуальный предприниматель (УСН)
Налоговая ставка		
4 % (физлица) / 6 % (юрлица)	13 % (НДФЛ)	6 % (доходы) или 15 % (доходы минус расходы)
Обязательные страховые взносы		
Отсутствуют	Уплачиваются работодателем (30 % от ФОТ)	57 390 р./год + 1 % с дохода свыше 300 000 р. ²
Социальные гарантии		
Отсутствуют (добровольное страхование с 2026 г.)	Предусмотрены ТК РФ	Отсутствуют
Формирование пенсионного стажа		
Не формируется	Формируется	Формируется при уплате взносов
Налоговые вычеты		
Недоступны	Доступны	Недоступны
Сложность регистрации		
10–15 мин, бесплатно	Оформление трудового договора	Государственная пошлина, до 5 рабочих дней

Для сохранения социальной стипендии студенту необходимо рассчитать максимальный допустимый доход по самозанятости по формуле³:

$$D_{\max} = (ПМ \times K_{\text{ч}}) - C,$$

где $D_{\max}$ — максимально допустимый доход; $ПМ$ — прожиточный минимум; $K_{\text{ч}}$ — число членов семьи; C — размер стипендии.

¹ Федеральный закон от 15 декабря 2025 г. № 456-ФЗ «О проведении эксперимента по добровольному вступлению отдельных категорий граждан в правоотношения по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности».

² Там же.

³ 10 мифов о самозанятости-2025, которые мешают студенту зарабатывать честно // ЛаЛаЛань. URL: <https://lala.lanbook.com/rubrika-dengi/tpost/aulmgxjmo1-10-mifov-osamozanyatosti-2025-kotokie-m> (дата обращения: 12.04.2026).

Таким образом, самозанятость является эффективным стартом для предпринимательской деятельности студентов. Отсутствие обязательных взносов, простой учет и низкие налоги делают НПД оптимальным вариантом. Но также перед регистрацией стоит оценить риски, как потеря социальной стипендии и отсутствие пенсионного стажа.

Научный руководитель: *А. А. Мартенс*,
кандидат экономических наук

А. В. Гаряева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Параметры конкурентоспособности фитнес-клуба

Аннотация. Материалы статьи посвящены описанию составляющих конкурентоспособности фитнес-клуба, выявлено, что ключевым отличием является элемент вовлеченности клиентов.

Ключевые слова: фитнес-клуб; конкурентоспособность; продвижение; человеческий капитал.

Фитнес-услуги относятся к сфере оздоровительных услуг, которые характеризуются высокой вовлеченностью клиента, сильным влиянием персонала, такого как тренеры и администраторы и необходимостью создания особой атмосферы [1, с. 59].

Основная услуга фитнес-центра доступ в тренажерный зал, включающий групповые программы, персональный тренинг, фитнес-тестирование, составление рациона. Как правило используется стратегия дифференцированных цен: стоимость абонеента в разное время посещения и включение тех или иных услуг, цена также дифференцирует уровень клуба: премиум-сегмент, мидл-сегмент, эконом.

Продвижение включает рекламу в соцсетях, фото подтянутых тел, видео тренировок, акции «приведи друга», SEO-продвижение сайта, открытые тренировки в парках. Так же роль продвижения играют скрипты приветствия администратора, процедура регистрации, система записи в группы, уведомления о предстоящих тренировках, четкий алгоритм действий тренера при проведении занятия.

Конкурентоспособность предприятия сферы услуг — это его способность привлекать и удерживать потребителей, предлагая услуги более высокого качества или по более привлекательной цене, чем конкуренты, обеспечивая тем самым стабильную прибыль.

В отличие от товарного рынка, где ключевыми критериями часто являются технические характеристики продукта, на рынке услуг

критерии конкурентоспособности делятся на две большие группы: материальные (осязаемые) и нематериальные (неосязаемые).

Критерии конкурентоспособности фитнес-клуба включают:

1. Ассортимент и уникальность услуг (*Product*):

- широта линейки: наличие тренажерного зала, бассейна, групповых программ (йога, пилатес, танцы), единоборств;
- наличие эксклюзивных методик (например, авторские программы тренировок, занятия на уникальных тренажерах).

2. Ценовая политика и доступность (*Price & Place*):

- гибкость тарифной сетки (абонементы на год, месяц, разовые посещения, утренние/дневные тарифы);
- уровень цен относительно конкурентов в том же районе (премиум, средний, эконом);
- удобство расположения (транспортная доступность, наличие парковки).

3. Качество обслуживания и сервис (*People & Process*):

- профессионализм и внимание персонала (тренеров, администраторов);
- скорость реакции на запросы (быстрота записи, решение проблем);

- чистота и санитарное состояние помещений (*Physical Evidence*).

4. Технологическая оснащенность и атмосфера (*Physical Evidence*):

- современность оборудования, удобство раздевалок и душевых;
- атмосфера (интерьер, музыка, контингент посетителей).

5. Имидж и репутация (*Promotion & Brand*):

Известность бренда, отзывы в социальных сетях и на картах (Яндекс.Карты, 2ГИС). Наличие наград, лицензий, работа известных тренеров.

Таким образом, ключевым критерием конкурентоспособности для фитнес-клуба является не просто наличие современных тренажеров, а комплексное восприятие клиентом соотношения «цена/комфорт/внимание персонала».

Библиографический список

1. 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.

2. Фагина С. С. Роль фитнес-индустрии в решении социальных проблем Урал — драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы V Уральского экономического форума (Екатеринбург, 19–20 октября 2023 г.). Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. С. 275–277.

Научный руководитель: С. С. Фагина

Эволюция концепции социальной ответственности

Аннотация. Рассмотрены основные этапы развития концепции социальной ответственности бизнеса, выявлен этап институционализации в рамках стейкхолдерской модели.

Ключевые слова: социальная ответственность; благотворительность; стейкхолдеры; модель.

Корпоративная социальная ответственность в ее современном понимании является результатом длительной эволюции, в ходе которой разрозненные филантропические инициативы отдельных предпринимателей трансформировались в систему стандартов, неотъемлемых от стратегического управления устойчивым развитием. Понимание этой трансформации, ее движущих сил и логики необходимо для адекватной оценки того, как и почему сегодняшние компании выстраивают свою социальную и экологическую политику.

Истоки социально ответственного поведения бизнеса восходят к эпохе промышленной революции XIX века. В этот период социальная активность предпринимателей носила преимущественно патерналистский характер. Такие промышленники-визионеры, как Р. Оуэн в Великобритании или представители династии Морозовых в России, интуитивно осознавали взаимосвязь между благополучием работников и эффективностью производства. Они строили жилье, открывали школы и больницы, однако эти действия не были системными и воспринимались скорее как личная благотворительность, нежели как неотъемлемая функция бизнеса как института.

Научная дискуссия о роли бизнеса в обществе началась значительно позже, в середине XX века, и традиционно связывается с именем американского экономиста Г. Боуэна. В 1953 г. вышла его монументальная работа «Социальная ответственность бизнесмена», где он впервые дал развернутое определение, ставшее отправной точкой для всех последующих исследований [3]. Боуэн определил социальную ответственность как обязательство бизнесмена проводить ту политику, принимать те решения и следовать тем линиям действий, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества. Он поставил вопрос о том, что менеджеры крупных корпораций являются ключевыми фигурами, от решений которых зависит не только экономическое процветание, но и благополучие широких слоев населения.

В 1960-е гг. дискуссия углубляется. К. Дэвис выдвигает так называемый «железный закон ответственности», согласно которому

в долгосрочной перспективе те, кто не использует свою власть в направлении, которое общество считает ответственным, эту власть потеряют. Таким образом, КСО начинает трактоваться не просто как этический выбор, но и как условие выживания бизнеса. Однако наиболее острая полемика развернулась в 1970-е гг., когда сформировались две полярные точки зрения.

С одной стороны, лауреат Нобелевской премии М. Фридман выступил с резкой критикой концепции КСО. В своей знаменитой статье 1970 г. «Социальная ответственность бизнеса — увеличение прибыли» он утверждал, что менеджеры являются наемными работниками акционеров и не имеют права тратить их капитал на социальные цели [1, с. 53]. Единственная ответственность бизнеса по Фридману — эффективно использовать ресурсы для максимизации прибыли, оставаясь в рамках закона и этических норм. С другой стороны, А. Кэрролл предложил свою знаменитую четырехуровневую пирамиду КСО, которая включала: экономическую ответственность (быть прибыльным), правовую ответственность (соблюдать законы), этическую ответственность (делать то, что справедливо) и филантропическую ответственность (вносить вклад в жизнь сообщества). Модель Кэрролла продемонстрировала, что КСО не отрицает экономическую функцию бизнеса, а надстраивает над ней более высокие уровни ответственности, создавая многослойную структуру отношений корпорации и общества.

Ключевым событием 1980-х гг. стала публикация книги Э. Фримана «Стратегический менеджмент: концепция стейкхолдеров» (1984) [2, с. 45]. Фриман предложил революционную теорию, согласно которой корпорация должна управляться не только в интересах акционеров (shareholders), но и в интересах всех групп, которые влияют на ее деятельность или испытывают на себе ее влияние. К таким группам — стейкхолдерам — он отнес сотрудников, потребителей, поставщиков, местные сообщества, государство, кредиторов и даже будущие поколения. Эта теория стала нормативным фундаментом для всей будущей архитектуры КСО, так как дала четкий ответ на вопрос «перед кем именно бизнес должен быть социально ответственен?».

Библиографический список

1. Гунин А. И. Этика и мораль в современном бизнесе: цель бизнеса и его ответственность // Московский экономический журнал. 2024. Т. 9, № 3. С. 51–72.
2. Каткенов К. А. Социальное партнерство с предприятиями–работодателями на основе стейкхолдер-менеджмента // Педагогическая наука и практика. 2024. № 1 (43). С. 44–49.

3. Киварина М. В., Васьков К. И. Социальная ответственность бизнеса: интеграция общественных ожиданий // Региональные проблемы преобразования экономики. 2025. №. 2 (172). С. 164–173.

Научный руководитель: А. Е. Плахин,
доктор экономических наук, доцент

Д. М. Доброва

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Циклическая система повышения качества на основе модели «7Р»

Аннотация. В статье рассматривается современная технология управления конкурентоспособностью в сфере услуг, основанная на элементах модели «7Р». Акцент сделан на стандартизации процессов, внутреннем маркетинге и мотивации персонала.

Ключевые слова: конкурентоспособность; управление услугами; стандартизация; внутренний маркетинг.

Конкурентоспособность сервисной компании напрямую зависит от качества предоставляемых услуг и стабильности процессов внутри организации. На практике эффективное управление сервисом опирается на элементы модели «7Р», объединяя стандарты, людей, процессы и физическое окружение в единую систему. В данном материале рассмотрены ключевые аспекты технологии управления на примере фитнес-клуба, а также приведены инструменты для их внедрения и оценки эффективности [2, с. 220].

Создание и внедрение стандартов для всех точек контакта с клиентом — фундамент повышения качества услуг. Скрипты приветствия, чек-листы уборки, регламенты обслуживания позволяют снизить вариативность и обеспечить клиенту одинаково высокий уровень сервиса вне зависимости от смены или сотрудника. Примером служит стандарт приветствия администратора: улыбка, приветственная фраза, предложение помощи.

Эффективное управление людьми невозможно без постоянного обучения и объективной оценки результатов их труда. Система KPI для тренеров, включающая показатели пролонгации абонементов и клиентской обратной связи, еженедельные планерки для анализа ошибок создают условия, при которых сотрудникам выгодно работать качественно [1, с. 48].

Критически важным элементом управления качеством является систематический сбор обратной связи от клиентов. Инструменты включают проверки «тайным покупателем», QR-коды для моментальной

оценки состояния помещений, анализ отзывов в социальных сетях и на агрегаторах, регулярные опросы по методу SERVQUAL. Такой подход позволяет оперативно выявлять недочеты, корректировать стандарты и направлять развитие компании в соответствии с ожиданиями целевой аудитории.

Поддержание инфраструктуры на заявленном уровне важнейший показатель качества услуг. Ежечасный мониторинг состояния раздевалок, контроль наличия расходных материалов, регламент технической проверки и ремонта оборудования все это обеспечивает высокий стандарт «материальности» (Tangibles) и формирует положительное впечатление у клиентов.

Четкий алгоритм действий при сбоях обслуживания залог укрепления доверия и лояльности клиентов. Если, например, сломался душ, сотрудник должен предложить компенсацию (скидку, гостевое посещение) и быстро решить проблему. Быстрая реакция на жалобу зачастую ценится клиентом выше, чем изначально идеальный сервис. Такая стратегия позволяет не только устранить негатив, но и превратить клиента в приверженца бренда [2, с. 183].

Внедрение рассмотренных инструментов позволяет формировать устойчивую систему управления сервисом, увеличивать лояльность клиентов и достигать долгосрочной конкурентоспособности на рынке услуг.

Библиографический список

1. *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.
2. *Кочерьян М. А., Вашляева И. В., Шуралева Н. Н.* Модификация системы мотивации тренерского состава // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. 2023. № 10 (224). С. 181–184.
3. *Рыскин П. П., Фагина С. С., Кудрявцев И. С.* Тенденции формирования рынка спортивной медицины // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2023. Т. 18, № 4. С. 219–224.

Научный руководитель: *Т. В. Воловик*

Задачи устойчивой трансформации бизнеса

Аннотация. Материал статьи направлен на анализ задач устойчивой трансформации бизнеса в современных условиях. Сформирован вывод о приоритете технологической трансформации, что обусловлено ограничениями в технологической сфере.

Ключевые слова: трансформация; технологии; инновации; устойчивое развитие.

В условиях глобальных экономических и геополитических изменений бизнес сталкивается с необходимостью глубокой трансформации, данный процесс предполагает переход от традиционной модели, ориентированной исключительно на прибыль, к модели, учитывающей экологические, социальные и управленческие аспекты (ESG) [1, с. 124].

Актуальность данной темы обусловлена тем, что устойчивость становится ключевым фактором долгосрочной конкурентоспособности компаний. Устойчивая трансформация бизнеса предполагает комплексное изменение стратегии, бизнес-модели и операционной деятельности компании с целью учета принципов устойчивого развития [3, с. 76].

Устойчивое развитие становится ключевым направлением стратегического развития компаний, определяя их способность функционировать в условиях внешних шоков, технологических изменений и усложняющихся регуляторных требований. Устойчивость корпоративной модели не узкая экологическая повестка, а комплексная трансформация, включающая стратегические, операционные, технологические и социальные аспекты. Развитие российских компаний в период 2022–2026 гг. представляет собой показательный пример системной ESG-трансформации, основанной на многоуровневой архитектуре, стратегическом планировании и институционализации устойчивой повестки [2, с. 102].

Анализ задач устойчивой трансформации бизнеса 2022 г. показал, что для крупного бизнеса важно не просто работать стабильно, а уметь быстро перестраиваться. Компании оказались в ситуации, когда привычные условия резко изменились: усилилось внешнее давление, часть партнеров ушла с рынка, появились риски отказа базовых технологических систем. В этих условиях основной задачей стала не только защита текущих позиций, но и изменение самой модели работы. Одно из ключевых направлений переход на собственные технологии, после

ухода иностранных вендоров пришлось в короткие сроки заменить значительную часть технологических решений. Это удалось сделать в большинстве случаев без остановки сервисов для клиентов, более того, часть систем стала работать стабильнее, чем раньше. Такой переход снизил зависимость от внешних факторов и сделал бизнес более управляемым. Комплементарной задачей в данный период стало усиление роли цифровых сервисов так как большая часть операций и продаж теперь проходит через онлайн-каналы.

Системный подход к трансформации позволяет выделить ключевые задачи устойчивого развития современного бизнеса:

- выстраивание многоуровневой ESG-архитектуры и интеграция устойчивости в стратегию;
- технологическая модернизация и повышение операционной автономности;
- управление климатическими, социальными и ESG-рисками;
- развитие социальных программ и образовательных инициатив.

Устойчивость является долгосрочной стратегической инвестицией в эффективность, стабильность и конкурентоспособность бизнеса. В условиях высокой неопределенности именно компании, реализующие комплексную трансформацию, обладают наибольшим потенциалом адаптации и роста.

Библиографический список

1. *Каленов О. Е.* Трансформация бизнес-модели: от классической организации к экосистеме // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2020. Т. 17, № 3 (111). С. 124–131.
2. *Одегов Ю. Г., Логинова Е. В.* Современные тренды в работе с персоналом: обзор современных практик // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2016. № 4. С. 101–109.
3. *Орехова С. В., Мисюра А. В.* Трансформация бизнес-модели и возрастающая отдача высокотехнологичного предприятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 6 (440). С. 75–85.

Научный руководитель: *Т. И. Гусева*

Роль малого и среднего предпринимательства в развитии экономики

Аннотация. В статье рассматривается значение малого и среднего предпринимательства в развитии экономики, а также проведен анализ и построен прогноз количества вновь возданных субъектов малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.

Ключевые слова: малый и средний бизнес; предпринимательство; юридическое лицо; индивидуальный предприниматель.

В современных условиях необходимо постоянно искать и совершенствовать источники развития региональной экономики. Одним из таких источников может стать деятельность малого и среднего бизнеса [1, с. 62]. В процессе развития малые и средние предприятия обеспечивают регион новыми рабочими местами, предоставляют на рынок товары и услуги, приносят доходы в бюджет в виде налоговых отчислений, привлекают инвестиции. К положительным сторонам развития малого и среднего бизнеса в регионе относится возможность быстро приспособиться к постоянно меняющимся условиям внешней среды [2, с. 4; 3, с. 59].

В настоящее время заметна тенденция увеличения количества вновь созданных предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации, что отражено на рис. 1.

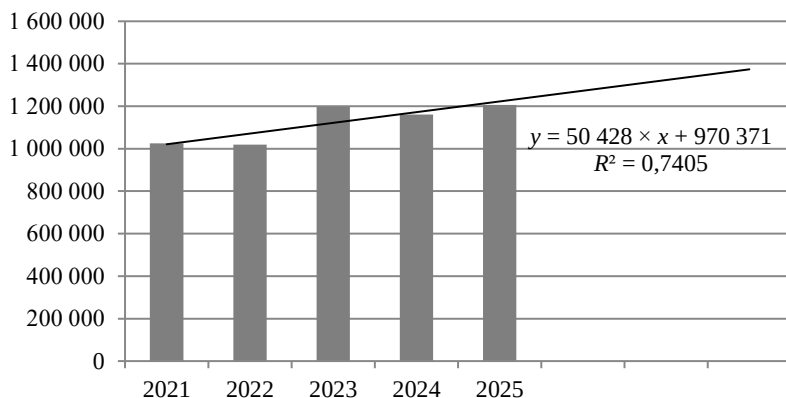


Рис. 1. Количество вновь созданных предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации в 2021–2025 гг. и прогноз на 2026–2028 гг., ед.¹

¹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 01.03.2026).

Таким образом, из рисунка видно, что в 2025 г. по сравнению с 2021 г. наблюдается рост количества вновь созданных предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации. Если эти тенденции сохранятся, то в прогнозном периоде рост исследуемого показателя продолжится.

Разделение вновь созданных субъектов малого и среднего предпринимательства на юридические лица и индивидуальных предпринимателей отражено на рис. 2.

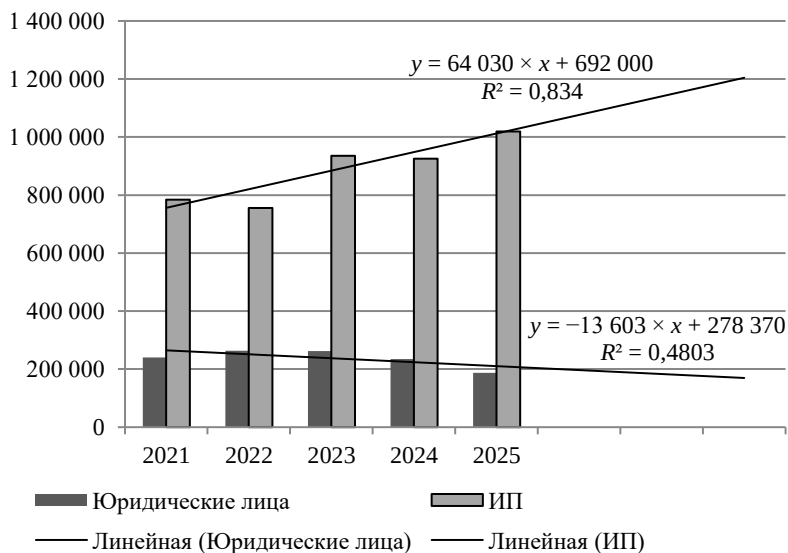


Рис. 2. Количество вновь возданных юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в РФ в 2021–2025 гг. и прогноз на 2026–2028 гг., ед.¹

Таким образом, из рисунка видно, что количество вновь созданных субъектов малого и среднего бизнеса в форме юридических лиц уменьшается, а в форме индивидуального предпринимательства — увеличивается.

Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства способствует развитию экономики в целом, путем формирования экономического роста, использования технологий и инноваций, стимулирования развития рынка, социальной инфраструктуры, а также повышения уровня развития человеческого капитала населения.

¹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 01.03.2026).

Библиографический список

1. Кулагина Н. А. Анализ развития малого и среднего предпринимательства в системе факторов обеспечения инвестиционной привлекательности регионов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2025. Т. 15, № 2. С. 58–74.
2. Лопатина Н. Д., Бессонова Е. А. Механизмы формирования равновесного социально-экономического развития экономики Курской области на основе проектного управления в условиях вызовов времени // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 4 (130). С. 1–5.
3. Павлов А. А. Анализ развития субъектов малого и среднего предпринимательства в России: сущность, функции, особенности // Экономика и управление: проблемы, решения. 2025. Т. 9, № 6 (159). С. 57–62.

Научный руководитель: А. Н. Лысенко,
кандидат экономических наук, доцент

Д. С. Ежов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Проблема согласования спроса и предложения в спортивной организации

Аннотация. Проблема равновесия спроса и предложения в спортивных организациях может быть рассмотрена с позиции регулирования мощности оказания спортивных услуг и расширения маркетинга.

Ключевые слова: спортивные услуги, мощность спортивной организации, спрос, предложение.

На равновесие спроса и предложения на рынке оказания спортивных услуг существенное влияние оказывает совокупная мощность организаций. Дефиниция данного понятия состоит в то, что мощность организации — «объем выхода продукции (или услуг), который способно достичь предприятие в определенный период времени» [1, с. 283]. Существует и другая трактовка производственной мощности — этот термин используется для обозначения ресурсов или активов, которые фирма может задействовать для создания товаров или услуг [2, р. 232].

В спортивных организациях данный элемент включает в себя помещения для клиентов, оборудование, предназначенное для проведения спортивных тренировок, расходные материалы, трудовые ресурсы и пр. Влияние на мощность спортивной организации позволяет оперативно реагировать на быстроизменяющиеся параметры спроса и предложения на тот или иной вид услуги. Мощность спортивной организации за счет своей гибкости, достигаемой вариативностью таких составляющих как

персонал и материалы, используемые для оказания услуги, а также площадь помещений и пропускная способность оборудования позволяет учитывать изменения спроса.

Следовательно, планирование спроса и предложения спортивной организации осуществляется посредством влияния на спрос или на мощности организации. В зависимости от выбора объекта регулирования в сервисном управлении различают две основные стратегии регулирования спроса и предложения:

- 1) стратегия фиксированного уровня;
- 2) стратегия следования за спросом.

Стратегия фиксированного уровня имеет своей целью максимальное использование организационных ресурсов. При этом производственные мощности остаются постоянными, неизменными в ходе всего процесса прогнозирования. Основной упор делается на структурирование спроса таким образом, чтобы он соответствовал имеющимся производственным мощностям предприятия.

Стратегия следования за спросом обратна предыдущей, т. е. она предполагает мобильный гибкий ответ мощностей организации на изменение спроса.

Проблема согласования спроса и предложения, таким образом, заложена в организациях сферы услуг практически априори. Ее решение предполагает, как управление организационными ресурсами, так и определенное воздействие на организационное окружение. Это, без сомнения, является комплексной задачей, реализуемой на стратегическом и тактическом уровне с помощью количественных и качественных подходов, разнообразных инструментов и методов.

Библиографический список

1. Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Лж., Якобс Р. Ф. Производственный и операционный менеджмент. М.: Вильямс, 2001. 691 с.
2. Lovelock C. H., Wirtz J. Services marketing: People, technology, strategy. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2007. 648 p.

Научный руководитель: П. П. Рыскин,
кандидат социологических наук, доцент

Маркетинг сферы спортивных услуг

Аннотация. В статье представлена характеристика маркетинга сферы спортивных услуг, выявлены особенности включая роль человеческого фактора, оказывающего существенное воздействие в ходе оказания услуг.

Ключевые слова: спортивная услуга; маркетинг; продвижение; человеческий капитал.

Сфера услуг в современной экономике занимает доминирующее положение, обеспечивая значительную часть ВВП развитых стран и основную долю занятости населения. В отличие от материального производства, услуги обладают рядом специфических характеристик: неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества и несохраняемость. Эти особенности делают традиционные подходы к маркетингу недостаточно эффективными и требуют разработки специализированного инструментария для работы на рынках услуг [1, с.59].

Ключевым инструментом реализации маркетинговой стратегии на рынке спортивных услуг является комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Если для товаров классической считается модель «4Р», то для услуг требуется расширенный набор элементов, позволяющий управлять впечатлениями клиента и процессом взаимодействия.

Услуга — это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Выделены четыре основные характеристики услуг, которые формируют специфику маркетинговой деятельности:

1) неосязаемость: услугу невозможно увидеть, попробовать или оценить до момента получения, клиент вынужден доверять репутации компании;

2) неотделимость от источника: оказание услуги часто требует присутствия как производителя, человека, оказывающего услугу, так и потребителя, качество спортивной услуги часто зависит от процесса их взаимодействия;

3) непостоянство качества: качество услуги сильно варьируется в зависимости от того, кто, когда и где ее предоставляет;

4) несохраняемость: услугу невозможно произвести впрок и складировать, если спрос падает, потенциал услуги теряется безвозвратно [2, с. 43].

Выделенные особенности требуют от маркетологов поиска способов «материализации» услуги в сознании клиента, стандартизации процессов и тщательного управления взаимодействием с потребителем.

Классическая модель комплекса маркетинга включает четыре элемента: *Product* (товар), *Price* (цена), *Place* (место/дистрибуция), *Promotion* (продвижение), данная модель ориентирована преимущественно на рынок физических товаров.

Однако применение «4Р» к сфере услуг выявило ее ограниченность, неосязаемость и вовлеченность потребителя в процесс производства услуги потребовали включения дополнительных переменных, находящихся под контролем компании. В 1981 г. предложили расширенную модель «7Р», добавив к классическим элементам три новых, критически важных для услуг:

- *People* (люди): все факторы, связанные с человеческим присутствием в момент оказания услуги.
- *Process* (процесс): процедуры, механизмы и поток действий.
- *Physical Evidence* (физическое окружение): среда, в которой оказывается услуга.

Таким образом, комплекс маркетинга услуг представляет собой набор контролируемых переменных, которые компания комбинирует для удовлетворения целевых рынков и достижения конкурентных преимуществ.

Библиографический список

1. 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.
2. Кочерьян М. А. Подходы к определению понятия «услуги физической культуры и спорта» // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 101-2. С. 42–44.

Научный руководитель: И. С. Кудрявцев

Д. А. Зонова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Специфика инновационных предприятий

Аннотация. В статье анализируются особенности функционирования инновационных организаций, сформулированы выводы об отсутствии отраслевой специфики инновационных предприятий и приоритете обновления продукции в рамках их деятельности.

Ключевые слова: организация; инновационное предпринимательство; развитие; новые технологии.

В современных условиях развитие экономики напрямую связано со способностью предприятий внедрять новые технологии, создавать конкурентоспособные продукты и совершенствовать производственные

процессы. Инновации становятся одним из ключевых факторов устойчивого роста организаций, повышения их эффективности и укрепления позиций на рынке. В условиях усиливающейся конкуренции предприятиям необходимо постоянно искать новые решения, модернизировать производство и адаптироваться к быстро меняющимся экономическим условиям, поэтому вопросы инновационного развития и управления инновационной деятельностью приобретают особую важность.

В современных условиях развитие предприятий все в большей степени определяется способностью внедрять новые решения, совершенствовать производственные процессы и предлагать рынку обновленные продукты [2]. Экономическая среда становится динамичной, требования потребителей постоянно меняются, а конкуренция усиливается. В результате предприятиям необходимо искать новые подходы к организации деятельности и активно внедрять инновации.

Инновационное предприятие представляет собой организацию, деятельность которой ориентирована на разработку, внедрение и использование новых технологий, товаров, услуг и методов управления. Основная особенность таких предприятий заключается в стремлении к постоянному обновлению и совершенствованию своей продукции и производственных процессов, что позволяет организациям быстрее реагировать на изменения рынка и формировать устойчивые конкурентные преимущества. Инновационная деятельность предприятия включает целый комплекс мероприятий, направленных на создание и внедрение новшеств. К ним относятся разработка новых продуктов, модернизация технологий производства, внедрение современных методов управления, использование цифровых решений и автоматизация различных процессов. Реализация подобных мероприятий способствует повышению эффективности работы предприятия и росту его экономических результатов [3].

В современных условиях инновации рассматриваются как важный фактор экономического развития. Предприятия, активно внедряющие новые технологии и методы работы, получают возможность снижать издержки производства, повышать качество продукции и расширять ассортимент товаров или услуг. Вследствие этого инновационная деятельность становится важной составляющей стратегии развития организаций. Необходимо отметить, что инновационные предприятия могут функционировать в различных сферах экономики. Они встречаются как в промышленности, так и в сфере услуг, торговле, финансовом секторе и других областях. Независимо от отрасли, главной целью таких предприятий выступает создание и внедрение новшеств, способных повысить эффективность деятельности и удовлетворить потребности потребителей [1].

Особенностью инновационных предприятий является высокая степень гибкости и ориентация на развитие. Руководство таких организаций уделяет значительное внимание поиску новых идей, развитию технологий и внедрению современных управленческих решений, что позволяет формировать благоприятные условия для постоянного обновления продукции и повышения конкурентоспособности предприятия.

В итоге инновационные предприятия выступают важным элементом современной экономики и благодаря внедрению инноваций предприятия получают возможность укреплять свои позиции на рынке и обеспечивать устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. *Апенько С. Н., Романенко М. А.* Управление человеческими ресурсами инновационных проектов: результаты исследования на предприятиях России // Вестник Омского университета. Серия: Экономика, 2022. № 1. С. 46–54.
2. *Дроздов Д. В., Шагалова Т. В.* Специфика развития теории инноваций в отечественной и зарубежной практике // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13, № 8-1. С. 46-58.
3. *Маситабы* платформенной координации занятости населения / А. Е. Плахин, И. В. Тарасюк, Т. И. Гусева, Е. В. Логинова // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 3 (59). С. 432–435.

Научный руководитель: *Е. С. Огородникова*,
кандидат экономических наук, доцент

Э. О. Иргит

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Методологии управления инновационными проектами

Аннотация. В статье рассмотрены современные подходы к управлению инновационными проектами, выделены такие концепции как Design thinking, Open Innovation, ТРИЗ и др.

Ключевые слова: инновационный проект; услуги; методология; управление.

В современной инновационной деятельности особое значение приобретает методология Design thinking, ориентированная на глубокое понимание потребностей клиента и создание решений, максимально соответствующих этим потребностям. Данный подход наиболее актуален для проектов, где ключевой задачей является разработка продуктов, полностью удовлетворяющих запросы целевой аудитории [2, с. 279].

Значимым дополнением к Design thinking выступает концепция Open Innovation, предполагающая интеграцию внешнего опыта и ресурсов посредством сотрудничества с коммерческими организациями, университетами и инновационными центрами. Такой подход позволяет ускорить процесс создания новых продуктов и повысить эффективность разработки благодаря расширенному доступу к знаниям и технологиям.

Развивая идею поиска нестандартных решений, методология ТРИЗ предлагает системный подход к анализу и решению проблем, базирующийся на базе патентов и выявлении закономерностей инновационного развития. В рамках данного метода осуществляется анализ текущей ситуации и формулируется желаемый результат, после чего осуществляется поиск оптимального решения в широком межотраслевом диапазоне [1, с. 26].

Для эффективной организации рабочих процессов широко применяется метод Канбан, предполагающий визуализацию задач. Применение данного инструмента способствует оптимизации производственного цикла и обеспечивает прозрачность контроля на всех стадиях разработки продукта.

Завершая рассмотрение современных методологий, следует выделить структуру PMI, разработанную международной организацией Project Management Institute [3, с. 51]. Эта система управления проектами включает пять основных этапов: инициацию, планирование, исполнение, мониторинг и контроль, а также завершение проекта, обеспечивая последовательность действий и стандартизацию процессов в рамках реализации инновационных инициатив.

Применение современных технологий управления инновационными проектами и бизнес-процессами развития позволяет достичь более высоких показателей эффективности, о чем свидетельствуют результаты зарубежных исследований. В российской практике инструментарий инновационного менеджмента еще только развивается и требует пристального внимания руководителей в рамках проектов расширения номенклатуры выпускаемой продукции, освоения новых методов производства, а также выхода на новые рынки.

Библиографический список

1. *Афанасьев А. А., Проскурин Ю. А., Афонин Г. Г.* ТРИЗ-методология стандартизации как науки в области системного изобретательского мышления // *iPolytech Journal*. 2014. № 10 (93). С. 26–32.
2. *Васюкова Т. С., Каличкин А. О., Борзилова Ю. С.* Методология *Design Thinking* как основа для проектирования среды совместного обучения // *Образовательные технологии и общество*. 2017. Т. 20, № 2. С. 279–286.

3. Горюнова В. Г. Международные ассоциации по управлению проектами // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Информационные технологии. 2015. № 2. С. 50–53.

Научный руководитель: И. О. Блинков,
кандидат экономических наук, доцент

В. В. Паромова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Антикризисная программа Сбербанка

Аннотация. В статье анализируются направления трансформации Сбера в условиях геополитического кризиса 2022–2024 гг., на основе анализа отчетных документов сформирован вывод о результативности стратегии преодоления кризисных явлений.

Ключевые слова: санкции; платежные системы; устойчивое развитие.

В 2022 г. Сбер оказался в очень сложной ситуации, иностранные компании ушли, банк отключили от *Apple Pay* и *Google Pay*, хакеры атаковали ежедневно, казалось бы, не до экологии и социальных программ, но Сбер не только выстоял, но и продолжил развивать ESG-направление.

В компании разработана отдельная стратегия устойчивого развития до 2023 г. и, что самое важное, цели по устойчивому развитию включены в личные планы топ-менеджеров. То есть если директор не выполняет ESG-показатели, это влияет на его премию так же, как и финансовые результаты. Когда устойчивое развитие становится частью системы мотивации, оно перестает быть формальностью. Сотрудники начинают реально думать о том, как сделать процессы более экологичными, как лучше обслуживать клиентов с инвалидностью, как не допускать мошенничества.

Санкции, отключение от международных платежных систем, уход западных вендоров, рекордное количество кибератак [1, с. 89]. По логике, банк должен был забыть обо всем, кроме выживания, но Сбер поступил иначе: он использовал свои ESG-инструменты, чтобы справляться с рисками. Сбер предлагает особые «устойчивые» кредиты, их суть в том, что ставка зависит от того, как заемщик выполняет ESG-условия.

Компания может получить более низкий процент, если она: сокращает выбросы парниковых газов, внедряет безопасные условия труда, публикует отчет об устойчивом развитии, получает ESG-рейтинг [2, с. 50]. По состоянию на конец 2022 г. портфель таких кредитов составил 1,3 трлн р., из них 459 млрд «зеленые» кредиты на строительство солнечных и ветряных электростанций.

Кроме того, Сбер выпустил собственные «зеленые облигации» на 25 млрд р., эти ценные бумаги, деньги от которых пошли именно на возобновляемую энергетику. Таким образом, Сбер не просто декларирует заботу об экологии, а финансирует реальные проекты и стимулирует бизнес становиться более ответственным через экономические механизмы.

Социальный аспект ESG в «Сбере» показывает, что забота о людях — это не просто слова. Средняя зарплата сотрудников 139,5 тыс. р./мес., что в несколько раз выше прожиточного минимума, 100 % сотрудников охвачены коллективным договором, индекс вовлеченности 78 %, 82 % готовы рекомендовать Сбер как работодателя, 85 % прошли обучение по ESG от рядовых специалистов до топ-менеджеров.

Для клиентов с инвалидностью, 5,7 тыс. офисов доступны для маломобильных людей, 95 % банкоматов (43 тыс. устройств) оборудованы аудиопомощником для незрячих, в 6 тыс. офисов работает видеоперевод на русский жестовый язык, в 99 городах пенсионеры по инвалидности и люди старше 75 лет могут заказать доставку карты на дом.

В 2022 г. государство разрешило банкам не раскрывать некоторые данные, чтобы снизить санкционные риски, многие компании этим воспользовались и «закрылись», но Сбер же пошел по другому пути. Годовой отчет подготовлен по международным стандартам: GRI, SASB, TCFD, впервые опубликован отчет о соответствии Принципам ответственной банковской деятельности ООН. Сбер продолжает диалог с инвесторами и обществом, даже когда это сложно.

Таким образом, проанализировав годовой отчет Сбера можно сделать вывод, что менеджмент устойчивого развития в Сбере превратился из дополнительной функции в стратегический ресурс, именно он помог банку не только пережить кризисный 2022 г., но и укрепить свои позиции: число розничных клиентов выросло на 2,9 млн, корпоративных на 100 тыс., доля на рынке кредитования физлиц достигла 44,6 %, а чистая прибыль за год составила 270,5 млрд р.

Библиографический список

1. Орлова Л. Н., Одинцов В. О. Антикризисная стратегия кредитной организации в контексте обеспечения экономической безопасности: теоретический аспект // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2024. Т. 21, № 5. С. 89–101.
2. Ульбашева Ф. Д., Подольская Т. В. Проекты цифровой трансформации компаний как составляющая антикризисного управления // Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами. 2024. Т. 13, № 1. С. 50–59.

Научный руководитель: М. В. Селезнева

Подходы к оценке спроса в сфере зрелищных мероприятий

Аннотация. Статья посвящена вопросам оценки спроса на услуги в сфере зрелищных мероприятий, рассмотрены особенности периода и методологии оценки.

Ключевые слова: зрелищные мероприятия; спрос; предложение; управление.

В сфере зрелищных мероприятий выбор метода оценки спроса определяется временным горизонтом исследования. Для краткосрочного прогнозирования, как правило, не требуется значительного объема исходной информации, тогда как долгосрочная оценка предполагает применение методов математического моделирования, статистического анализа и компьютерных технологий. Это обусловлено высокой степенью изменчивости рынка зрелищных услуг и зависимостью спроса от большого числа внешних факторов.

В данной сфере выделяют два базовых подхода к управлению спросом и предложением. Первый подход ориентирован на максимальное использование уже имеющихся ресурсов организации, второй — на адаптацию объема и структуры предложения в соответствии с изменяющимся спросом потребителей [1, с. 235]. На практике данные подходы нередко применяются комплексно, что позволяет организациям более эффективно реагировать на колебания рыночной конъюнктуры.

К основным методам регулирования спроса относятся: манипулирование ценами и сопутствующими потребительскими издержками; предоставление дополнительных услуг; изменение характеристик услуги, времени и места ее оказания; проведение рекламных и коммуникационных мероприятий; а также создание «запасов спроса» посредством систем резервирования. Использование систем бронирования способствует более рациональному распределению клиентского потока и снижению вероятности длительного ожидания обслуживания.

Кроме того, организация может придерживаться пассивной стратегии ожидания, предоставляя потребителю возможность самостоятельно определить необходимость получения услуги и выбрать наиболее удобное время ее использования. Однако подобный подход сопряжен с риском потери потенциального клиента вследствие высокой конкуренции на рынке зрелищных услуг.

Большинство зрелищных мероприятий характеризуются значительной степенью неоднородности, поскольку предоставление аналогичных услуг может различаться в зависимости от индивидуальных предпочтений потребителей, уровня квалификации персонала, профессионального

опыта сотрудников и специфики организации обслуживания [2, с. 45]. В связи с этим прогнозирование продолжительности обслуживания клиентов представляет собой сложную задачу, существенно затрудняющую обеспечение равновесия между спросом и предложением.

Регулирование спроса во многом зависит от полноты и достоверности информации о его характере, структуре и факторах формирования. К числу факторов, оказывающих существенное влияние на спрос в сфере зрелищных мероприятий, относятся экономические, социальные, технологические, культурные и природно-географические условия, а также особенности внешней среды организации и специфика предоставляемых услуг. Дополнительно важную роль играют уровень доходов населения, сезонность, развитие цифровых технологий и изменение потребительских предпочтений, что требует от организаций постоянного мониторинга рынка и совершенствования механизмов управления спросом.

Дополнительно следует отметить, что эффективность управления спросом в сфере зрелищных мероприятий во многом определяется способностью организации своевременно адаптироваться к изменениям рыночной среды. Существенное влияние на потребительское поведение оказывают развитие цифровых технологий, активное распространение онлайн-платформ и социальных сетей, а также изменение форматов проведения мероприятий. В современных условиях особую значимость приобретают инструменты цифрового маркетинга, позволяющие оперативно анализировать предпочтения аудитории и прогнозировать изменение спроса. Кроме того, важным фактором является уровень качества обслуживания, формирующий лояльность потребителей и повышающий вероятность повторного обращения к услугам организации. Использование современных аналитических систем и технологий обработки данных способствует более точному прогнозированию посещаемости мероприятий и повышению эффективности управленческих решений.

Библиографический список

1. *Кочерьян М. А., Логинов С. В.* Оценка объема вторичного рынка билетов на спортивные мероприятия // Наука и спорт: современные тенденции. 2025. Т. 13, № 3 (51). С. 234–240.
2. *Логинов С. В., Кучер Н. С.* Оценка проблем и перспектив динамического ценообразования для билетов на спортивные мероприятия // Вестник спортивной науки. 2024. № 5. С. 44–49.

Научный руководитель: *М. А. Кочерьян*,
кандидат экономических наук

Направления трансформации бизнеса в рамках концепции устойчивого развития

Аннотация. В статье рассмотрены направления устойчивой трансформации бизнеса в условиях кризиса. В результате анализа выделены направления технологических изменений, формирования клиентских сервисов, адаптации к секционным условиям

Ключевые слова: устойчивая трансформация; кризис; концепция устойчивого развития.

В современных условиях устойчивость бизнеса становится одним из ключевых факторов его развития. Компании сталкиваются с внешними кризисами, технологическими изменениями и растущими требованиями общества, поэтому им необходимо не просто адаптироваться, а трансформировать свою деятельность. На основе опыта российских компаний можно рассмотреть, какие задачи решает бизнес в рамках устойчивой трансформации.

Прежде всего, важнейшей задачей является способность компании сохранять устойчивость в условиях кризиса, 2022 г. стал серьезным испытанием для отечественного бизнеса: санкции, экономическая нестабильность и изменение привычных бизнес-процессов.

Вторая важная задача заключается в технологической трансформации. В условиях ухода иностранных компаний пришлось оперативно развить собственные решения в области информационных технологий. По мнению ученых, это один из ключевых факторов устойчивости: зависимость от внешних технологий может стать критическим риском, а наличие собственных разработок, наоборот, усиливает позиции компании [1, с. 31].

Также важную роль играет ориентация на клиента. Компании активно развивают экосистему сервисов, стараясь закрыть как можно больше потребностей пользователя, основной акцент делается на жизненные ситуации клиента и удобство использования [2, с. 118].

Таким образом, на можно сделать вывод, что устойчивую трансформацию бизнеса определяют несколько ключевых задач: адаптация к кризисам, развитие технологий, ориентация на клиента, учет ESG-рисков, социальная ответственность и повышение эффективности. Все эти направления взаимосвязаны и в совокупности позволяют компании сохранять устойчивость и развиваться даже в сложных условиях.

Кроме того, важным направлением устойчивой трансформации становится развитие человеческого капитала. В современных условиях компании уделяют все больше внимания обучению сотрудников,

повышению их квалификации и созданию комфортной рабочей среды. Это связано с тем, что именно персонал обеспечивает способность бизнеса быстро реагировать на изменения и внедрять инновации. Многие российские компании расширяют программы корпоративного обучения, внедряют цифровые платформы для развития компетенций и поддерживают внутреннюю мобильность сотрудников. Не менее значимой задачей является укрепление репутации бизнеса и повышение уровня доверия со стороны общества. Компании все активнее участвуют в социальных и экологических инициативах, реализуют благотворительные проекты и внедряют принципы ответственного управления. Такой подход способствует не только устойчивому развитию организации, но и формированию ее долгосрочных конкурентных преимуществ.

Библиографический список

1. Джуквич П., Князева И. В., Бойко А. Е. Процессы концентрации бизнеса в свете концепции ESG и эволюции целей устойчивого развития // Современная конкуренция. 2025. Т. 19, № 3. С. 30–48.

2. Курдюмов А. В., Шеина Е. Г., Мещерягина В. А. Использование ESG-решений в деятельности промышленных предприятий для перехода к инновационному развитию // Фундаментальные исследования. 2025. № 7. С. 117–125.

Научный руководитель: *М. С. Хохолуш*,
кандидат педагогических наук, доцент

Е. С. Попова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Параметры конкурентоспособности предприятия индустрии красоты

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты конкурентоспособности организации индустрии красоты, выделены параметры, позволяющие получить лояльность клиентов

Ключевые слова: индустрия красоты; спрос; предложение; конкурентоспособность.

Одним из наиболее важных факторов конкурентоспособности любого салона красоты является разнообразие предлагаемых услуг. Конкурентоспособное предприятие предлагает своим клиентам широкий ассортимент процедур: от классических стрижек и укладок до сложного окрашивания, ухода за кожей лица и телом, маникюра и педикюра. Возможность получения всех необходимых услуг в одном месте экономит время клиентов и привлекает их в салон красоты.

Профессионализм сотрудников играет решающую роль в создании позитивного имиджа салона красоты. Конкурентоспособное предприятие особое внимание уделяет подбору сотрудников, предлагая своим клиентам услуги квалифицированных специалистов с богатым опытом работы и регулярным обновлением знаний на специализированных курсах и тренингах.

Линейно-функциональная структура управления салона красоты имеет преимущества для квалификации персонала благодаря функциональной направленности, которая создает условия для углубления знаний и навыков сотрудников. Эта структура объединяет элементы линейного и функционального подходов: линейные руководители обеспечивают контроль за общими процессами, а функциональные подразделения могут адаптировать свои действия в зависимости от ситуации [1, с. 79].

Использование высококачественной косметической продукции и современного оборудования является одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность салона красоты. Предприятия, ориентированные на устойчивое развитие и укрепление своих позиций на рынке, сотрудничают с ведущими производителями косметики и инновационных технологий, что обеспечивает безопасность, эффективность и высокий уровень предоставляемых процедур.

В условиях современной конкурентной среды недостаточно ограничиваться только качественным оказанием услуг — не менее важным становится обеспечение высокого уровня сервиса. Персонал салона красоты стремится создать для клиентов максимально комфортную и благоприятную атмосферу. Внимательное отношение к деталям, доброжелательность, профессиональная этика и индивидуальный подход к каждому посетителю способствуют формированию доверия и повышению лояльности клиентов, что положительно влияет на конкурентоспособность предприятия.

Существенным преимуществом салона красоты выступает способность предлагать уникальные услуги и специальные предложения. Эксклюзивные программы лояльности, персонализированные уходовые процедуры, бонусные системы и специальные акции для постоянных клиентов позволяют предприятию выгодно выделяться среди конкурентов и стимулируют повторные обращения клиентов [2, с. 79].

Важную роль в обеспечении конкурентоспособности играет и местоположение салона красоты. Удобная транспортная доступность, близость к деловым, торговым и жилым районам повышают привлекательность предприятия для широкой аудитории потребителей и способствуют увеличению клиентского потока.

Не менее значимым фактором является грамотно выстроенная ценовая политика. Оптимальное соотношение цены и качества услуг, гибкая система скидок, сезонные предложения и акции позволяют привлекать различные категории клиентов и сохранять устойчивые позиции в условиях высокой конкуренции на рынке индустрии красоты.

Особое значение в современных условиях приобретает активное присутствие салона красоты в цифровой среде. Продвижение в социальных сетях, использование интернет-рекламы и наличие информативного официального сайта способствуют привлечению новых клиентов и поддержанию постоянной коммуникации с существующими. Сайт салона должен содержать актуальную информацию об услугах, специализациях, ценах и действующих предложениях, а также предоставлять возможность онлайн-записи, что значительно повышает удобство взаимодействия с клиентами.

Таким образом, конкурентоспособность салона красоты формируется под воздействием комплекса взаимосвязанных факторов: высокого качества услуг, профессионализма персонала, применения современных технологий и материалов, эффективной ценовой и маркетинговой политики, а также высокого уровня клиентского сервиса. Гармоничное сочетание этих элементов позволяет салону красоты успешно привлекать новых клиентов, удерживать постоянных посетителей и обеспечивать стабильное развитие предприятия на рынке услуг красоты.

Библиографический список

1. *Кочерьян М. А., Логинов С. В.* Оценка объема вторичного рынка билетов на спортивные мероприятия // Наука и спорт: современные тенденции. 2025. Т. 13, № 3 (51). С. 234–240.
2. *Логинов С. В., Кучер Н. С.* Оценка проблем и перспектив динамического ценообразования для билетов на спортивные мероприятия // Вестник спортивной науки. 2024. № 5. С. 44–49.

Научный руководитель: *И. В. Вашилева*

Предпринимательство в устойчивом развитии территорий Новороссии: факты и механизмы интеграции

Аннотация. На основе реальных данных анализируются условия ведения предпринимательской деятельности в Новороссии — Донецкой и Луганской народных республиках, Запорожской и Херсонской областях. Рассмотрены практические результаты функционирования свободной экономической зоны, введенная Федеральным законом № 266-ФЗ от 24 июня 2023 г. Приведены конкретные показатели инвестиционной активности. Обоснована роль малого и среднего бизнеса в восстановлении инфраструктуры и создании рабочих мест.

Ключевые слова: предпринимательство; Новороссия; свободная экономическая зона; инвестиционные проекты; устойчивое развитие.

После включения четырех новых субъектов в сентябре 2022 г. в состав Российской Федерации, этим регионам потребовалось формирования новых, особых правовых и экономических механизмов. Ключевым инструментом стимулирования предпринимательской активности стало создание свободной экономической зоны (далее СЭЗ) на основании Федерального закона № 266-ФЗ от 24 июня 2023 г. Режим СЭЗ предусматривает конкретные преференции: освобождение от налога на прибыль по новым инвестиционным проектам, снижение страховых взносов до 7,6 % вместо стандартных 30 %, применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны. Для регистрации участником СЭЗ установлены пороги капитальных вложений: не менее 3 млн р. для субъектов МСП и 30 млн р. для иных лиц в первые три года действия договора¹. Эти меры направлены на компенсацию повышенных операционных рисков и привлечение долгосрочных инвестиций.

Практические результаты поддержки уже дают свои плоды. По данным губернатора Запорожской области Е. В. Балицкого, в промышленности региона работает 200 предпринимателей, занято около 9 тыс. чел. Региональный Фонд развития промышленности за 2023–2025 гг. профинансировал проекты почти на 1 млрд р., включая предприятия машиностроения, горнодобывающей и химической отраслей². В феврале 2026 г. Инвестиционный комитет Запорожской области одобрил шесть проектов общим объемом свыше 16 млрд р. Реализация данных инициатив предполагает создание более 10 тыс. новых рабочих мест. Так,

¹ Кладко Л. И. Свободная экономическая зона в ДНР: о главном для бизнеса // Правовград. URL: <https://pravograd.org/svobodnaya-ekonomicheskaya-zona-o-glavnom-dlya-biznesa/> (дата обращения: 06.04.2026).

² ФРП Запорожской области профинансировал инвестпроекты почти на 1 млрд рублей // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/26810893> (дата обращения: 06.04.2026).

в таблице представлены основные направления финансирования новых регионов.

**Основные параметры финансирования
новых субъектов Российской Федерации (2024–2026 гг.)**

Бюджет на 2026 г., млрд р.	Ключевые инвестиционные проекты	Федеральная поддержка
Донецкая народная республика		
244,1 (доходы)	57 проектов на сумму свыше 85 млрд р.	Трансферты — 60 % доходов; госпрограмма восстановления
Луганская народная республика		
173,7 (доходы)	Займы ФРП ЛНР от 5 до 500 млн р.	Субвенции и дотации — 62 % доходов; 55,5 млрд р. на выравнивание
Запорожская область		
72,3 (сбаланс.)	6 проектов на более 16 млрд р. (жилье, логистика)	44,8 млрд р. безвозмездных поступлений; 78 проектов в СЭЗ
Херсонская область		
Формируется с дотациями	6 проектов на 12,94 млрд р. (жилье)	3 млрд р. на нацпроекты; 133 млрд р. освоено за 2024 г.

Составлено по: данные, собранные автором из заявлений глав новых регионов.

Структурная специфика экономики новых территорий определяет приоритеты предпринимательской активности. В ДНР и ЛНР исторически доминирует тяжелая промышленность и добыча полезных ископаемых, тогда как Запорожская и Херсонская области обладают значительным аграрным потенциалом. Устойчивое развитие требует диверсификации: малый бизнес занимает ниши в сфере обслуживания промышленных кластеров, переработки сельхозпродукции, логистики и строительства. Восстановление железнодорожных узлов в Мариуполе и Бердянске и автомобильных коридоров в направлении Крыма постепенно снижает логистические издержки, открывая доступ к общероссийским рынкам сбыта.

Социальный эффект предпринимательства проявляется в стабилизации занятости и возвращении населения. На июль 2025 г. в Новороссии уже насчитывается 122 тыс. субъектов МСБ¹. Программы переобучения, поддержка самозанятости и грантовые механизмы компенсируют отток кадров 2022–2023 гг. Цифровизация процессов,

¹ Шахова С. В. Запорожской области создадут более 10 тысяч рабочих мест // ABNews. URL: <https://abnews.ru/news/zaporozhye/2026/1/13/v-zaporozhskoj-oblasti-sozdadut-bole-10-tysyach-rabochih-mest> (дата обращения: 06.04.2026).

внедрение российских банковских, налоговых и учетных систем обеспечивает прозрачность и снижает административные барьеры. Развитие электронной коммерции позволяет локальным производителям пищевой продукции выходить на федеральные маркетплейсы, формируя региональные бренды.

На данный момент необходима эволюция модели поддержки: от компенсационных грантов к проектному финансированию инфраструктурных инициатив с четкими показателями эффективности. Сохранение элементов особого регулирования после 2026 г. должно быть увязано с критериями безопасности и экономической целесообразности. Конкурентоспособность территорий Новороссии будет определяться способностью создавать добавленную стоимость внутри регионов, удерживать человеческий капитал и формировать безопасную среду для инвестиций.

Научный руководитель: *Ю. В. Никиточкина*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Ткалич

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Стандарты корпоративной социальной ответственности

Аннотация. В статье рассмотрены основные стандарты в области корпоративной социальной ответственности, сформированы выводы о специфике российских стандартов в данной сфере.

Ключевые слова: социальная ответственность; благотворительность; стандарты; ИСО.

Крупные техногенные катастрофы 1980-х гг. продемонстрировали глобальные риски безответственного поведения и подтолкнули бизнес к поиску унифицированных инструментов управления этими рисками. Сначала стандартизация коснулась качества (ISO 9000) и экологии (ISO 14000), и лишь затем социальной сферы. В 1997 г. появился первый сертифицируемый стандарт SA 8000 (Social Accountability 8000), разработанный на основе конвенций Международной организации труда. Он устанавливал четкие требования к условиям труда, запрету дискриминации, детского и принудительного труда. В 1999 г. был представлен стандарт AA 1000, который сместил фокус с контроля условий труда на качество процессов управления и взаимодействия со стейкхолдерами. Примерно в это же время, в 1997–2000 гг., начала свою работу Глобальная инициатива по отчетности (GRI), предложившая первое руководство по подготовке нефинансовой отчетности, основанной на принципе «тройного итога» (экономика+экология+общество) [3, с. 67].

Новый этап глобализации повестки КСО наступил в XXI веке. Важнейшим событием стал запуск Глобального договора ООН (UN Global Compact) в 2000 г. — крупнейшей добровольной инициативы, призывающей компании соблюдать десять принципов в области прав человека, труда, экологии и борьбы с коррупцией. Однако подлинным синтезом всех предшествующих наработок стала публикация в 2010 г. международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». В отличие от SA 8000, этот стандарт не предназначен для сертификации. Его уникальность в ином: он объединил и гармонизировал все существовавшие подходы в единое всеобъемлющее руководство для организаций любого типа. ISO 26000 охватывает семь ключевых аспектов: организационное управление, права человека, трудовые практики, окружающую среду, добросовестные деловые практики, вопросы, связанные с потребителями, и участие в жизни сообществ [1, с. 114].

Таким образом, к настоящему моменту сложилась многоуровневая система стандартов корпоративной социальной ответственности. На верхнем, концептуальном уровне находятся документы-руководства, подобные ISO 26000 и Глобальному договору ООН, задающие общие принципы и ценности. На следующем уровне располагаются сертифицируемые стандарты-регламенты, такие как SA 8000 (трудовые отношения), ISO 14001 (экологический менеджмент) или ISO 45001 (охрана труда), которые позволяют компании выстроить и официально подтвердить эффективность конкретных систем управления. Отдельную и важнейшую группу составляют стандарты отчетности и коммуникации, прежде всего GRI, который диктует, что и как компания должна раскрывать в своем публичном отчете, и AA 1000, который регламентирует, как выстраивать качественный диалог с заинтересованными сторонами [2, с. 667].

Российские компании включились в процесс освоения международных стандартов в начале 2000-х гг., что было связано с выходом на международные рынки капитала и стремлением повысить инвестиционную привлекательность. Однако специфика национальной деловой среды и законодательства потребовала адаптации. В 2012 г. был принят национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 26000-2012, представляющий собой аутентичный перевод ISO 26000. Еще более интересным примером национальной адаптации стала разработка Всероссийской организацией качества стандарта IC CSR-08260008000. Его ключевое преимущество заключается в том, что он, будучи полностью гармонизированным с ISO 26000, в отличие от своего прототипа, предусматривает возможность прохождения добровольной сертификации.

Библиографический список

1. *Коробкова О. К.* Развитие социальной ответственности организаций сферы услуг здравоохранения в рамках концепции ESG // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2025. № 2. С. 114–147.
2. *Шичкин И. А.* Институциональная среда корпоративной социальной ответственности в России // Лидерство и менеджмент. 2025. Т. 12, № 3. С. 667–688.
3. *Turzo T., Montrone A., Chirieleison C.* Venticinque anni di Social Accountability 8000: i risultati di un'analisi sistematica della letteratura // Impresa Sociale. 2023. No. 4. P. 67–82.

Научный руководитель: *С. В. Логинов*,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Трифонов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Искусственный интеллект в промышленности Урала как фактор устойчивого развития территорий

Аннотация. В статье рассматривается влияние искусственного интеллекта на промышленность Урала в контексте устойчивого развития территорий. Показано, что введение ИИ на предприятиях региона способствует снижению издержек, повышению качества продукции, росту производительности и технологическому обновлению промышленности. Сделан вывод о том, что применение ИИ становится важным условием укрепления экономической устойчивости уральских территорий.

Ключевые слова: искусственный интеллект; промышленность; Урал; устойчивое развитие; цифровизация; конкурентоспособность.

Урал традиционно занимает важное место в экономике России как крупный промышленный регион. Здесь сосредоточены предприятия металлургии, машиностроения, добывающей промышленности и энергетики. Поэтому любые технологические изменения, происходящие на Урале, влияют не только на отдельные заводы, но и на развитие территории в целом. В последние годы одним из таких изменений стало внедрение искусственного интеллекта в производственные процессы.

Использование ИИ в промышленности связано прежде всего с повышением эффективности. Алгоритмы помогают быстрее обрабатывать данные, точнее контролировать качество, прогнозировать сбои оборудования и снижать потери ресурсов. Для промышленных территорий это особенно важно, поскольку устойчивое развитие сегодня определяется не только объемами выпуска, но и способностью предприятий работать экономно, безопасно и технологично.

Показателен пример Магнитогорского металлургического комбината. По данным Челябинского областного телевидения, за последние пять лет на предприятии было реализовано более 100 цифровых проектов, а суммарный экономический эффект составил около 7 млрд р.¹. На комбинате технологии искусственного интеллекта используются в доменном производстве и в системах компьютерного зрения. Такие решения помогают контролировать производственные процессы, повышать безопасность и улучшать качество сырья. Этот пример показывает, что ИИ уже приносит промышленности не абстрактную, а вполне измеримую пользу.

Другим важным примером является Уральский алюминиевый завод. По данным отраслевого издания, на предприятии внедрена нейросетевая технология контроля фракций гидроксида алюминия². Система анализирует накопленные производственные данные и помогает точнее управлять технологическим процессом. В результате содержание мелкой фракции в продукции удалось снизить на 4,4 %³. Для промышленного производства это означает более стабильное качество продукции и более рациональное использование сырья и энергии. Следовательно, речь идет не только о цифровизации как таковой, но и о повышении ресурсной устойчивости предприятия.

Значение ИИ для региона проявляется и на уровне промышленной политики. По информации Фонда развития промышленности Челябинской области, в 2025 г. технико-технологический аудит прошли 17 предприятий, а в течение трех лет на этих площадках планируется внедрение 65 роботов⁴. Плотность роботизации оценивается в 222 робота на 10 тыс. работников⁵. Это говорит о том, что цифровая трансформация на Урале постепенно становится системным процессом. Для региона это важно, поскольку устойчивое развитие территории напрямую зависит от способности предприятий модернизировать производство и сохранять конкурентоспособность.

¹ Вопросы внедрения искусственного интеллекта в металлургию обсудили в Магнитогорске // Челябинское областное телевидение. URL: <https://www.chelvtv.ru/voprosy-vnedreniya-iskusstvennogo-intellekta-v-metallurgiyu-obsudili-v-magnitogorske/> (дата обращения: 02.03.2026).

² На острие прогресса: нейросети повышают качество уральского глинозема РУСАЛа // Заря Урала. URL: <https://smizu.ru/na-ostrie-progressa-nejroseti-povyshayut-kachestvo-uralskogo-glinozema-rusala/> (дата обращения: 02.03.2026).

³ Там же.

⁴ Промышленность Челябинской области в 2026 году будет развиваться с акцентом на роботизацию и цифровизацию // Фонд развития промышленности Челябинской области. URL: <https://frp74.ru/news/promyshlennost-chelyabinskoy-oblasti-v-2026-godu-budet-razvivatsya-s-aktsentom-na-robotizatsiyu-i-ts/> (дата обращения: 02.03.2026).

⁵ Там же.

Влияние ИИ на устойчивое развитие территорий проявляется в нескольких направлениях. Во-первых, усиливается экономическая устойчивость, поскольку предприятия снижают издержки и повышают производительность. Во-вторых, укрепляется технологическая устойчивость: регион, в котором внедряются современные цифровые решения, лучше адаптируется к новым условиям и меньше зависит от устаревших моделей производства. В-третьих, можно говорить и об экологическом эффекте, так как более точное управление процессами позволяет сокращать потери сырья, энергии и сопутствующие издержки.

Конечно, внедрение ИИ в промышленности сопровождается и трудностями. Среди них можно выделить высокую стоимость проектов, дефицит специалистов и необходимость перестройки внутренних процессов на предприятиях. Однако уже имеющиеся результаты показывают, что для промышленного Урала искусственный интеллект становится не временным трендом, а практическим инструментом развития.

Таким образом, искусственный интеллект постепенно превращается в один из факторов устойчивого развития уральских территорий. Его применение помогает предприятиям работать эффективнее, снижать потери и повышать качество продукции. В условиях современной экономики это означает укрепление промышленного потенциала региона и создание более устойчивой основы для его дальнейшего развития.

Научный руководитель: *А. Е. Плахин*,
доктор экономических наук, доцент

Содержание

Направление 1.

Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий

Аксенов В. В. Корпоративные требования в сфере управления качеством.....	3
Ахундов Т. Н. Качество услуг в сфере розничной торговли: влияние на лояльность потребителей и финансовые результаты компаний	5
Баусова Ю. С. Университет как центр формирования конкурентоспособности региона	8
Быкова С. А. Разработка новой пищевой продукции: проектирование, стандарты и нормативное соответствие	10
Волостнова К. Д. Обучающие платформы и цифровая трансформация HR-процессов: влияние на качество производственных процессов	12
Востриков И. А. История празднования Всемирного дня качества.....	14
Касаткина В. А., Коновалова А. С. Удовлетворенность пассажиров транспортом: анализ и рекомендации	16
Климова Д. А. Анализ процессов производства питьевой бутилированной воды и качества продукции	19
Кострицкий К. С. Развитие систем качества в пивоваренной промышленности: от инструментов стандартизации к интеллектуальной цифровой экосистеме	22
Монакова Е. А. Разработка целей в области качества и планирование их достижения.....	24
Парфенов Д. М. Анализ этапов жизненного цикла продукции ООО «Богдановичский керамзит»	26
Парфентев В. А. Экологическая стратегия <i>Adidas</i> : новые тренды и перспективы устойчивого развития.....	29
Столбова Е. А. Нормативно-правовое обеспечение качества продукции	31
Тимофеев Н. Д. Влияние реализации принципов СМК на деятельность организации	33
Тюрина Е. А. Повышение эффективности рекламной деятельности гостиничного предприятия.....	35
Шепель С. Ю. Факторы повышения конкурентоспособности предприятий оборонно-промышленного комплекса.....	37
Шутовский В. В. Управление качеством практикоориентированного обучения: интеграция виртуальных симуляционных сред в образовательные процессы.....	40

Направление 2. Бизнес-анализ деятельности организаций в конкурентной среде

Агафонов А. А. Развитие экспортного потенциала компании как фактор повышения конкурентоспособности региона	43
Белгаит П. С. Повышение конкурентоспособности предприятия оптовой торговли автомобильными запчастями в условиях импортозамещения.....	45
Брачун С. И. Противоречие между рыночным лидерством и уровнем экономической безопасности телекоммуникационного предприятия (на примере ПАО «Вымпелком»).....	47
Грабежов А. В. Бизнес-анализ как инструмент повышения конкурентоспособности организации: системно-целостный подход	49
Ермолаева Н. Д. Роль бизнес-анализа деятельности организации в контексте трансформации региональной политики	51
Ивкина Д. Д. Качественная аналитика как основа конкурентоспособности бизнеса.....	53
Кивилёва В. П. SWOT-анализ как метод стратегического планирования в контексте определения конкурентоспособности	56
Клепизонова К. Б. ПАО «Уралкалий» в условиях конкурентной среды	58
Куницкая А. С. Бизнес-анализ как инструмент повышения конкурентоспособности региона	61
Мазаев Ю. В. Внедрение корпоративной системы управления проектами как фактор повышения эффективности предприятия.....	63
Старшова Ю. А. Оценка деятельности и конкурентоспособности АО «СМАК»	66
Трофименкова П. Ю. Бизнес-анализ деятельности МБУ «Тагилгражданпроект» в конкурентной среде	68
Шмырова С. Е. Методы конкурентного анализа деятельности организации на рынке	71

Направление 3. Экономическая безопасность

Баженова А. А. Оценка инвестиционной безопасности региона (на примере Тюменской области).....	74
Иванов И. В. Факторы обеспечения экономической безопасности муниципального образования	76
Кондакова А. Н. Оценка уровня экономической безопасности электросетевой организации	78

Курбанова Е. А. Оценка вероятности банкротства организации по разработке программного обеспечения (на примере АО «СКБ Контур»).....	80
Мубаракшина С. А. Применение метода анализа «галстук-бабочка» как инструмента оценки рисков экономической безопасности организации сферы строительства жилых и нежилых зданий	83
Мурашов В. С. Влияние развития физической культуры и спорта на экономическую безопасность региона	86
Пестерева М. О. Оценка уровня экономической безопасности Кемеровской области	88
Петухова А. С. Риски экономической безопасности организации оптово-розничной торговли как угроза конкурентоспособности территории	90
Политыко А. В., Гусейнли К. М. Ключевые угрозы экономической безопасности Иркутской области	92
Реутская Е. Е. Оценка финансовых рисков организации розничной торговли	95
Семенюк П. П. Современное состояние экономической безопасности регионов Арктической зоны.....	96
Скоробогатова Е. А. Оценка интеллектуально-кадровой составляющей экономической безопасности транспортной организации.....	99
Устюжанина К. А. Финансовая безопасность региона: современное состояние и возможности улучшения (на примере Республики Татарстан).....	102

Направление 4.

Социальное измерение конкурентоспособности

Буйка М. Б. Влияние религиозных и духовных ценностей на потребительское поведение молодежи (по результатам опроса студентов УрГЭУ)	105
Бутыркина Д. Д., Оберемок А. Е. Социальное неравенство и экономическая устойчивость	107
Головин Д. М. Влияние социальных сетей на психическое здоровье студентов.....	110
Гурко А. Н., Бабушкина О. А. Социально-экономические проблемы развития малого бизнеса в современных условиях	112
Исупов С. А. Репутационная уязвимость: социальные сети как поле битвы за конкурентоспособность	114
Колосницyna А. Д. Малый бизнес и самозанятость среди молодежи	116
Кочерова Д. В., Лесечко Л. Е. Молодежь и здоровый образ жизни	118
Крамарь С. И. Социальные сети в жизни молодежи: влияние на ценности и психоэмоциональное состояние	120

Кузнецова В. Д. Здоровый образ жизни как тренд современности.....	122
Ладейщикова В. А., Слобцова П. Д. Отношение молодежи к науке как фактор конкурентоспособности территории.....	125
Мартынюк А. А., Перова Д. Д. Влияние социальных сетей на межличностную коммуникацию студентов.....	126
Матвеева А. А. Проблемы трудоустройства молодежи на современном рынке труда	128
Мельник В. П., Зазулина С. В. Отношение населения к предпринимательской деятельности и готовность к открытию собственного бизнеса	131
Никифорова Д. И. Уровень социального оптимизма и взгляд в будущее	133
Ничкова А. М., Волкова П. В. Взаимосвязь совмещения работы и учебы студентов с их успеваемостью и эмоциональным состоянием.....	136
Новикова Е. А. Музыкальные предпочтения молодежи: жанры, функции и влияние	138
Ракшов Г. К. Патриотизм студенческой молодежи: ценность или декларация?	139
Surzhenko D. A. A competitive project manager: Building soft and hard skills	142
Титова А. В., Мельникова В. А. Отношение студентов к цифровизации	144
Худяков К. А. Социальное неравенство в современном обществе	146
Хусаинова Э. А., Потапенко А. А. Проблема здоровья: результаты социологического опроса	149
Юсупов Г. Ш., Устинова А. Д. Суверенный интернет в российском обществе	151

Направление 5.

Актуальные проблемы экономической теории

Голынский Д. А. «Наивная экономика»: мир как игра с нулевой суммой	154
Клименко А. А. Цифровой рубль или рубль в цифровой сфере: перспективы перемен	156
Кропотухина А. Д. Когнитивные искажения в финансовом поведении людей: причины и последствия нерациональных экономических решений.....	158
Курочкина А. Е., Казина М. Д. Роль креативного предпринимательства в повышении конкурентоспособности территорий	161

Лебедева В. А. Оценка масштабов государственного сектора в национальной экономике: показатели и динамика его эффективности	163
Медведев Д. В. Каналы и результаты санкционных воздействий на экономику России	165
Сенников М. А. Экономика на грани эмоций: роль психологии в управлении потребительским выбором.....	168
Смирнова К. Д. Сопоставление безработицы и инфляции в регионах РФ.....	170
Степичева С. А., Москаленко И. А. Экономическая теория устойчивого развития: современные подходы и противоречия	172
Сухарева С. К., Калуцких П. И. Анализ механизма ценообразования ресурсоснабжающего предприятия	174

Направление 6.

Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Арыкбаев Э. А. Особенности услуг в сфере физической культуры и спорта	177
Беспамятных Д. В. Рейтинги устойчивого развития компаний и финансовых институтов	178
Бобылева А. А. Нормативные подходы к определению инновационной деятельности	180
Бухориева О. Д. Качество услуг фитнес-клуба	182
Гайсина А. М. Виды инновационных предприятий	184
Гарусов Г. В. Самозанятость как стартовая форма предпринимательства для студентов: финансовые преимущества и ограничения.....	186
Гаряева А. В. Параметры конкурентоспособности фитнес-клуба	188
Даутова В. А. Эволюция концепции социальной ответственности	190
Доброва Д. М. Циклическая система повышения качества на основе модели «7Р».....	192
Дозмаров В. Ю. Задачи устойчивой трансформации бизнеса.....	194
Егупов В. А. Роль малого и среднего предпринимательства в развитии экономики	196
Ежов Д. С. Проблема согласования спроса и предложения в спортивной организации.....	198
Затирахина В. А. Маркетинг сферы спортивных услуг	200
Зонова Д. А. Специфика инновационных предприятий	201
Иргит Э. О. Методологии управления инновационными проектами	203
Паромова В. В. Антикризисная программа Сбербанка.....	205

Плахин И. А. Подходы к оценке спроса в сфере зрелищных мероприятий	207
Повзнер В. А. Направления трансформации бизнеса в рамках концепции устойчивого развития	209
Попова Е. С. Параметры конкурентоспособности предприятия индустрии красоты	210
Суханов В. О. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий Новороссии: факты и механизмы интеграции	213
Ткалич В. А. Стандарты корпоративной социальной ответственности	215
Трифонов В. А. Искусственный интеллект в промышленности Урала как фактор устойчивого развития территорий	217

Научное издание

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

Материалы
XXIX Всероссийского экономического форума
молодых ученых и студентов

(Екатеринбург, 16–21 апреля 2026 г.)

Часть 1

Направления: 1. Управление качеством и конкурентоспособность предприятий и территорий; 2. Бизнес-анализ деятельности организаций в конкурентной среде; 3. Экономическая безопасность; 4. Социальное измерение конкурентоспособности; 5. Актуальные проблемы экономической теории; 6. Предпринимательство в устойчивом развитии территорий

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка *А. В. Арисова*

Поз. 44. Подписано в печать 30.09.2026.
Уч.-изд. л. 12,3. Усл. печ. л. 13,2. Печ. л. 14,3.
Формат 60 × 84 1/16. Тираж 10 экз. Заказ 267.

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

