



УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



РОССИЯ – ЕВРАЗИЯ – МИР: интеграция – развитие – перспектива

Материалы
XIV Евразийского экономического форума молодежи

(Екатеринбург, 22–26 апреля 2024 г.)

Том 2

eurasia-forum.ru

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Вольное экономическое общество России
Международный союз экономистов
Уральский государственный экономический университет

**РОССИЯ — ЕВРАЗИЯ — МИР:
ИНТЕГРАЦИЯ — РАЗВИТИЕ — ПЕРСПЕКТИВА**

М а т е р и а л ы
XIV Евразийского экономического форума молодежи

(Екатеринбург, 22–26 апреля 2024 г.)

Том 2

Екатеринбург
2024

УДК 339.9(093)
ББК 65.9я43
Р76

Ответственные за выпуск:

доктор экономических наук, профессор,
ректор Уральского государственного экономического университета *Я. П. Силин*;
кандидат филологических наук, доцент,
проректор по социальной работе и молодежной политике
Уральского государственного экономического университета *Р. В. Краснов*;
доктор экономических наук, доцент, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета *В. Е. Ковалев*

Редакционная коллегия:

доктор географических наук, профессор *Е. Г. Анимица*;
доктор экономических наук, профессор *Е. Б. Дворяркина*;
кандидат экономических наук, доцент *А. Ю. Коковихин*;
кандидат экономических наук, доцент *А. В. Курдюмов*;
кандидат педагогических наук *В. П. Соловьева*;
доктор экономических наук, доцент *Е. Н. Ялунина*;
доктор экономических наук, доцент *С. Г. Пьянкова*

Ответственные секретари:

*Е. А. Иванов, О. Л. Корабельщикова, А. А. Лаптева, Д. С. Мысаков,
М. Ю. Спичкин, В. А. Цибилов*

Р76

Россия – Евразия – мир: интеграция – развитие – перспектива: материалы XIV Евразийского экономического форума молодежи (Екатеринбург, 22–26 апреля 2024 г.): в 4 томах / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Вольное экономическое общество России, Международный союз экономистов, Уральский государственный экономический университет; ответственные за выпуск: Я. П. Силин, Р. В. Краснов, В. Е. Ковалев; редакционная коллегия: Е. Г. Анимица, Е. Б. Дворяркина, А. Ю. Коковихин [и др.]. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2024. – Том 2. – 266 с.

В издании представлены материалы XIV Евразийского экономического форума молодежи, раскрывающие разнокачественные мировые, национальные и региональные тренды, события, связи и отношения в современный период. Тема форума этого года особенно актуальна в условиях глобальных трансформаций и фрагментации мировой экономики, когда интеграция становится одним из ключевых драйверов долгосрочного социально-экономического развития и особое значение приобретает научно-экспертная работа в области исследований интеграционных процессов, их теоретическое осмысление, изучение новых практик и трендов интеграции.

Материалы XIV ЕЭФМ представлены в четырех томах: том 1 – приветственные слова участникам Форума, материалы открытых лекций экспертов и тезисы работ финалистов Конгресса экономистов и финансистов (часть 1); том 2 – тезисы работ финалистов Конгресса экономистов и финансистов (часть 2); том 3 – тезисы работ финалистов Конгресса предпринимательства и инжиниринга; том 4 – тезисы работ финалистов Конгресса управления и права и Конгресса стратегов.

Для студентов, участвующих в научно-исследовательской работе, магистрантов и аспирантов, а также для широкой молодежной аудитории, интересующейся переменами в общественно-экономическом развитии.

УДК 339.9(093)
ББК 65.9я43

© Авторы, указанные в содержании, 2024
© Уральский государственный
экономический университет, 2024

КОНГРЕСС ЭКОНОМИСТОВ
И ФИНАНСИСТОВ

ТЕЗИСЫ РАБОТ ФИНАЛИСТОВ КОНКУРСОВ
(ЧАСТЬ 2)



РЕГУЛЯТОРНАЯ ПОЛИТИКА И GR-КОММУНИКАЦИИ

Международный конкурс прикладных проектов молодых ученых и студентов



И. А. Аросланкина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Улучшение процедур регулирующего воздействия в регионах в рамках клиентоцентричного подхода с позиции клиента

Ключевые слова: оценка регулирующего воздействия; клиентоцентричность; региональная политика; процедуры регулирующего воздействия.

С учетом современных трендов модернизации управления, в том числе в государственном секторе, улучшение процедур регулирующего воздействия с ориентиром на интересы клиента является одной из важнейших задач, требующих серьезного внимания и исследования. Клиентоцентричный подход в контексте регулирующих мероприятий предполагает переориентацию управленческих методов в сторону удовлетворения потребностей и ожиданий клиентов как важнейшего субъекта взаимодействия [2].

Современные тенденции государственного управления все больше акцентируют внимание на клиентоориентированных подходах в оказании государственных услуг и процедур регулирования. Это связано с необходимостью улучшения степени удовлетворенности населения, оптимизации взаимодействий с органами власти и повышения качества предоставляемых государственных услуг [1; 3].

Изучение и совершенствование процедур регулирования с учетом позиции клиента представляет собой сложную задачу, требующую комплексного исследования в области государственного управления,

социальной психологии, экономики и юриспруденции. Этот процесс включает в себя анализ потребностей клиентов, выработку механизмов обратной связи, разработку механизмов защиты прав потребителей и обеспечение прозрачности и доступности процедур регулирования.

Цель исследования: произвести оценку текущего состояния процедур регулирующего воздействия с позиции клиента, идентифицировать их основные проблемы и недостатки, предложить возможные пути оптимизации процессов взаимодействия между клиентами (предпринимателями) и регулирующими органами, а также рекомендации по внедрению улучшений реализации процедур регулирующего воздействия.

Улучшение процедур регулирующего воздействия является неотъемлемой частью развития государственного регулирования. Опора на принципы клиентоцентричности способствует не только повышению эффективности деятельности государственных органов, но и выстраиванию доверительных отношений между народом и властью [2], стимулирует социально-экономическое развитие и способствует обеспечению прозрачности принятия решений и управления.

Активное взаимодействие с клиентами, учет их потребностей и предпочтений, а также обратная связь помогают снизить бюрократию и улучшить качество предоставляемых услуг. Важно продолжать исследования и разработки в этой области для дальнейшего совершенствования механизмов регулирования в интересах клиентов и общества в целом.

Результаты данного исследования могут быть использованы для улучшения и внедрения этих улучшений в реализацию стандартов клиентоцентричности.

Библиографический список

1. *Андронов М. Ю., Победин А. А.* Проблемы оценки регулирующего воздействия в отношении субъектов финансового рынка // Дискуссия. — 2023. — № 4 (119). — С. 122–132.

2. *Мазин А. В.* Легальное определение клиентоцентричности в государственном управлении // Общество, образование, наука: современные тренды: сб. тр. по материалам II Национальной науч.-практ. конф. (Керчь, 23–24 декабря 2022 г.). — Керчь: КГМТУ, 2022. — С. 865–870.

3. *Рахмеева И. И.* Региональная регуляторная политика: эволюция идеологии // Развитие парадигмальных идей в отечественной региональной экономике / Е. Г. Анимица, В. С. Антонюк, Т. А. Балина и др. — Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. — С. 88–95.

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

Е. Д. Баландин, Е. Д. Куликова, Е. А. Обручникова
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», г. Москва

Развитие инструментов регуляторной политики путем привлечения профильных вузов (на примере цифрового сервиса Росфинмониторинга)

Ключевые слова: развитие регуляторной политики; Росфинмониторинг; сервисный концентратор; государственные микрофинансовые организации.

Многообразие и изменчивость требований к адресатам регулирования требуют их постоянного мониторинга, что является крайне затратным процессом, а несвоевременное получение информации о новых требованиях приводит к объективной невозможности их исполнения и штрафам.

Ситуация из практики: Федеральная служба по финансовому мониторингу разработала цифровой сервис, для широкого применения которого необходимо провести работу по информированию регулируемых лиц, а также способствовать созданию инфраструктуры по применению сервиса. Эта ситуация и ее следствия привели к идее по развитию инструментов государственного регулирования (объект исследования) путем привлечения профильных высших учебных заведений. То, каким образом возможно привлечение вузов, будет показано на примере реализации авторского проекта по продвижению цифрового сервиса Росфинмониторинга.

Задачи проекта:

1) проинформировать о новом сервисе Росфинмониторинга «Сервисный концентратор» организации, осуществляющие операции с денежными средствами и иным имуществом, перечисленные в Федеральном законе от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» — государственные микрофинансовые организации (ГосМФО);

2) выявить потребность ГосМФО в «Сервисном концентраторе»;

3) составить статистику среди ГосМФО об информированности и эффективности о новом сервисе Росфинмониторинга «Сервисный концентратор».

План решения задачи:

1) составить список опрашиваемых организаций;

2) составить опрос на платформе «Яндекс Формы»;

3) составить письмо со ссылкой на опрос и скрипт звонка;

4) провести опрос, составить статистику на основе результатов опроса;

5) сделать выводы об актуальности сервиса и определить перспективы развития.

Предметной областью исследования стали установленные обязательные требования (их содержание), регулируемые лица (в целом и фокус-группа из числа ГосМФО), цифровой сервис.

Фактические результаты реализации проекта представлены следующими компонентами:

- видеопрезентация сервиса;
- результаты опроса фокус-группы;
- расчет затрат на выполнение обязательного требования;
- техническое задание на создание утилиты по применению сервиса.

— вспомогательные: реестр интервьюируемых лиц, скрипт звонка, шаблон письма, Яндекс-форма для сбора ответов на вопросы.

Дальнейшие перспективы проекта заключаются в разработке утилиты по импорту перечней и программного обеспечения для выполнения проверок в автоматическом режиме при загрузке новых версий перечней.

Выводы по результатам проекта о исследуемой ситуации.

Во-первых, выполнены работы, которые способствовали более широкому применению цифрового сервиса, а участники проекта приобрели полезные знания в ходе развития инструментов регуляторной политики.

Во-вторых, одним из видов задач по привлечению вузов может быть участие в продвижении цифрового сервиса регулятора. В том числе:

- информирование регулируемых лиц о новациях в области цифровизации;
- расчет экономического эффекта от внедрения;
- постановка задачи (техническое задание) на разработку дополнительных утилит к сервису.

В-третьих, эффект от более активного использования сервиса заключается в следующем:

- повышение качества выполнения обязательных требований;
- снижение затрат регулируемых лиц за счет начала применения сервиса.

А эффект от привлечения студентов профильного вуза включает:

- улучшение качества подготовки студентов на реальных примерах;
- повышение степени практико-ориентированности обучения;

- экономию расходов регулятора;
- новые идеи при осуществлении государственного регулирования.

Научный руководитель: **М. Ю. Андронов**,
доцент

А. С. Гарипова

Высшая школа экономики, г. Москва

Green nudges как эффективный инструмент политики

Ключевые слова: право и экономика; поведенческая экономика; экология; nudge; регуляторная политика.

Понимание того, как стимулы и ограничения влияют на поведение людей и социальных групп, было фундаментальной частью теории и практики публичного управления. В последние десятилетия отличительный вклад наук о поведении состоял в том, чтобы подчеркнуть важность не столько правовых, сколько психолого-эмоциональных факторов в формировании осуществляемого индивидом выбора. Вследствие нерациональной основы человеческого поведения, ныне отчетливо видимой благодаря достижениям когнитивных наук, реакция граждан на разработанные в рамках нормотворческих процедур правила поведения может в значительной степени отличаться от предписываемого законодательством модуса поведения [7].

С целью уменьшить разрыв, существующий между нормативными предписаниями и фактической правовой культурой общества в ряде государств, особое внимание стало уделяться поведенческим исследованиям. Так, правительства некоторых стран начали институционализацию нового направления, существующего на стыке правовых, когнитивных и экономических наук в форме специальных подразделений — Behavioural Insights Teams (BIT) в Великобритании (2010) и США (2014), так называемых nudge-unit, основной задачей которых является выработка нового курса в социальной и экономической сферах государственной политики с учетом достижений исследований психологии поведения людей [6]. Таким образом, поведенческие вмешательства, особенно в форме подталкивания (nudge), быстро стали частью инструментария регуляторной политики.

Подталкивание — средство изменения среды принятия решений, которое влияет на поведения индивидов, не ограничивая их в ином выборе и при этом, существенно не изменяя их экономические стимулы

[1]. Оно предназначено для противодействия «неправильным», с точки зрения классической экономики, решениям, принимаемым отдельными лицами. Соответственно, оно направлено на повышение благосостояния индивида, а не на устранение внешних, пусть и неэффективных стимулов. Для признания nudge этичным подталкивание должно удовлетворять четырем критериям: сохранению автономии, улучшению благосостояния, сохранению достоинства и обеспечению самоуправления [6].

Данная концепция также стала важной частью экологической повестки, поскольку подталкивания, влияя на поведение людей, позволяют снижать экстерналии. Важно отметить, что «зеленый» nudge не направлен на насильственное изменение механизма принятия индивидом того или иного решения. Вместо этого он полагается на когнитивные предубеждения людей и их моральные опасения по поводу окружающей среды, чтобы предотвратить совершение ими выбора, способного оказать негативное воздействие на окружающую среду [5].

Существуют «чистые» или «слабые» подталкивания и «моральные» или «сильные» подталкивания, отличающиеся интенсивностью вызываемых у индивида переживаний. Примером первых является — расположение в верхней части меню более полезных продуктов [4]. Ко вторым относятся случаи социальных норм — сравнение потребления собственной электроэнергии с соседями посредством размещения позитивных или негативных smiles на платежных документах [2].

Одной из наиболее распространенных реализаций «чистого» nudge является механизм выбора опции «по умолчанию». Это может происходить в силу доверия к более влиятельной инстанции принятия решения, в качестве которой часто выступают частные компании или государство, неготовности брать на себя ответственность или действия по инерции. Так, двусторонняя печать на принтере, установленная по умолчанию, позволяет значительно сократить потребление целлюлозы [3].

Невозможность обладания всей полнотой информации и когнитивные ошибки в процессе принятия решений приводят к тому, что потребители часто не обращают внимание на цены на топливо и электроэнергию, которые входят в стоимость покупки автомобилей или лампочек [3]. То же самое может быть сказано в отношении информированности касательно экстерналий, вызываемых использованием этикеток на продуктах, одежде и прочих предметах бытового потребления. В связи с этим в Европейском Союзе был разработан законопроект, предусматривающий требования для лучшей осведомленности покупателей и отмену greenwashing¹.

¹ *Consumer protection: enabling sustainable choices and ending greenwashing* // European Commission. — URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_1692 (дата обращения 23.03.2024).

Главной целью, которую должен преследовать законодатель с помощью подталкивания, является максимизация общей полезности, то есть достижение оптимального по Парето распределения благ. Не прибегая к прямому запрету, принуждающего индивида выбирать невыгодные для него варианты поведения, государственная власть должна стимулировать добровольное экологичное поведение. Соответственно, должны рассматриваться как полезность принятия решения, которое принимает индивид, так и полезность опыта, который приобретается в ходе принятия решения. Законодателю стоит быть нацеленным на конечного потребителя, поскольку при потреблении одних и тех же товаров некоторые люди несут гораздо большие внешние издержки, чем другие. Таким крайним случаем может являться отсутствие стимула у пилотов авиакомпаний избегать налогов на выбросы углекислого газа или посетителей отеля, не ограниченных в сокращении количества пищевых отходов.

«Зеленый» nudge направлен не только на обеспечение интересов отдельных индивидов или социальных групп, но и всего общества в целом, обеспечивая экологическую устойчивость и безопасность, что подтверждает его эффективность как когнитивно-экономического инструмента регуляторной политики.

Библиографический список

1. *Санстейн К., Талер Р.* Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. — М.: Манн, Иванов и Фербер. 2018. — 240 с.
2. *Allcott H.* Social norms and energy conservation // *Journal of public economics*. — 2011. — Vol. 95, no. 9–10. — P. 1082–1095.
3. *Egebark J., Ekström M.* Can indifference make the world greener? // *Journal of environmental economics and management*. — 2016. — Vol. 76. — P. 1–13.
4. *Kurz V.* Nudging to reduce meat consumption: Immediate and persistent effects of an intervention at a university restaurant // *Journal of environmental economics and management*. — 2018. — Vol. 90. — P. 317–341.
5. *Schubert C.* Green nudges: Do they work? Are they ethical? // *Ecological economics*. — 2017. — Vol. 132. — P. 329–342.
6. *Sunstein C. S.* The Ethics of influence: government in the age of behavioral science. — Cambridge: Cambridge University Press, 2016. — 238 p.
7. *Thaler R. H.* Behavioral economics: Past, present, and future // *American economic review*. — 2016. — Vol. 106, no. 7. — P. 1577–1600.

Научный руководитель: **В. Д. Чураков**,
кандидат юридических наук

Д. В. Детко

Законодательное собрание Свердловской области, г. Екатеринбург

Проблемы правового регулирования иностранных инвестиций в России: механизм защиты и ограничения

Ключевые слова: иностранные инвестиции; инвестиционный климат; правовые гарантии иностранных инвесторов; правовые ограничение иностранных инвесторов; инвестиционные споры.

В настоящее время в сложных и нестабильных экономических и политических условиях исследование тенденции правового регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации приобретает чрезвычайное внимание и особую актуальность.

Целью исследования является анализ общественных отношений, возникающих в сфере иностранного инвестирования, защиты и правовых гарантий путем изучения, обобщения, кодификации и систематизации имеющихся в юридической и экономической науке сведений, раскрытие теоретических и практических проблем правового регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Концепции определений понятия «иностранные инвестиции»

Автор определений	Подходы к определению понятия
М. Х. Корецкий	Иностранные инвестиции могут оказать влияние на экономический рост и повышение благосостояния граждан
А. В. Мерзляк	Иностранные инвестиции рассматриваются как источник материальных вложений в развитие промышленности
А. В. Кирин	Иностранные инвестиции рассматриваются как капитальные вложения в юридические лица других государств в целях получения прибыли

В законодательство Российской Федерации следует ввести отсутствующие дефиниции:

— «инвестиционного спора». Подходящее определение дает С. И. Крупко, инвестиционный спор — это всякий спор, связанный напрямую с инвестиционными отношениями, который произошел между государством-реципиентом и частным инвестором [3, с. 6];

— «инвестиционного договора». Наиболее подходящей является позиция, которая определяет инвестиционный договор как соглашение

со смешанной правовой природой, который включает в себя элементы национального права (гражданского) и международного права [1; 4].

Соответствующие изменения в законодательстве Российской Федерации позволят обеспечить единый подход к толкованию инвестиционного спора и договора в системе гражданских правоотношений на всех законодательных уровнях (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Виды инвестиционных споров и их особенности

Инвестиционные споры	Отличительные особенности
Связанные с иностранными инвестициями	Включают различные виды проблем, связанные с правами и обязанностями сторон, включая нарушение условий инвестиционного контракта
Между государством и частными инвесторами	Возникают по причине нарушения инвестиционного контракта и из-за различных факторов, связанных с защитой прав инвесторов
Связанные с компенсациями, вытекающими из инвестиционного соглашения	Возникают в результате деятельности иностранных инвесторов в договаривающихся государствах и могут иметь множественные сложности для инвесторов и для государств-участников

Для смягчения требований условий страхования инвестиций по Конвенции об учреждении Многостороннего агентства по гарантиям инвестиций и устранения смещения частных и публичных отношений в международном инвестиционном сотрудничестве необходимо установить приоритетную цель перед Российской Федерацией — сформировать четкий и целостностный механизм защиты прав инвесторов, что будет являться гарантией использования иностранным инвестором различных форм осуществления инвестиций на территории России [2].

Ратификация Вашингтонской конвенции 1965 г. о порядке разрешения инвестиционных споров между государствами и иностранными лицами позволит России существенно изменить общую концепцию развития защиты прав иностранных инвесторов, увеличит защиту национальных инвесторов за границей и даст возможность иностранным инвесторам обращаться к механизму Международного центра по урегулированию инвестиционных споров.

В сочетании с Вашингтонской Конвенцией об учреждении Многостороннего агентства по гарантиям инвестиций создаст единую систему международно-правовой защиты для частных инвестиций, а также даст положительный толчок к привлечению иностранных инвестиций в Российской Федерации.

Развитие национальных и международно-правовых гарантий для международных инвесторов создаст условия для привлечения зарубежного капитала в Россию.

В России следует создать комфортный инвестиционный климат для введения в бизнес иностранных игроков, привлекая зарубежный капитал из Китая, Индии, КНДР и т. д., что позволит улучшить положение России с точки зрения экономического развития, тем самым окажет позитивное влияние на все сферы общественной жизни внутри страны.

Библиографический список

1. *Гражданское право Республики Казахстан: часть общая* : учеб. пособие / под ред. Г. И. Тулеугалиева, К. С. Мауленова. — 2-е изд., доп. и изм. — Алматы: Данекер, 1999. — 468 с.
2. *Доронина Н. Г., Семилютин Н. Г.* Международное частное право и инвестиции: монография. — М.: ИЗИСЦ, 2012. — 270 с.
3. *Крупко С. И.* Инвестиционные споры между государством и иностранным инвестором: учеб.-практ. пособие. — М.: БЕК, 2002. — 254 с.
4. *Черенкова А. И.* Правовая природа инвестиционного договора в цивилистике Российской Федерации // Теория права и межгосударственных отношений. — 2021. — Т. 1, № 2 (14). — С. 3–10.

Научный руководитель: **Е. Г. Калабина**,
доктор экономических наук, профессор

Д. С. Зенитато

Керченский государственный морской технологический университет, г. Керчь

Развитие рыбохозяйственного комплекса России

Ключевые слова: аквакультура; рыболовство; морепродукты; тенденции.

Рыбохозяйственный комплекс является совокупностью отраслей экономики России, которые находятся в постоянном контакте с мировым рынком, различными международными организациями, иностранными компаниями и фирмами.

Рыболовство и аквакультура (рыбоводство) как виды экономической деятельности составляют основу рыбохозяйственного комплекса любого уровня иерархии мировой экономической системы, включая Российскую Федерацию и ее регионы. Этот комплекс представляет собой сложное многофункциональное образование, решающее проблему обеспечения продукцией из водных биоресурсов.

Исходя из того, что основной функциональной целью национальной экономики является удовлетворение потребностей населения

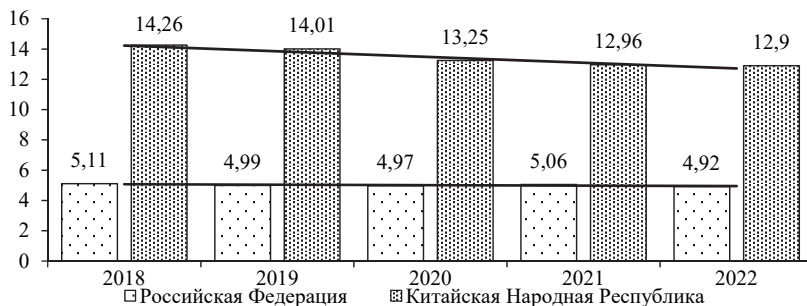
страны, главная цель рыбохозяйственного комплекса состоит в удовлетворении потребностей в продукции из водных биоресурсов продовольственного и непродовольственного назначения.

Торгово-экономические связи – это взаимоотношения между странами, основанные на торговле и экономических отношениях. Они включают в себя импорт и экспорт товаров, услуг, капитала и труда, а также инвестиции и финансовые операции. Торгово-экономические связи полезны для всех участников, поскольку они позволяют государствам получать доступ к ресурсам, которых они не имеют или не могут произвести самостоятельно, а также расширить свои рынки сбыта.

Торгово-экономические связи между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой имеют многолетнюю историческую основу, а также экономически-логистические предпосылки. Одним из развитых и важных направлений является импорт-экспорт рыбной продукции и других водных биологических ресурсов.

На протяжении более чем 20 лет Китайская Народная Республика занимает лидирующее место в мире по объему вылова и выращивания рыбы и морепродуктов. Государство ведет активную торговлю на мировых продовольственных рынках.

На рисунке представлено соотношение объемов добычи рыбы и морепродуктов в динамике с 2018 по 2022 г., в среднем вылов Китайской Народной Республики превышает российский вылов в 2,6 раз ежегодно.



Динамика вылова рыбы и добычи водных биоресурсов
Российской Федерации и Китайской Народной Республики
за 2018–2022 гг., млн т

По итогам 2022 г. можно сделать вывод, что объем вылова в Российской Федерации составил 4,92 % от совокупного мирового вылова, а в Китайской Народной Республике доля составила 12,9 %.

Анализируя тенденции развития экспорта рыбной продукции в Российской Федерации, следует отметить, что Китайская Народная Республика является одним из ведущих покупателей в данной сфере продаж на протяжении последних десяти лет.

Наблюдался спад в 2020 и 2021 гг., который составил в 2020 г. 15,79 % по сравнению с 2019 г., и в 2021 г. 14,83% к тому же отчетному периоду. Данная ситуация напрямую была связана с пандемией COVID-19. Однако следует отметить, что нарушение логистических связей также повлияло на столь значительный спад в экспортных отношениях Российской Федерации с Китайской Народной Республикой.

Основной экспортируемой продукцией из Российской Федерации за анализируемый период стали: мороженая рыба, филе лосося и ракообразные.

Китайская Народная Республика в основном экспортирует в Российской Федерации переработанные морепродукты. Однако Россия не занимает лидирующие позиции по экспорту в сфере международной торговли рыбой и другими водными биологическими ресурсами. Китай активно поставляет рыбу в ряд других стран, таких как Япония, США, Южная Корея и Таиланд. Китайская Народная Республика в 2022 г. экспортировало в Российской Федерации менее чем 1 % в денежном выражении от валового объема экспорта на мировом рынке. Объем экспорта морепродуктов в Российскую Федерацию в 2022 г. остался на уровне 74,41 тыс. т. Экспорт рыбы из Китайской Народной Республики в Российскую Федерацию остается ниже, чем до пандемии COVID-19.

Таким образом, можно смело утверждать, что Россия имеет большое влияние на продовольственный рынок Китайской Народной Республики. Несмотря на то, что Китай является крупнейшим в мире лидером по добыче и производству рыбы и других водных биоресурсов, активно покупает эти продукты на международных рынках в Российскую Федерацию. Следует отметить, что 14,77 % от всей импортной рыбной продукции в Китайскую Народную Республику занимает именно продукция, произведенная в Российскую Федерацию.

Представленное исследование позволяет утверждать, что торгово-экономические связи Российской Федерации и Китайской Народной Республики в сфере рыбного хозяйства имеют неравноправные экономические выгоды, то есть очень велико влияние Российской Федерации на продовольственную безопасность в Китайской Народной Республике.

Научный руководитель: **Н. А. Сушко**,
кандидат экономических наук

И. Л. Кожухова, С. А. Собянина, С. А. Ибрагимова
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка комплексных стратегий и программ, направленных на стимулирование устойчивого развития и улучшение жизни на сельских территориях Свердловской области

Ключевые слова: сельские территории; устойчивое развитие; стратегии.

С точки зрения законодательства, сельские территории представляют собой единицы административно-территориального деления Российской Федерации, дифференцируемые по площади и характеристикам системы местного самоуправления. Анализ различных подходов дал возможность сформулировать понимание сельской территории как сочетания социально-экономических и природно-климатических взаимосвязей, определенных ресурсами и потенциалом развития. Сохранение и развитие сельских территорий уже являются трендом для национальных, региональных и местных сообществ.

Управление развитием сельских территорий представляет собой разновидность государственного управления, направленного на достижение устойчивого функционирования территории в качестве сбалансированной системы. Это достигается через использование методов управления, включая стратегии и комплексные программы развития.

Социально-экономическое развитие государства в значительной степени зависит от развития его территорий, особенно сельских, обладающих мощным потенциалом. Наблюдается, однако, постепенное снижение количества сельских поселений в связи с различными факторами, такими как недостаточно развитая инфраструктура, высокий уровень безработицы и ухудшение условий жизни.

В этом контексте вопросы сохранения и развития сельских территорий в Российской Федерации остаются весьма актуальными.

Несмотря на действующие нормативные акты, направленные на развитие сельских районов в Свердловской области, обстановка в социально-экономической сфере села остается весьма противоречивой, вызывая серьезные беспокойство и тревогу. Сельские территории продолжают значительно отставать по уровню и качеству жизни по сравнению с городом, и внутри региона наблюдается нарастающее социально-экономическое неравенство между ними. В этих сельских районах Свердловской области фокусируются проблемы безработицы и низкого уровня жизни. Жилищный фонд в сельской местности остается в основном неудовлетворительным. Политика «оптимизации» социальных

учреждений в сельской местности приводит к массовому закрытию малокомплектных сельских школ, детских садов, клубов, библиотек и медицинских учреждений, что не компенсируется введением новых объектов. Неблагоприятные условия для жизнедеятельности и их значительная региональная дифференциация негативно сказываются на демографической ситуации в сельских районах региона.

В Свердловской области наблюдается недостаточная активность в решении проблем организации полноценной трудовой занятости жителей сельских населенных пунктов, что сказывается на общем уровне их жизни. В связи с имеющимися сложностями в сельских территориях необходимо наладить деятельность органов государственной власти и, в частности, органов местного самоуправления, близких к сельскому населению, с целью комплексного развития и улучшения качества жизни в сельской местности.

Необходимо признать, что в сельских населенных пунктах проводятся мероприятия по социально-бытовому развитию. Возведение жилья, газификация, модернизация социальной и коммунальной инфраструктуры — это лишь часть решаемых задач. Однако эти меры внедряются недостаточно эффективно, что мешает полному решению проблем сельских территорий. Невозможно решить все проблемы каждого сельского населенного пункта с помощью государственных программ и проектов ведомств. Поэтому требуются методики, способствующие оптимизации системы расселения, с акцентом на сельских населенных пунктах, имеющих потенциал развития. Такой подход обеспечит достойное качество жизни в этих районах.

Для восстановления сельских территорий Свердловской области необходимо пересмотреть стратегию, основанную на приоритетном развитии городских агломераций. В противном случае любые финансовые вливания в сельское образование временно облегчат его деградацию. Отсутствие муниципальной статистики и общих определений для термина «сельская территория» мешает объективному пониманию текущей ситуации и принятию обоснованных государственных решений в рамках Государственной программы комплексного развития сельских территорий Свердловской области.

Решение проблем каждого сельского поселения через государственные программы и ведомственные проекты невозможно. Требуется анализ социально-экономического положения сельских территорий региона и разработка методик, позволяющих оптимизировать систему расселения. Это предполагает концентрацию социальной и инженерной инфраструктуры в сельских населенных пунктах с потенциалом развития, обеспечивая тем самым достойные условия жизни в этих областях.

Научный руководитель: **Л. К. Чеснюкова**

М. А. Комбаров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

**Рекомендации по перераспределению
налога на добавленную стоимость
между уровнями бюджетной системы
в концепции «Россия — Евразия — Мир.
Интеграция — Развитие — Перспектива»**

Ключевые слова: оценка регулирующего воздействия; фискальная децентрализация; налог на добавленную стоимость; особый бюджетный режим.

В настоящее время перед органами власти России стоит цель по наращиванию экономического потенциала ее субъектов. Достижение такой цели требует решения ряда задач, одной из которых выступает усиление фискальной децентрализации. К числу неудачных попыток решить такую задачу относится, прежде всего, внесение в феврале 2020 г. на рассмотрение в Государственную думу проекта Федерального закона «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части изменения нормативов распределения между уровнями бюджетной системы налоговых доходов в виде налога на добавленную стоимость» (законопроект о передаче 40 % НДС регионам). В силу того, что в отношении этого законопроекта не проводилась оценка регулирующего воздействия (ОРВ), подобная идея оказалась проработана поверхностно, что и послужило основанием для его отклонения указанной палатой Федерального Собрания в первом чтении.

Систематизация и обобщение взглядов представителей научных кругов, а также особенности концепции «Россия — Евразия — Мир. Интеграция — Развитие — Перспектива» свидетельствуют о том, ОРВ любого законопроекта, направленного на усиление фискальной децентрализации, должна, помимо всего прочего, включать в себя такие контрольные точки, как оценку последствий его принятия для экономики каждого региона, оценку влияния реализации заложенных в нем идей на гетерогенность российского экономического пространства и на состояние технологического суверенитета. Остановившись на второй и третьей контрольных точках, следует отметить, что согласно мнению Е. Х. Тухтаровой, подтверждаемому результатами регрессионного анализа, усиление гетерогенности экономического пространства России отдалает ее от достижения технологического суверенитета [1], отсутствие которого в силу одной из особенностей концепции «Россия — Евразия — Мир. Интеграция — Развитие — Перспектива» негативно

сказывается на экономике Узбекистана [2] и ряда других стран. Уравнение-дескриптор зависимости состояния технологического суверенитета России от степени гетерогенности ее экономического пространства выглядит следующим образом:

$$R\&D = 2,113 \cdot V_p^{-0,411},$$

где R&D — доля инвестиций в НИОКР в ВВП; V_p — коэффициент вариации, взвешенный по численности населения, выступающий прокси-переменной для гетерогенности экономического пространства.

Выбор в качестве переменной-отклика доли инвестиций в НИОКР в ВВП обусловлен тем, что она выступает индикативным показателем возможности достижения технологического суверенитета.

Результаты ОРВ законопроекта о передаче 40 % НДС регионам показывают, что его принятие ухудшило бы экономическое положение 17 субъектов Российской Федерации. Для 13 таких регионов подобный эффект связан с преобладанием в структуре их экономики видов деятельности, продуцирующих возмещения НДС из бюджета, а для остальных четырех — с особенностями зависимости объема их ВРП от объема расходов консолидированного бюджета. Это, в совокупности с некоторыми другими факторами, привело бы к усилению гетерогенности экономического пространства России, а следовательно, и к снижению доли инвестиций в НИОКР в ВВП.

Также указанные результаты позволяют определить правильный вектор фискальной децентрализации, в том числе перераспределения НДС между уровнями бюджетной системы. Заключается он во введении особого бюджетного режима в регионах, удовлетворяющих двум критериям:

— объем ВРП на протяжении последних трех лет отставал от среднего показателя по стране;

— зависимость объема ВРП от расходов консолидированного бюджета не является обратной U-образной, а также не напоминает закон убывающей предельной полезности.

Сущность такого режима состоит в установлении норматива отчисления в бюджеты регионов, удовлетворяющих данным критериям, налоговых доходов от НДС, собираемого в отраслях экономики, не продуцирующих обязанность возмещать этот налог, в размере 100 %.

Результаты ОРВ введения особого бюджетного режима в отдельных регионах показывают, что реализация такой идеи способна оказать позитивное влияние на экономику каждого охваченного ею региона, не усилить гетерогенность российского экономического пространства

и не привести к снижению доли инвестиций в НИОКР в ВВП, о недопустимости чего в концепции «Россия — Евразия — Мир. Интеграция — Развитие — Перспектива» было сказано выше. Следовательно, данная мера может смело рассматриваться российскими органами власти в качестве перспективного инструмента государственной политики регионального развития, т. е. такого инструмента, применение которого позволит достичь цель по наращиванию экономического потенциала субъектов РФ.

Библиографический список

1. *Тухтарова Е. Х.* Перспектива перехода России на новый технологический уклад // Вопросы экономики. — 2023. № 8. — С. 147–158.
2. *Цветков В. А., Ядгаров Я. С., Сидоров В. А., Соболев Э. В.* Турбулентность хозяйственного развития: глобальные риски и неопределенность // Проблемы рыночной экономики. — 2023. — № 1. — С. 6–31.

Научный руководитель: **С. Г. Пьянкова**,
доктор экономических наук, доцент

К. А. Круподер

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

GR-технологии в процедуре оценки регулирующего воздействия

Ключевые слова: GR-технологии; оценка регулирующего воздействия; бизнес и власть; публичные консультации.

Представители компаний используют GR-технологии для того, чтобы влиять на решение государственных органов в сторону бизнеса, а государство заинтересовано в том, чтобы эти решения положительно отзывались в обе стороны. В России работа над налаживанием связи между государством и бизнесом ведется с 2000-х годов. За прошедшие два десятилетия были созданы не только инструменты повышения качества государственного регулирования предпринимательской деятельности, но и условия для привлечения граждан к процессу принятия государственных решений. В числе ключевых из них следует выделить процедуру оценки регулирующего воздействия. На федеральном уровне она появилась в 2010 г. как инструмент анализа правовых норм на обоснованность и избыточность для предотвращения излишнего регулирования предпринимательской деятельности.

Какое место занимает процедура ОРВ среди GR-технологий компаний? Ее важнейшим элементом являются публичные консультации,

которые по своей сути и относятся к GR-технологиям. В ходе таких публичных консультаций предприниматели получают возможность высказать свое мнение по разрабатываемым актам и стать их соавторами наряду с чиновниками. Выбранный подход с анализом выгод, издержек и рисков, связанных с устанавливаемым регулированием, повышает вероятность достижения цели принятия правового акта без навязывания избыточных административных ограничений для деятельности хозяйствующих субъектов.

В Свердловской области был создан проект-исследование ««Контрольная закупка» в рамках публичных консультаций», целью которого является оценка эффективности взаимодействия с участниками публичных консультаций в субъектах РФ. Базой исследования являются регионы Уральского федерального округа: Челябинская, Курганская, Тюменская, Свердловская области, Ямало-Ненецкий автономный округ и Ханты-Мансийский автономный округ — Югра. Методика исследования заключается в участии в публичных консультациях в рамках оценки регулирующего воздействия по трем наиболее проблемным сферам регулирования ведения предпринимательской деятельности. Этими сферами стали: потребительский рынок, транспорт и дорожное хозяйство, государственное имущество. Участие осуществляется по значимым проектам нормативных правовых актов (предпочтительно высокой, средней степени), разработанным исполнительными органами государственной власти. Участниками исследования являются эксперты, проживающие не в регионе-объекте исследования. Оценка производится по определенным критериям, а вся собранная информация обобщается в сводной таблице. По итогам анализа, мы даем оценку эффективности взаимодействия с участниками публичных консультаций в регионах Уральского федерального округа, а также выявляем возможные проблемы осуществления публичных консультаций.

Для совершенствования оценки регулирующего воздействия необходима совместная работа как региональных, так и федеральных органов власти, а также качественное вовлечение бизнеса в этот процесс.

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

А. И. Кустышев

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург

Исследование подсистемы управления социальным развитием коллектива организации

Ключевые слова: социальное развитие; управление развитием; организация.

Основными проблемами системы профессионального и социального развития человеческих ресурсов организации являются:

- 1) отсутствие мер дополнительного социального обеспечения;
- 2) отсутствие системы карьерного планирования;
- 3) неформализованность и нерегулярность процесса обучения персонала;
- 4) несформированность системы сплочения коллектива и поддержания психологического климата в организации;
- 5) отсутствие возможности гибкой организации рабочего процесса сотрудников, в соответствии с потребностями конкретного человека.

Для решения вышеизложенных проблем могут быть внедрены следующие меры по улучшению системы профессионального и социального развития трудовых ресурсов организации.

Решение проблемы предоставления дополнительного социального обеспечения сотрудников позволит значительно повысить привлекательность работы и закрепить основной персонал на месте. Для этого возможно предоставление сотрудникам дополнительных льгот как государственным служащим, например, права на льготное использование общественного транспорта, дополнительных квот на поступление детей сотрудников в высшие учебные заведения.

Кроме реалистичных мер, можно последовать примеру крупных коммерческих предприятий, чьи расходы на социальное обеспечение сотрудников являются доминирующей статьёй их бюджета, и предлагать льготные услуги общественного питания, детские игровые зоны в офисе, открытие собственных детских садов для детей госслужащих, предоставление путевок в санатории и детские лагеря, а также ряд иных нереалистичных мер.

Решение вопроса с планированием карьеры также может обеспечить дополнительные выгоды для компании, например: дополнительная мотивация сотрудников, снижение текучести кадров, повышение компетентности управляющего персонала и снижение затрат на привлечение сотрудников с рынка труда. Для внедрения этой системы следует в соответствии с прогнозом потребности в управляющих кадрах

сформировать пул перспективных сотрудников, после чего провести их оценку для выстраивания пути их дальнейшего профессионального развития. После внедрения следует придерживаться карьерных путей, привлекать в резерв новых сотрудников и проводить постоянное обучение перспективных кадров.

Отладка процесса обучения также способна значительно повысить уровень компетентности всех сотрудников. Для обучения персонала следует для начала провести его комплексную оценку с помощью аттестации, чтобы выявить степень соответствия компетентности сотрудников, рыночным требованиям, на основании которой может быть составлен план обучения персонала. Кроме того, требуется постоянный мониторинг новых успешных мировых практик и удачных кейсов, опыт которых может быть воспринят сотрудниками компании.

Меры для формирования крепкого и слаженного коллектива: регулярные мероприятия для тимбилдинга (походы, вечеринки и т. д.), создание плана управления конфликтами, наем психолога или конфликтолога для урегулирования трений внутри коллектива и с клиентами организации.

Гибкая организация рабочего процесса показывает свою эффективность, будучи применимой в творческой сфере, коей является консалтинг. Кроме того, существует ряд исследований, демонстрирующий целесообразность использования четырехдневной рабочей недели, удаленной работы и гибкого рабочего графика. Если четырехдневная рабочая неделя и не подходит для исследуемой организации ввиду несовместимости графиков работы центра и его клиентов, то вынос рутинных операций на дистанционную работу и возможность гибко управлять своим рабочим временем может быть внедрена и демонстрировать свою эффективность.

Главной проблемой системы развития человеческих ресурсов организации является ее некоммерческий характер и строгая отчетность, не позволяющая использовать средства по непрямому назначению, коим и являются различные формы социального и профессионального развития человеческих ресурсов. По этой причине современные методы этой подсистемы в организации остаются в неразвитом состоянии. Однако некоторые практики управления человеческими ресурсами все же могут быть относительно безболезненно применены в организации.

Научный руководитель: **Г. А. Гончаров**,
доктор экономических наук, профессор

В. С. Мурашов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Использование GR-технологий в деятельности вузов (на примере Уральского государственного экономического университета)

Ключевые слова: GR-технологии; высшее образование; университет.

Основной целью российского высшего образования служит совершенствование его системы, стремясь к достижению конкурентоспособности человеческого капитала. Качество работы российских вузов требует согласованной работы между органами местного самоуправления и Министерством науки и высшего образования, формируя тем самым эстафету взаимодействия. Хотя ее инициатива исходит от ректората, гибкая архитектура современных коммуникаций предоставляет возможность каждому структурному элементу вуза внести свой вклад в арсенал специалистов по связям с властными структурами (GR).

Стратегия взаимоотношений с государственными органами (GR) ориентирована на установление законных, взаимовыгодных и прогрессивных связей для оптимизации образовательных стандартов в высших учебных заведениях. Результатом GR становится совершенствование критериев подготовки специалистов, что благоприятно влияет на следующие параметры:

- распределение бюджетных мест;
- финансирование научно-исследовательских инициатив государством;
- модернизация инфраструктуры, научной базы и учебных площадей вузов;
- повышение качества и рейтинга образовательных программ;
- усиление конкурентоспособности выпускников на рынке труда;
- увеличение возможностей трудоустройства выпускников.

Поскольку GR в первую очередь ориентирован на взаимодействие в информационном пространстве, основной коммуникационной технологией выступает информационный обмен через каналы средств массовой информации.

Вторая основополагающая технология в связях с общественностью представляет собой межличностное общение. Данный метод формирования отличается высокой эффективностью и подразумевает непрерывную коммуникацию с целевыми аудиториями посредством предоставления информации через разнообразные каналы.

В Уральском государственном экономическом университете реализуется следующая стратегия межличностного общения:

- издание корпоративной газеты «Зачетка»;
- активное присутствие в социальных сетях (канал Уральского государственного экономическом университете в Telegram);
- наличие собственного веб-сайта (<https://www.usue.ru>).

Информационная политика Уральского государственного экономического университета основана на регулярном сотрудничестве со СМИ и выстраивании открытых и доброжелательных отношений с представителями медиасообщества.

В непосредственном контрасте с предыдущим типом информационной политики выделяется режим повышенной секретности, предполагающий сознательное сокрытие определенной информации об организации в общедоступных источниках по конкретным причинам. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что политика реактивной открытости рассматривается в качестве альтернативной стратегии постоянного информирования, которая требует более существенных затрат и финансовых вложений. Кроме того, политика реактивной открытости может быть принудительно навязана организации в ситуациях, когда она попадает в центр внимания СМИ и общественности, вызывая потребность в информационном обеспечении.

В современном контексте трудно представить эффективную реализацию коммуникаций в сфере GR (government relations) без активного использования возможностей сети Интернет. В рамках концепции Веб 3.0 технологии, применяемые в сфере GR, продемонстрировали свою эффективность в содействии реализации коммуникативных стратегий специалистов по GR. Учреждения высшего образования также активно интегрируют цифровые технологии в свои стратегии для укрепления коммуникаций и представления своих интересов как перед потребителями, так и перед государственными органами.

Следует отметить, что целесообразность продвижения конкретных инициатив выше в более узком и закрытом формате. В случае противоречивых ситуаций университеты привлекают авторитетных экспертов, чьи мнения оказывают влияние на формирование общественного мнения, тем самым усиливая эффективность стратегий.

Исследование показало, что бренд образовательного учреждения высшего профессионального образования «Уральский государственный экономический университет» обладает высоким уровнем популярности и востребованности среди целевой аудитории (абитуриентов). Эффективная реализация GR-политики, предполагающей системное взаимодействие с органами государственной власти и общественными

структурами, способствовала повышению узнаваемости и положительного имиджа бренда среди ключевых заинтересованных сторон.

Научный руководитель: **Л. К. Чеснюкова**

А. Ю. Ставнийчук, О. А. Маркова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва

Эффекты изменения регулирования сделок экономической концентрации

Ключевые слова: цифровые экосистемы; антимонопольное регулирование; сделки экономической концентрации; доказательная политика; оценка причинно-следственных связей.

С 1 сентября 2023 г. вступили в силу поправки в ст. 28 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», согласно которым вводится дополнительное (к размеру выручки и активов участников сделки) пороговое значение для суммы (цены) сделки экономической концентрации: компании должны будут согласовывать сделку с ФАС России, если стоимость сделки превысит 7 млрд р. [2]. Мы оценили краткосрочные эффекты изменения данного регулирования для рынка слияний и поглощений, а также выявили скрытые слияния, которые не попадают в поле зрения антимонопольного органа.

Изменение антимонопольного регулирования может приводить к изменению условий конкуренции в широком ряде отраслей, изменению поведения участников рынков и благосостояния потребителей и общества. Наиболее близкой к нашему исследованию является недавняя работа [4], в которой оцениваются последствия изменения (смягчения) антимонопольного законодательства, приводящее к росту количества слияний и снижению патентной активности, что связано с монополизацией отдельных сегментов рынка.

Изменение антимонопольного регулирования в части введения дополнительного критерия для согласования сделок экономической концентрации при обсуждении вызывало вопросы относительно необходимости такого регулирования в отношении стартапов [1; 5], а также могло создать дополнительную нагрузку на антимонопольный орган.

Такие эффекты могут быть связаны с феноменом «скрытых слияний» (stealth acquisitions) [6], которые возникают, если участники знают о наличии порогового условия по цене сделки и могут манипулировать показателями, чтобы не попасть под регулирование. В данном исследовании мы оцениваем краткосрочные эффекты изменения антимоно-

польного регулирования сделок экономической концентрации (Пятого антимонопольного пакета) для рынка слияний и поглощений, используя разрывный дизайн и тестирование сдвигов в распределении (тест McCrary) [3] на данных mergers.ru, где размещается информация о сделках экономической концентрации российских компаний. Мы показали, что в отличие от существовавших ранее критериев (активов и выручки участников сделки) текущий критерий для цены сделки потенциально манипулируем и, скорее всего, в действительности привел к манипуляциям около порогового условия для того, чтобы участники могли провести сделку без согласования [2].

Изменение антимонопольного регулирования, согласно проведенным расчетам, привело к снижению количества сделок после вступления в силу поправок в Закон о защите конкуренции. Это может быть связано с тем, что участники рынка могли затормозить некоторые сделки или провести их до 1 сентября 2023 г., чтобы не стать «первопроходцами» нового регулирования.

Кроме того, мы обнаружили устойчивый сдвиг в распределении цен на границе 7 млрд р. как после принятия поправок (с 27 июня 2023 г.), так и после начала их действия (с 1 сентября 2023 г.). Это может свидетельствовать о наличии паттерна манипуляции ценой сделки, что подтверждает наши гипотезы. Таким образом, в отличие от существовавших ранее критериев (активов и выручки участников сделки) текущий критерий для цены сделки манипулируем, что в будущем может приводить к росту цен конечной продукции и снижению инновационной активности участников рынков, на которых такие скрытые слияния проводятся.

Полученные результаты позволяют, во-первых, обсуждать первые оценки эффектов изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и инициировать дискуссию об эффективности этих изменений, во-вторых, используя подходы и методы доказательной политики, сформулировать потенциальные направления для совершенствования антимонопольного законодательства.

Библиографический список

1. Павлова Н. С., Маркова О. А. Сделки с участием цифровых компаний в контексте пятого антимонопольного пакета // Конкуренция и право. — 2023. — № 3. — URL: <https://e.cljournal.ru/1032685> (дата обращения: 23.03.2024).

2. Ставнийчук А. Ю., Маркова О. А. «Поле чудес». Эффекты сделок экономической концентрации со стартапами // Антимонопольный контроль сделок экономической концентрации: цифровые экосистемы и изменение регулирования: докл. науч. семинара кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. — URL: <http://lccp.econ.msu.ru/>

sadm_files/Эффекты_сделок_экономической_концентрации_со_стартапами_v120-923.pdf (дата обращения: 18.05.2024).

3. *McCrary J.* Manipulation of the running variable in the regression discontinuity design: a density test // *Journal of econometrics*. — 2008. — Vol. 142, no. 2. — P. 698–714.

4. *Morzenti G.* Antitrust policy and innovation. — June. — 2023. (Working paper). — URL: https://www.dropbox.com/scl/fi/btgmggk96873doanurfq8/Antitrust_and_Innovation_Paper_V2.pdf?rlkey=cnvd2pnhvrax5ryal9uw3akbl&e=2&dl=0 (дата обращения: 18.03.2024).

5. *Stavniychuk A. Y., Markova O. A.* “Acquire and leave”: effects of startups acquisitions by digital ecosystems // *Upravlenets. The Manager*. — 2023. — Vol. 14, no. 5. — P. 83–105.

6. *Wollmann T. G.* Stealth consolidation: evidence from an amendment to the Hart-Scott-Rodino Act // *American economic review: insights*. — 2019. — Vol. 1, no. 1. — P. 77–94.

Научный руководитель: **Н. С. Павлова**,
кандидат экономических наук

А. А. Стафеичев

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва

GR-технологии предпринимательских объединений: институциональный аспект (на примере российских отраслевых ассоциаций)

Ключевые слова: GR-технологии; институт лоббизма; государственная политика; предпринимательские объединения.

Согласно различным прогнозам текущий экономический кризис не только окажет негативное влияние на экономику России в краткосрочной перспективе, но и приведет к снижению темпов среднегодового экономического роста вплоть до 2050 г. Так, экономисты ИМП РАН полагают, что среднегодовой рост валового внутреннего продукта России в ближайшие 30 лет составит не более 1,9 %¹. Регуляторная политика, под которой понимается широкий спектр форм регулирования государством предпринимательской деятельности, может стать дополнительным фактором экономического роста [6].

Исследователи отмечают возросшую роль групп интересов в рамках формирования государственной политики в современных государ-

¹ В институте РАН оценили перспективы экономики России на горизонте 30 лет // РБК. — 2022. — 4 окт. — URL: <https://www.rbc.ru/economics/04/10/2022/633aeadb9a-794755bcdba805?ysclid=ldn4o9al4h400974708> (дата обращения: 15.03.2024).

ствах [4]. Первая причина заключается в том, что появление широкого спектра партикулярных интересов [2], вызванное трансформацией социальной структуры, привело к вовлечению значимых социальных групп в формирование государственной политики (крупный бизнес, общественные движения и т. д.). Вторая причина заключается в постоянно расширяющейся регуляторной роли государства, которое в процессе усиления своей административной активности интегрировало новые акторы в процесс принятия политических решений [3]. Так, например, при регулировании рынка продовольственных товаров в торговых и промышленных объединениях создаются временные комиссии, созданные с целью учета интересов бизнеса при формировании регуляторной среды (комиссия по пиву и безалкогольным напиткам и т. д.). Указанная политическая трансформация привела к тому, что лоббирование интересов перестало быть характерной чертой отдельных привилегированных субъектов, но стало технологией воздействия широкого спектра групп: средний и малый бизнес, массовые движения и т. д.

Если в западноевропейских странах лоббистские отношения зачастую регулируются в рамках отдельного закона, то институционализация деятельности групп интересов в Российской Федерации пошла по пути создания крупных бизнес-объединений: Совет по предпринимательству при Президенте Российской Федерации, установление режима консультаций [1]. Таким образом, был сделан выбор в сторону некорпоративистской модели [5].

Одним из современных трендов в контексте выработки государственной политики является так называемая доказательная политика, направленная на принятие решений не на основе идеологии или политической конъюнктуры, а на анализе данных, полученных в результате исследований¹.

Деятельность предпринимательских объединений направлена на решение следующих задач:

- продвижение позиции бизнес-сообщества в законодательном поле;
- противодействие необоснованным ограничениям;
- модернизация технического регулирования;
- борьба с контрафактом и фальсификатом;
- реализация коммуникационной GR-стратегии отрасли (индустрии).

¹ Цыганков М. «Основано на научных исследованиях»: мировой опыт доказательной политики // ЭКОНС: экономический разговор. — 2021. — 13 июля. — URL: <https://econs.online/articles/opinions/osnovano-na-nauchnykh-issledovaniyakh/?ysclid=ldn5-pn3au8106826591> (дата обращения: 15.03.2024).

Таким образом, группы интересов предоставляют экспертную информацию посредством отраслевых ассоциаций, повышая качество принимаемых решений.

В настоящем исследовательском проекте была предпринята попытка оценить эффективность деятельности предпринимательских объединений в современной России посредством анализа правовой основы их деятельности и определения факторов, влияющих на общий уровень результативности деятельности предпринимательских объединений (компетенции в сфере менеджмента, компетенции в сфере GR, компетенции в сфере внешних и внутренних коммуникаций). Отдельно были рассмотрены предложения по модернизации диалога между бизнесом и властью в части совершенствования существующих GR-механизмов и регуляторной политики в современной России.

Библиографический список

1. Зудин А. Государство и бизнес в России: эволюция модели взаимоотношений // Неприкосновенный запас. — 2006. — № 6 (50). — URL: http://intelros.ru/readroom/nz/06/289-aleksejj_zudin_gosudarstvo_i_biznes_v_rossii_jevoljucija_modeli_vzaimootnoshenij.html?ysclid=ldn5jz2748245944042 (дата обращения: 15.03.2024).
2. Олсон М. Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп. — М.: ФЭИ, 1995. — 174 с.
3. Павроз А. В. Группы интересов в системе политического представительства: современные тенденции // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2013. — № 3. — С. 263–271.
4. Павроз А. В. Группы интересов и лоббизм в политике: учеб. пособие. — СПб.: СПбГУ, 2006. — 186 с.
5. Перегудов С. П., Лапина Н. Ю., Семененко И. С. Группы интересов и российское государство. — М.: Эдиториал УРСС, 1999. — 350 с.
6. Регуляторная политика в России: основные тенденции и архитектура будущего: монография / А. Е. Голодникова, А. А. Ефремов, Д. В. Соболев и др.; под ред. М. О. Комина. — М.: ВШЭ, 2018. — 192 с.

Научный руководитель: **О. Ф. Шабров**,
доктор политических наук, профессор

А. А. Ускенбаев

Университет КАЗГЮУ им. М. С. Нарикбаева (Maqsut Narikbayev Univeristy),
г. Астана, Казахстан

Правовые аспекты регуляторной политики: совершенствование методологий

Ключевые слова: анализ регуляторной среды; оценка регулирующего воздействия; правовая экспертиза; административные процедуры; GR-коммуникации.

Поиск наиболее успешных способов правовой регламентации деятельности субъектов во всех сферах общественной жизни представляет из себя глубокий и широкий круг межотраслевых вопросов, которые нуждаются в качественных экспертизах и учете мнений всех заинтересованных лиц.

Измерение эффективности потенциальных или уже имеющихся последствий введения в действие нормативно-правовых актов является ключевым аспектом как при нормотворчестве, так и при правоприменении. Поскольку данный институт главным образом основывается на изучении недостатков законодательного регулирования, то центральную роль в нем играют правовые вопросы. Автором разработан следующий алгоритм, совмещающий анализ регуляторной среды, оценку регулирующего воздействия и правовую экспертизу в три этапа.

1. Анализ регуляторной среды:

— десятиступенчатый метод, включающий изучение действующей нормативной базы, международного опыта, коэффициентов стабильности (нестабильности) нормативно-правовых актов;

— цель: обосновать необходимость новых решений (поправок, нового проекта) и обнажить все недостатки действующего регулирования.

2. Оценка регулирующего воздействия:

— связь с анализом регуляторной среды: результаты анализа регуляторной среды используются в первом этапе оценки регулирующего воздействия;

— модернизация правовых аспектов;

— оценка регулирующего воздействия применяется не только в экономических вопросах, но и в других сферах;

— проводится как для подзаконных актов, так и для проектов законов;

— улучшение процедуры публичных обсуждений;

— четкие критерии составления нормативно-правовых актов: классификация, юридическая техника, логическая последовательность.

3. Правовая экспертиза:

— цель: выявление недостатков в проекте нормативно-правовых актов (коллизии, пробелы, неопределенные понятия).

— методы:

— моделирование.

— методы толкования права по Ф. К. Савиньи;

— анализ.

В качестве вспомогательного инструмента по взаимодействию с властью стоит упомянуть казахстанский опыт регулирования административного права через Административный процедурно-процессуального кодекс Республики Казахстан. Его главными идеями являются:

— упрощение и ускорение административных процедур;

— повышение прозрачности и подотчетности государственных органов;

— обеспечение защиты прав и законных интересов граждан;

— унификация административного судопроизводства.

Автором выделены следующие значимые аспекты анализа:

— читабельность правовых актов: измерение уровня сложности текста;

— экономическая часть оценки регулирующего воздействия: расчет ожидаемых выгод и затрат;

— согласование проекта нормативно-правовых актов с уполномоченными органами;

— правовая экспертиза: выявление возможностей злоупотребления;

— анализ проекта нормативно-правовых актов по той же методике, что и анализа регуляторной среды.

Исследование фокусируется на юридических аспектах GR и содержит алгоритмы действий и конкретные методы, автор статьи подчеркивает важность учета мнений граждан.

В заключении, следует отметить, что:

1) от развития инструментов GR зависит качество принимаемых решений;

2) улучшение методик анализа регуляторной среды, оценки регулирующего воздействия, правовой экспертизы и административных процедур является условием прогресса;

3) приоритетами GR должны быть клиентоориентированность, учет мнений граждан, принцип человекоцентризма.

Научный руководитель: **А. Б. Дидикин**,
доктор философских наук, профессор

Д. В. Филатов

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Разработка инструмента автоматизации и поддержки при проведении оценки издержек исполнения требований регулирования

Ключевые слова: оценка регулирующего воздействия; инструмент автоматизации и поддержки; калькулятор стандартных издержек.

С 1 января 2014 г. в России введено обязательное проведение оценки регулирующего воздействия (ОРВ) в субъектах, а с 2015 г. — на муниципальном уровне. Согласно Минэкономразвитию России¹, оценка регулирующего воздействия проводится для того, чтобы найти оптимальный вариант решения задачи, лежащей в основе разработки акта, исключить избыточные административные нагрузки на бизнес и предотвратить возникновение необоснованных расходов как для бизнеса, так и для государства.

По итогам практики, сложившейся включительно по 2023 г., эксперты говорят о проблеме низкого качества оценки в большинстве регионов и муниципальных образований России, которая является следствием таких ключевых факторов как: недостаток знаний, умений и навыков у государственных и муниципальных служащих, задействованных в ОРВ, большой объем оцениваемых законопроектов, а также невозможность создания простого универсального метода оценки [1; 2; 3].

Для того, чтобы нивелировать вышеперечисленные факторы, обеспечив представителям органов власти информационную и инструментальную поддержку при оценке регулирующего воздействия требований, содержащихся как в проектах нормативно-правовых актов, так и в действующих нормативно-правовых актах, предлагается разработка и последующее внедрение инструмента автоматизации и поддержки, функциональные особенности которого определены на основе интервью с экспертами в сфере ОРВ. Структурная схема функциональных особенностей предлагаемого инструмента представлена следующим образом:

- 1) структурный менеджер;
- 2) калькулятор издержек;

¹ *Бизнесу об оценке регулирующего воздействия // Минэкономразвития России. — URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/investklimat/ocenka_reguliruyushchego_vozdeystviya/biznesu_ob_ocenke_reguliruyushchego_vozdeystviya.html (дата обращения: 10.03.2024).*

- 3) справочные базы данных;
- 4) работа с документами;
- 5) интерфейс и доступность.

В заключение рассмотрим предполагаемые эффекты использования предлагаемого к реализации программного средства.

Уменьшение трудозатрат на проведение ОРВ возможно за счет автоматизации расчетов и подготовки отчета, использования треков расчета для быстрого выбора релевантных алгоритмов оценки, возможности сохранения и изменения шаблона оценки, а также быстрого доступа к справочной и нормативной информации.

Повышение качества ОРВ возможно за счет использования треков расчета для быстрого выбора релевантных алгоритмов оценки, а также быстрого доступа к справочной и нормативной информации.

Повышение качества заполнения отчета об ОРВ возможно за счет автоматизации процесса его подготовки и автоматической проверки выполнения предъявляемых к отчету требований.

Повышение квалификации и обучение служащих, задействованных в ОРВ, возможно за счет быстрого доступа к справочной и нормативной информации, а также показанных примеров реализации ОРВ.

Таким образом, предлагаемая концепция инструмента автоматизации и поддержки для проведения ОРВ может служить одной из возможных траекторий повышения качества оценки за счет воздействия на выделенные ключевые факторы возникновения данной проблемы.

Библиографический список

1. *Василевская М. М., Казанцев К. И., Шепелева О. С.* Качество проведения оценки регулирующего воздействия в России: что показывает сплошной анализ текстовых данных?: анализ докл. — М.: Центр перспективных управленческих решений, 2021. — 60 с.

2. *Головин Р. Б., Обухова Л. А.* Процедура оценки регулирующего воздействия в системе государственного управления Российской Федерации // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2023. — Т. 5, № 12 (141). — С. 79–85.

3. *Рахмеева И. И.* Оценка регулирующего воздействия: методические основы, подходы к анализу типовых проектов и лучшие практики: учеб.-практ. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2023. — 190 с.

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

Ю. А. Эрман

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, г. Санкт-Петербург

Исследование стратегии организации (на примере компании Ozon)

Ключевые слова: стратегия; коммерческая организация; маркетплейс.

Так как главной целью почти любой коммерческой организации является получение прибыли, а по результатам анализа исследуемая компания работает в убыток, то необходимы меры, которые положительно повлияют на деятельность компании.

Первое — продажа нового уникального продукта, которого нет у конкурентов, в рамках стратегии диверсификации — это не будет кардинально новый сервис или новое направление бизнеса, а скорее продукт как конкурентное преимущество. Данный продукт будет представлять собой продажу курсов по развитию бизнеса на маркетплейсе Ozon. Стоит отметить, что в социальных сетях и на образовательных площадках очень много курсов, которые учат предпринимателей продавать свои товары и развивать свой бизнес на маркетплейсе Wildberries. В то время как образовательных программ от экспертов по торговле на Ozon почти нет, что естественно, является минусом для самой компании. Ведь много потенциальных продавцов выбирают другую торговую площадку, поскольку они могут приобрести почти что готовую инструкцию о том, что и как нужно делать. Однако стоит отметить, что этих курсов очень много и можно столкнуться с некачественным материалом, и в результате деньги, которые были вложены потенциальным продавцом, будут потрачены впустую. Соответственно, чтобы найти хорошую программу нужно потратить немало времени, прочитать отзывы на данный продукт, изучить подробно наполнение.

Еще нельзя игнорировать тот факт, что несмотря на отсутствие широкого выбора образовательных курсов, количество продавцов на маркетплейсе Ozon увеличивается с каждым годом, это говорит о том, что развитие бизнеса путем выхода на конкретный маркетплейс актуально. Однако сначала им приходится сталкиваться с различными трудностями и самим изучать все тонкости данного вида продаж, а также особенности торговли данной площадки, как следствие происходит очень медленный рост выручки продавцов, и в результате и медленный рост выручки самой компании.

Вторая рекомендация по совершенствованию стратегии диверсификации компании заключается в развитии и улучшении ее рекламной

деятельности. Ozon проводит активную рекламную кампанию в основном на телевидении, рекламируя свои сервисы, акционные предложения и скидки там. Компания вкладывает огромные средства на создание новых рекламных роликов, приглашая поучаствовать в них звезд отечественной эстрады. Однако в современных реалиях необходимо учитывать тот факт, что телевизор смотрят люди преимущественно старшего поколения, соответственно, выбирая такой путь рекламной деятельности, компания делает упор именно на эту целевую аудиторию. Однако стоит учитывать, что доставками, быстрой покупкой различных билетов и туров, поиском наиболее выгодных предложений скорее всего в большей степени пользуются люди более младшего возраста (т. е. люди не старшего поколения). Примером другой рекламной стратегии могут являться основные конкуренты компании Ozon в сферах деятельности ее сервисов.

Таким образом, два выдвинутых предложения по совершенствованию стратегии диверсификации должны обеспечить рост выручки компании и повысить узнаваемость бренда.

Научный руководитель: **Г. А. Гончаров**,
доктор экономических наук, профессор

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Международный конкурс
научных статей студентов



С. Е. Бедрин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Новые реалии многополярного мира: развитие российско-латиноамериканских внешнеэкономических связей

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы расширения внешнеторговых связей России со странами Латинско-Карибской Америки: возможности большей диверсификации российской мировой торговли и сотрудничества в сфере нефте- и горнодобывающей промышленности. Делается вывод о необходимости сближения России и Латинско-Карибской Америки для успешного построения многополярного мира.

Ключевые слова: внешняя торговля; международные отношения; Латинско-Карибская Америка; многополярный мир.

Новые стратегические вызовы современного мира, с которыми встретилась Россия в 1920-х годах, требуют пересмотра подхода к отношениям со странами Латинско-Карибской Америки. Построение равноправного многополярного мира, к которому стремится Россия, будет невозможно без участия этих стран [1].

В первую очередь необходимо отметить, что при анализе российских внешнеэкономических связей отмечается, что переориентация внешней торговли на страны Азии и Африки не смогла компенсировать потерь от разрыва связей со странами Европы, США и их союзников. Анализ структуры и динамики внешней торговли России (табл. 1) показал, что несмотря на рост связей с партнерами с Востока и части ми-

рового Юга не перевесил сокращения российско-европейских связей. Особенно сильный удар претерпел экспорт: Россия пока не укрепилась на новых рынках сбыта своих товаров. Также отмечается проблема низкой диверсификации российской внешней торговли. На фоне увеличения доли российских связей с Китайской Народной Республикой нарастают опасения о перерастании этих отношений из равноправных в зависимость от Китая и использования России как инструмента в конфронтации с США [4].

Т а б л и ц а 1

Показатели внешней торговли России, млрд долл.

Страна	Экспорт			Импорт		
	Январь — ноябрь 2022 г.	Январь — ноябрь 2021	Темп роста, %	Январь — ноябрь 2022 г.	Январь — ноябрь 2021	Темп роста, %
Все	538,1	385,9	71,7	228,0	259,0	113,6
Европа	248,3	78,4	31,6	80,7	71,7	88,9
Азия	257,1	276,1	107,4	128,7	169,9	132,1
Африка	12,9	19,8	154,1	2,8	3,0	107,5
Америка	18,8	11,4	60,6	15,2	13,7	89,9
Океания	0,3	0,0	2,1	0,4	0,2	39,9

П р и м е ч а н и е. Составлено по: *Итоги* внешней торговли со всеми странами // Федеральная таможенная служба. — URL: <https://customs.gov.ru/statistic> (дата обращения: 22.04.2024).

Это обуславливает необходимость поиска новых перспективных направлений роста международного товарооборота и диверсификации (расширения) внешней торговли, где в последние годы у России не было сильных экономических позиций. В качестве подобных направлений могут выступить Юго-Восточная Азия и Латинско-Карибская Америка. Данный процесс уже запущен, например, по итогам 2022 г. несмотря на санкционные ограничения был увеличен вывоз сельскохозяйственных товаров и продуктов нефтеперерабатывающей промышленности в страны Латинско-Карибской Америки. Помимо этого, продолжается укрепление сотрудничества в области разведки и добычи нефти через компании «Роснефть» и «Газпром» в Бразилии, Венесуэле и Кубе, а также «Лукойл» в Мексике [3]. Из перспективных, но еще не освоенных направлений расширения сотрудничества можно отметить широкие возможности сотрудничества в области авиа- и автомобилестроения.

В последние четыре года динамика торгового оборота между Россией и странами Латинско-Карибской Америки характеризуется падением импорта товаров из Латинско-Карибской Америки в Россию при относительно стабильном уровне экспорта товаров из России в Латин-

ско-Карибской Америке. В связи с тем, что ФТС России приостановила публикацию подробных данных о внешней торговле России с конкретными странами, были использованы зеркальные данные, предоставленные соответствующими органами стран Латинско-Карибской Америки, которые представлены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

**Динамика торгового оборота
между Россией и Латинско-Карибской Америкой, млн долл.**

Показатель	2021	2022		2023	
	Всего	Всего	Темп прироста, %	Всего	Темп прироста, %
Импорт	5 732,77	4 852,866	84,7	3 454,624	71,2
Экспорт	12 800,31	12 955,99	101,2	11 266,209	87,0

П р и м е ч а н и е . Составлено по: *Trade Map — Bilateral trade between Latin America and the Caribbean and Russian Federation*. URL: <https://www.trademap.org> (дата обращения: 22.04.2024).

При более подробном рассмотрении статистики можно заметить, что наибольшую долю в структуре экспорта из России в Латинско-Карибской Америке занимают удобрения и углеводородное топливо, а в импорте из Латинско-Карибской Америки доминируют товары сельскохозяйственного сектора.

Страны Латинско-Карибской Америки заняли одно из важнейших мест в области высоких технологий в последнее десятилетие. Это обусловлено высоким спросом на редкоземельные металлы, в частности литий. Он необходим в производстве батарей и аккумуляторов, что делает литий незаменимым компонентом при создании электроники. Практически две трети всех известных запасов лития находятся в пределах Латинско-Карибской Америки. На данный момент мировые запасы лития составляют 91 млн т. Из них 59,5 млн т находятся в странах Латинской Америки (для сравнения, в России 1 млн т)¹. Поэтому для того, чтобы литий был дешевле и, соответственно, внедрение инновационных технологий в экономику было проще, российским горнодобывающим компаниям стоит обратить внимание на южноамериканские залежи лития.

Несмотря на все возможности, открывающиеся вследствие расширения связей между Россией и Латинско-Карибской Америкой, необхо-

¹ *Mineral commodity summaries / U. S. Geological Survey*. — 2024. — URL: <https://pubs.usgs.gov/periodicals/mcs2024/mcs2024-lithium.pdf> (дата обращения: 22.04.2024).

димо отметить и ряд трудностей, которые придется преодолеть для налаживания отношений. В первую очередь это географическая отдаленность России и Латинско-Карибской Америки друг от друга. Повышенные логистические затраты отразятся на стоимости перевозимых товаров между странами. Также Россия может встретить сопротивление со стороны других крупных экономических сил в регионе, в частности со стороны США, считающих данный регион исключительно своей сферой интересов, а также со стороны Европейского союза и Китайской Народной Республики. В-третьих, это политическая и социальная нестабильность ряда стран Латинско-Карибской Америки. В качестве примеров можно привести недавние президентские выборы в Аргентине, по итогам которых новая администрация под управлением Х. Милея совершила «поворот на 180 градусов» во внешней политике, в частности, отозвала свою заявку на вступление в BRICS. Стоит отметить и роль организованной преступности в регионе [2], например, недавние действия правительства Эквадора, приведшие к сокращению экономических и политических связей с Россией, что обусловлено увеличением влияния криминальных группировок внутри страны и возрастание данных угроз по отношению к законным правительствам стран Латинско-Карибской Америки.

Таким образом, несмотря на определенные сложности и отсутствие тесных экономических связей России со странами Латинско-Карибской Америки, экономическая экспансия в данный регион остается перспективной возможностью для обеих сторон и острой необходимостью для построения равноправного и открытого многополярного мира.

Библиографический список

1. *Илюхин А. А., Пономарева С. И., Илюхина С. В.* Экономический рост и финансовое развитие: макроэкономический аспект // *Journal of new economy*. — 2021. — Т. 22, № 1. — С. 53–70.
2. *Современные международные отношения, 1991–2020 гг.:* Европа, Северо-Восточная Азия, Ближний Восток, Латинская Америка: учебник / под ред. Б. Ф. Мартынова и др. — М.: АСТ, 2021. — 768 с.
3. *Сулима Е. С., Бреус Т. А., Орлова Г. А., Савинов Ю. А.* Расширение внешне-торговой активности российских фирм на рынках стран Латинской Америки // *Российский внешнеэкономический вестник*. — 2023. — № 12. — С. 111–120.
4. *Хуашиэн Ч.* «Новый треугольник» в отношениях между Китаем, Россией и США // *Сравнительная политика*. — 2019. — Т. 10, № 2. — С. 69–85.

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

А. О. Белоусова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Рынок потребительских товаров и услуг, его особенности в России

Аннотация. В статье рассматриваются развитие потребительского рынка в Российской Федерации, его структура и динамика. Автором выявлены проблемы и направления развития рынка потребительских товаров и услуг в современной экономике.

Ключевые слова: потребительский рынок; оптовая торговля; розничная торговля.

Рынок потребительских товаров и услуг представляет собой сектор экономики, который включает в себя оптовую и розничную торговлю, общественное питание и услуги по обслуживанию населения¹. Множество факторов оказывает влияние на развитие потребительского рынка:

- экономические условия и уровень доходов населения;
- политическая стабильность и законодательство;
- культурные и социальные тенденции;
- технологические инновации и доступ к информации;
- конкуренция на рынке и стратегии маркетинга компаний;
- глобализация и международная торговля [1].

В экономической литературе потребительский рынок рассматривается как сфера экономики, где происходит взаимодействие продавцов и покупателей товаров и услуг, обеспечивающее воспроизводство в национальной экономике, особенностями которого являются качество, надежность и долговечность товаров и услуг [3]. Национальные особенности потребительского рынка (на макроуровне) определяются формальными и неформальными институтами.

В последние годы рынок потребительских товаров и услуг в России стал меняться из-за развития цифровых технологий и изменения потребительского поведения [2]. Например, все больше людей предпочитают делать покупки онлайн, а не в магазинах. Это требует от компаний, работающих на этом рынке, изменения своих стратегий и подходов к продажам.

За 2020–2022 гг. наблюдался устойчивый рост показателей потребительского рынка товаров и услуг в Российской Федерации (рис. 1), поэтому рынок потребительских товаров и услуг можно рассматривать как динамичный.

¹ *Национальные счета России в 2015–2022 гг.: стат. сб. / Росстат. М., 2023. — 419 с.*



Рис. 1. Структура потребительского рынка России в 2020–2022 гг., млрд р.¹

К положительным тенденциям развития потребительского рынка России можно отнести рост всех структурных составляющих рынка по величине оборота (рис. 1), а также изменение структуры потребления (доля непродовольственных товаров опережает рост доли продовольственных товаров), повышение платежеспособного спроса населения (при этом доля отечественных товаров превышает 60 % оборота розничной торговли).

К проявлению негативных тенденций на потребительском рынке можно отнести: снижение качества продукции по оценкам потребителей. Качество импортных товаров по непродовольственным товарам существенно превосходит качество отечественной продукции, что может быть связано с низкой конкурентоспособностью большинства отечественных товаров согласно таким характеристикам, как качество, упаковка и рекламная поддержка. Это приводит к вытеснению отечественных товаров их импортными аналогами. В части платных услуг населению сократились расходы на традиционные виды услуг в пользу электронных услуг и использования информационно-коммуникационных технологий. Также можно отметить рост неорганизованных продаж на продовольственных рынках, увеличение продаж спиртных напитков и табачных изделий, а также снижение доли общественного питания в совокупном объеме розничного товарооборота.

На потребительском рынке России в 2020–2022 гг. наблюдается изменение структуры оборота розничной торговли. Статистика показывает повышение спроса на строительные материалы (0,2 %), косме-

¹ Составлено по: Российский статистический ежегодник. 2023: стат. сб. / Росстат. М., 2023. — С. 440–469.

тику и парфюмерию (0,2 %), лекарственные средства (0,3 %), дизельное топливо (0,3 %), кондитерские изделия (0,4 %), сахар (0,2 %), молочные продукты (0,3 %). При этом сократилось потребление легковых автомобилей (2,6 %), бензина (0,2 %), мяса (0,1 %), одежды (0,3 %). В целом структура потребительского рынка может рассматриваться как стабильная, что указывает на устойчивость данного рынка, несмотря на неопределенность внешней среды.

Анализ развития потребительского рынка в России (рис. 2) показывает сокращение числа хозяйствующих субъектов во всех сегментах потребительского рынка. Число предприятий оптовой торговли и розничных рынков сократилось на 11,7 %, число предприятий розничной торговли сократилось на 13,5 %, что показывает снижение конкуренции на данном рынке и обусловлено усилением роли торговых сетей как формата торговли.

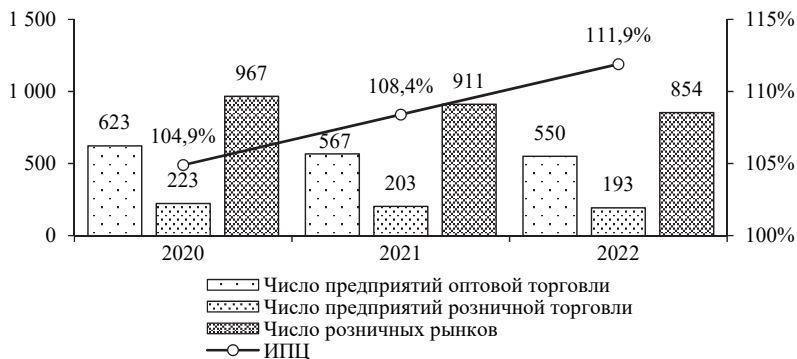


Рис. 2. Число организаций потребительского рынка и динамика индекса потребительских цен (ИПЦ) в России в 2020–2022 гг.¹

Важной характеристикой потребительского рынка является динамика потребительских цен, отражаемая индексом потребительских цен. За анализируемый период с 2020 по 2022 г. цены потребительских товаров и услуг являются стабильно растущими — 3,3 % в год (см. рис. 2). При этом в 2022 г. рост цен на услуги опережает рост цен на непродовольственные и продовольственные товары, а в 2020 г. наблюдалась обратная ситуация.

¹ Составлено по: Российский статистический ежегодник. 2023: стат. сб. / Росстат. М., 2023. — С. 440–469.

Анализ показал, что ключевыми трудностями формирования потребительского рынка в России являются: снижение количества участников рынка и замедление темпов его развития. Оптовая торговля нуждается в современном развитии и обновлении своей инфраструктуры. Важно объединять оптовые организации с производителями или приобретать предприятия для осуществления производства продукции. Поддержка производителей через маркетинговые исследования поможет повысить качество продукции. Для поощрения торговли отечественными товарами государство может вести политику протекционизма в сфере оптовой торговли потребительскими товарами.

Для решения указанных проблем можно предложить следующие меры:

- необходимость активного участия торговых предприятий в осуществлении социальной политики регионов;
- стимулирование рационализации и улучшения структуры розничной сети;
- создание условий для развития малых и средних предприятий розничной торговли;
- содействие развитию конкуренции.

В целом можно сделать выводы, что рассмотренные особенности развития потребительского рынка товаров и услуг в Российской Федерации позволяют рассматривать его как динамичную и взаимосвязанную систему, эффективность функционирования которой зависит от текущего состояния экономики, организационной структуры, а также методов управления.

Библиографический список

1. *Исмаилов В. А.* Сущность потребительского рынка и его роль в социально-экономическом развитии // Вестник Академии знаний. — 2019. — № 4 (33). — С. 122–128.
2. *Ишниязова А. Р., Андропова С. А., Юнусова И. И.* Тенденции развития потребительского рынка России в современных условиях пандемии // Теория и практика общественного развития. — 2021. — № 12. — С. 121–127.
3. *Нечехухина Н. С., Мустафина О. В.* Экономические методы оценки и критерии конкурентоспособности потребительского рынка и сферы услуг // Экономика сферы услуг в условиях цифровизации / под науч. ред. Е. Б. Дворядкиной. — Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. — С. 25–54.

Научный руководитель: **Е. А. Корсакова**,
кандидат экономических наук, доцент

Е. Р. Бирюкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Концепция подталкивания в повседневной жизни студентов экономического вуза

Аннотация. В статье рассмотрены теория мягкого подталкивания, ее суть и проявления в повседневной жизни. Рассмотрены эвристики: якорение, конформизм, фрейминг. Также проанализированы результаты пилотажного социологического исследования, в ходе которого были опрошены студенты УрГЭУ в 2024 г. Автор продемонстрировал воздействие инструментов мягкого подталкивания на формирование выбора альтернатив, наличие выбора при определенной направленности.

Ключевые слова: подталкивание; Nudge; влияние; эвристика; выбор.

Актуальность темы исследования определяется поведенческими искажениями в повседневной жизни людей, которые зачастую совершают необдуманные решения, т. е. действуют иррационально. Поведенческая экономическая наука доказала: это связано с тем, что их выбор лишен самостоятельности, сделан под чьим-то влиянием. Под выбором мы понимаем совокупность экономических и других решений индивида, которые будут не только играть существенную роль в будущем, но и определять текущее поведение индивида. В научной литературе [1; 3; 4] понятие «подталкивание» (nudge) объясняется как аспект архитектуры выбора, оказывающий прогнозируемое влияние на поведение людей, и проявляется как воздействие, не ограничивающее деятельность индивидов. Суть теории подталкивания заключается в том, что потребители направляют к «правильному» решению, создают ситуации, когда лучшие варианты будут самыми легкодоступными, тем самым предоставляя им свободу выбора. Цель подталкивания — принятие людьми квазирациональных решений, достижение желаемых социальных результатов. Цель исследования — изучить механизмы подталкивания и в рамках эмпирического исследования проанализировать влияние этой концепции на принятие решений, выявить способы противостояния выбору, навязанному извне.

Р. Талер и К. Санстейн [3] приводили эмпирические доказательства, что решения, которые принимают люди, в целом нелогичны и неразумны. Причины иррационального выбора кроются в оценке людьми ситуаций, их реакциях на события и принятии решений в тех или иных условиях. На основе анализа этих «ошибочностей» были выявлены основные эвристики инструментов теории мягкого подталкивания.

Анализ источников [2; 3; 5] показал, что эвристики — различные внутренние реакции, используемые людьми при оценке событий, фор-

мировании точек зрения и принятии решений. Теория мягкого подталкивания стремится повысить степень понимания влияния эвристик на поведение людей, а также показать, как ими можно управлять.

Для эмпирического анализа теории мягкого подталкивания было проведено пилотажное социологическое исследование. Цель исследования — изучить и проанализировать поведение студентов в тех или иных ситуациях, выяснить, как они принимают решения. В ходе исследования был использован метод онлайн-опроса с размещением цифровой версии анкеты на сайте. В опросе принял участие 221 студент Уральского государственного экономического университета в возрасте от 18 до 23 лет и старше. Распределение по курсам обучения было следующим: 44,8 % опрошенных — студенты I курса бакалавриата, 27,1 % — II курса, 16,7 % — 3 курса, 11,3 % — IV курса бакалавриата. 139 респондентов (62,9 %) — представители женского пола, 82 (37,1 %) — мужского. Рассмотрим основные приемы и инструменты теории мягкого подталкивания на основе анализа результатов исследования.

Первая эвристика — якорение — заключается в использовании известного материального стимула или объекта, вызывающего определенные эмоции, для сопоставления его с чем-то новым. Оценки сходства обычно неточные, что ведет к неверному принятию решений [2]. На вопрос «Замечали ли вы, что тем студентам, кто стабильно учится на „хорошо“ и „отлично“, ставят оценку выше, чем тем, кто учится плохо, даже если задания выполнены одинаково?» 51,6 % студентов ответили «Да», 27,1 % — «Нет», 21,3 % не смогли вспомнить. Эти результаты подтверждают действие эффекта якоря, когда, ставя оценки, преподаватели обращают внимание на успеваемость студента в предыдущих периодах. Недаром среди студентов есть поговорка «Сначала ты работаешь на зачетку, а потом зачетка работает на тебя».

Вторая эвристика, которую осознанно или неосознанно использует большинство людей, — следование за толпой, или конформизм. Следование за толпой вызывается «инстинктом стадности» и потребностью людей в избегании риска, попытке обезопасить себя тем, что он не окажется один на один со своим выбором. Так, если архитекторы выбора хотят изменить поведение людей, они легко могут это сделать, им просто нужно рассказать, что делают другие [3].

Данную эвристику проверили двумя вопросами. На первый вопрос — «Легко ли Вам сказать свое мнение, которое не сходится с мнением остальных?» — 67,4 % опрошенных ответили «Да», 14 % — «Нет» и 18,6 % затруднились ответить. Второй вопрос, касающийся следования за большинством, показывал, насколько легко им будет придерживаться правильного питания в кафе с друзьями. Ответы были следующими: «У меня не возникнет сложности...» — ответили 39,8% опро-

шенных, «Мне будет непросто, но я смогу» — 32,6 %, «В кафе можно отказаться от правильного питания» — 27,6 %. Таким образом, сегодня студенты чаще опираются на свое мнение и свои побуждения, меньше поддаются влиянию большинства.

Подталкивание также используется и в общественном питании, например, в столовой Уральского государственного экономического университета выпечка расположена у кассы, что сделано для стимулирования «импульсивных покупок». Мы предположили, что все студенты замечают особенности расположения блюд на раздаче, но осознают истинный посыл около 75 %. Результаты ответов на вопросы «Где в столовой Уральского государственного экономического университета расположена выпечка?» и «Как Вы думаете, почему именно там?» были следующими: большинство (86 %) опрошенных студентов замечают, что выпечка находится у кассы, но лишь около половины догадываются, почему именно там. Так, наше предположение подтвердилось лишь частично.

Теория подталкивания широко применяется предприятиями розничной торговли. Товары, приносящие наибольшую прибыль для продавца, расположены на средней полке, так, чтобы покупатели их легко замечали и покупали. Чтобы понять, работает ли данный способ, мы опросили студентов и выяснили, что 76,5 % опрошенных действительно чаще берут товар со средней полки.

Еще один способ подталкивания — фрейминг, или формулирование вопроса (проблемы выбора) таким образом, чтобы люди склонялись к выбору нужного варианта [5]. Для анализа фрейминга студентам было предложено выбрать утверждение, которое больше заставляет задуматься о проблеме. Гипотеза гласила, что вариант с упоминанием убытков будет более эффективным, а также известно, что люди предпочитают избегать потери и наше исследование это подтвердило: 57,9 % опрошенных студентов выбрали вариант «Пользуясь энергосберегающими технологиями, вы экономите 350 долл. в год», в то время как оставшиеся 42,1 % выбрали «Если вы не бережете электричество, то тратите 350 долл. в год».

Приемы подталкивания используются и в интернете. В конце большинства анкет есть фраза «Я хочу получать информацию», а иногда даже по умолчанию стоит галочка¹. Как показывают исследования поведенческой экономики, высока вероятность, что человек не будет делать лишние движения и убирать галочку, а просто согласится с изначально предложенным вариантом. Все маркетологи знают, что чем

¹ Теория подталкивания и надж-маркетинг на страже UX и конверсии. — URL: <https://www.vipro.ru/articles/nudge/> (дата обращения: 14.01.2024).

меньше действий необходимо совершить посетителю сайта, тем выше конверсия — количество пользователей, совершивших любое целевое действие, в том числе и покупку, т. е. наблюдается действие механизма подталкивания.

Таким образом, зачастую наш выбор обусловлен не только личными побуждениями, но и внешними факторами, воздействием различных эвристик и фреймов. Теория подталкивания — это мощный, но при этом мягкий инструмент, предоставляющий людям свободу выбора, в то же время направляющий их в нужном направлении. Все зависит от того, с какой целью и кем он используется.

Проведенное эмпирическое исследование показало, современная молодежь понимает и ощущает механизмы подталкивания, но не всегда может им противостоять. Именно поэтому развитие поведенческой экономической науки, направленной на формирование осознанного выбора и ценностной парадигмы поведения, является перспективным направлением экономических исследований.

Библиографический список

1. *Жильцов В. А., Пахомов А. П.* «Nudge» — теория «мягкого подталкивания» // Восточно-Европейский научный журнал. — 2016. — Т. 11, № 3. — С. 129–137.
2. *Поведенческая и экспериментальная экономика / Н. И. Ларионова, Ю. А. Варламова, Ю. Л. Одинцова, И. А. Кабашева.* — Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2022. — 112 с.
3. *Талер Р., Санстейн К.* Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье: пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 240 с.
4. *Adkisson R. V.* Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness // The social science journal. — 2008. — Vol. 45, no. 4. — P. 700–701.
5. *Kahneman D., Tversky A.* Prospect theory: an analysis of decision under risk // Econometrica. — 1979. — Vol. 47, no. 2. — P. 263–291.

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

К. А. Вальтер

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Инфляция в России: современные особенности и регулирование

Аннотация. В статье рассмотрены инфляция, ее последствия и причины. Проанализированы данные о темпах роста инфляции в России и ее регулирование.

Ключевые слова: инфляция; темпы инфляции; ключевая ставка.

В новых экономических реалиях волатильность экономики, санкционное давление недружественных стран, перестройка логистики внешнеэкономических связей и другие факторы негативным образом влияют на развитие экономики [1].

Одним из факторов экономической нестабильности является инфляция. Инфляцией называют «устойчивое повышение цен на все группы товаров и услуг, а также снижение их покупательской способности. Уровень инфляции определяется по росту цены корзины потребителя в год и считается в процентах» [2].

В современной экономической науке используют различные классификации причин-факторов инфляции. В контексте антиинфляционной политики выделяют три группы факторов — монетарные, немонетарные и монетарно-немонетарные¹ (рис. 1): к монетарным относят ключевую ставку, процентные ставки, инфляционные ожидания, т. е. те факторы, на которые можно воздействовать через денежно-кредитную политику; к немонетарным факторам относят внешнеэкономические, институциональные и экономико-технологические факторы.

Большое значение для анализа инфляции и ее особенностей имеет оценка последствий. К положительным последствиям инфляции относят: стимулирование производства и занятости, формирование новых стимулов для производителей по усовершенствованию качества товаров и услуг и др. К отрицательным последствиям инфляции можно отнести: снижение покупательной способности денежных доходов, торможение потребительского спроса и предпринимательской активности и др. [2, с. 101].

С целью выявления современных тенденций изменения инфляции в России было проведено исследование ее динамики за последние шесть лет. Полученные результаты сгруппированы и представлены в виде квартальных темпов роста инфляции с 2019 по 2024 г. (рис. 2).

¹ *О немонетарных факторах инфляции и мерах по снижению ее волатильности.* — М.: Банк России, 2018. — 60 с.

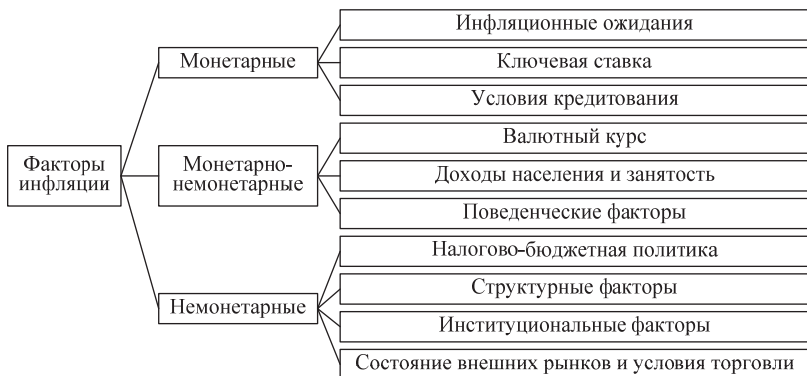


Рис. 1. Факторы инфляции¹

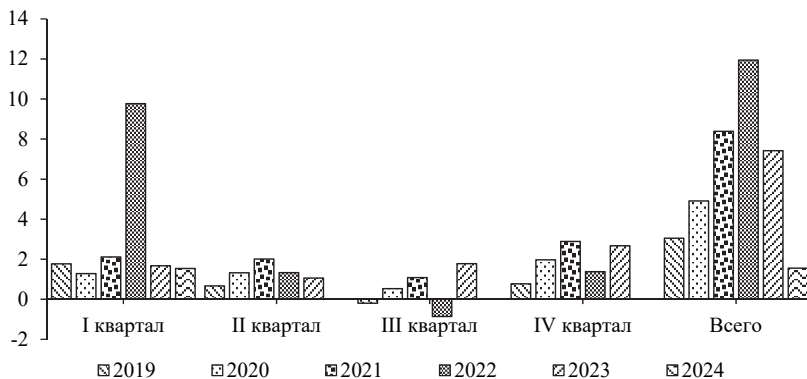


Рис. 2. Поквартальные темпы инфляции в России, 2019–2024 гг.²

По результатам проведенного исследования сделаны следующие выводы. С 2019 г. произошел стремительный рост инфляции и достиг своего максимального значения к 2022 г. Одной из главных причин такого резкого роста стал массовый спрос потребителей на товары в условиях экономического потрясения, экстренная закупка товаров, которые, по мнению потребителей, в скором времени могли подорожать или исчезнуть из продажи. Также к причинам относят ослабление наци-

¹ Составлено по: *О немонетарных факторах инфляции и мерах по снижению ее волатильности*. — М.: Банк России, 2018. — С. 8.

² Составлено по: *Цены, инфляция* // Федеральная служба государственной статистики. — URL: [https:// rosstat.gov.ru/statistics/price](https://rosstat.gov.ru/statistics/price) (дата обращения: 22.03.2024).

ональной валюты и санкции. Тем не менее, к 2023 г. в условиях приспособленности к ситуации уровень инфляции снизился на 4,52 %.

Антиинфляционная политика рассматривается как система мер, вводимая в действие правительством и Центральным банком страны, способствующая предотвращению инфляции. Среди них выделяют: уменьшение денежной массы в обороте, рост поступлений налогов в государственный бюджет, уменьшение расходов государства и др. При высоком уровне инфляции Центральный Банк сдерживает увеличение цен через воздействие на монетарные факторы инфляции, в частности подъем ключевой ставки.

Анализ динамики ключевой ставки в России показал, что в период с января 2023 г. по март 2024 г. ключевая ставка Банка России постепенно увеличивалась — в январе 2023 г. ключевая ставка была на уровне 7,5 %, 24 июля 2023 г. ключевая ставка выросла до 8,5 %, затем 16 августа 2023 г. наблюдалось резкое возрастание ключевой ставки до 12 % годовых, а 18 сентября 2023 г. ключевая ставка выросла до 13 % годовых, после чего 30 октября 2023 г. ключевая ставка возросла до 15 % годовых, в результате 19 декабря 2023 г. ключевая ставка зафиксировалась на 16 % годовых, позднее изменений в ключевой ставке не наблюдалось.

Таким образом, анализ уровня инфляции в Российской Федерации показал ее неоднородность и ускорение в 2021–2022 гг. Основным инструментом регулирования инфляции является изменение ключевой ставки Центральным банком. Такая политика может быть оценена как эффективная, поскольку направлена на стимулирование сбережений, что способствует сдерживанию инфляционных ожиданий и замедлению роста закредитованности населения, но также способствует снижению потребительских расходов в экономике, торможению инвестиционных процессов, что может препятствовать экономическому росту. Однако без снижения инфляции стабилизация экономики невозможна.

Библиографический список

1. *Илюхин А. А., Илюхина С. В.* Кредитование корпоративного сектора экономики в условиях высокой волатильности рынка // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 8 (157). — С. 138–143.

2. *Федотов В. А., Комарова О. В.* Экономика. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 196 с.

Научный руководитель: **А. А. Илюхин**,
кандидат экономических наук, доцент

А. Д. Ветошкина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Реклама как секрет успешного бизнеса: решения в условиях санкций

Аннотация. В статье представлены основные результаты исследования влияния ухода известных брендов из России в условиях санкций на развитие рекламной отрасли в российской экономике. Отмечены значительные потери доходности этих компаний. Автором сделаны выводы об изменении положения российских рекламодателей, проанализированы их доходы и расходы.

Ключевые слова: реклама; санкции; онлайн-реклама; социальные медиа; информация.

Сложившаяся геополитическая ситуация и санкционное давление спровоцировали уход из России множества зарубежных брендов, что стало большим потрясением для потребительского рынка. Эти тенденции повлияли и на перестройку рекламной сферы в 2022 г.: многим предпринимателям пришлось заново перестраивать рекламную политику, так как появились на рынке бренды, которые никто до недавнего времени не знал [1; 4].

В сложившейся ситуации бизнесу пришлось сократить расходы и перенаправить бюджеты на другие каналы продвижения. В январе — мае 2022 г. объем всего рекламного рынка стал в два раза меньше, чем в 2021 г. (рис. 1): из-за ухода известных брендов произошло сокращение расходов на рекламу в таких сферах, как культура (48 %), автомобили (55 %), общественные организации (66 %) и образование (74 %)¹.

В свою очередь, многие международные компании понесли серьезные потери в 2022 г. по сравнению с 2021 г. из-за ухода с российского рынка:

- Pepsi Co (в 2021 г. — 5,2 млрд р., падение в 2022 г. — 78 %);
- Nestle (в 2021 г. — 4,7 млрд р., падение в 2022 г. — 78 %);
- Procter & Gamble (в 2021 г. — 3,7 млрд р, падение в 2022 г. — 80 %);
- Mars-Russia (в 2021 г. — 3,5 млрд р., падение в 2022 г. — 78 %);
- L’Oreal (в 2021 г. — 3,3 млрд р., падение в 2022 г. — 67 %);
- Reckitt Benckiser (в 2021 г. — 3,3 млрд р., падение в 2022 г. — 77 %);
- Ferrero (в 2021 г. — 3,1 млрд р., падение в 2022 г. — 68 %);

¹ *Исследование* Точки: как в 2022 г. изменились расходы на рекламу. — URL: <https://allo.tochka.com/reklama-raskhody> (дата обращения: 14.04.2024).

— Coca-Cola (в 2021 г. — 2,9 млрд р., падение в 2022 г. — 78 %);
 — Samsung Electronics (в 2021 г. — 2,9 млрд р., падение в 2022 г. — 94 %)
 — Sanofi Aventis (в 2021 г. — 2,8 млрд р., падение в 2022 г. — 66 %).

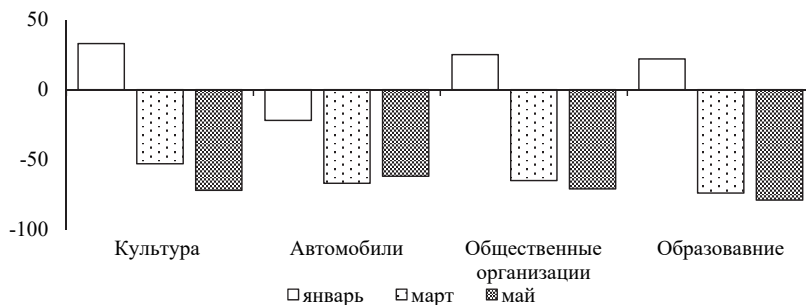


Рис. 1. Динамика расходов на рекламу по отраслям, январь — май 2021 г. к январю — маю 2022 г., %¹

Общие потери данных зарубежных компаний в 2022 г. составили 27,2 млрд р. при условии сохранения расходов на рекламу по сравнению с 2021 г.²

На место представленных компаний пришли российские, которые нарастили свои рекламные бюджеты более чем в 1,5 раза за счет инвестиций в бренды таких стран, как Турция, Китай, Южная Корея, которые должны полностью заменить популярные европейские товары. Среди крупнейших рекламодателей на российском рынке в 2022 г. можно выделить «Сбер», «Яндекс», Ozon, TCS Group, «МТС», «ВТБ» и др. (рис. 2).

Но если 2022 г. можно назвать годом перестройки, то 2023 г. стал адаптационным годом, который обогнал предыдущий на 22 % в сфере рекламного бизнеса и достиг объема в размере 478,8 млрд р.³ В этот год

¹ Составлено по: *Исследование Точки: как в 2022 г. изменились расходы на рекламу.* — URL: <https://allo.tochka.com/reklama-raskhody> (дата обращения: 14.04.2024).

² *Светунькова А.* Торговый поворот: как поменялся рекламный рынок России в 2023 г. // *Известия.* — 2024. — 4 — февр. URL: <https://iz.ru/1643272/alena-svetunkova/torgovyi-povorot-kak-pomenialsia-reklamnyi-rynok-rossii-v-2023-godu> (дата обращения: 14.04.2024).

³ Составлено по: *Расходы на рекламу топ-30 компаний выросли вопреки уходу иностранцев* // *РБК.* — 2023. — 6 апр. — URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/06/04/2023/642d58809a7947cb89307413 (дата обращения: 14.04.2024).

изменилась и стратегия маркетологов, многие из которых перерастределили свои каналы и бюджеты, направили большие силы на укрепление позиций своих продуктов на рынке с использованием российских рекламных онлайн-площадок, увеличив охват аудитории: были запущены новые продукты и бренды, на новый уровень вышла онлайн-реклама, ставшая одной из основных сфер в рекламной отрасли [3].

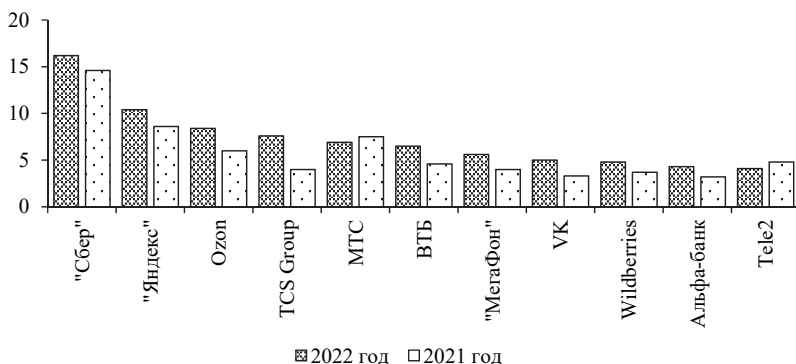


Рис. 2. Крупнейшие рекламодатели на российском рынке¹

Российские социальные сети продолжают играть в рекламном бизнесе не последнюю роль: как модели доставки контента и формирования новых форматов рекламы [2, с. 499]. В 2022 г. в связи с запретом на территории Российской Федерации Instagram и Facebook оплата рекламы в социальных медиа VK и Telegram увеличилась в шесть раз и 1,5 раза соответственно по сравнению с 2021 г. Telegram в 2023 г. продолжил свое продвижение и по сравнению с 2021 г. показал рост более 520 %, с ежедневной аудиторией около 53 млн чел. Прямым доказательством успеха российской онлайн-рекламы стало уменьшение влияния иностранных социальных сетей на территории Российской Федерации (уменьшилось на 69 %)².

Ситуацию на рекламном рынке России в 2024 г. маркетологи оценивают по-разному: большинство не планируют менять рекламный

¹ Составлено по: *Расходы на рекламу топ-30 компаний выросли вопреки уходу иностранцев* // РБК. — 2023. — 6 апр. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/06/04/2023/642d58809a7947cb89307413 (дата обращения: 14.04.2024).

² *Светунькова А.* Торговый поворот: как поменялся рекламный рынок России в 2023 г. // Известия. — 2024. — 4 февр. — URL: <https://iz.ru/1643272/alena-svetunkova/torgovyi-povorot-kak-pomenialsia-reklamnyi-rynok-rossii-v-2023-godu> (дата обращения: 14.04.2024).

бюджет, некоторые предполагают его увеличить. Предполагается расширение онлайн-рекламы с использованием нейросетей, известных и популярных треков, что позволяет дифференцировать ее воздействие оптимально под любую целевую аудиторию. В целом можно отметить, что, несмотря на все трудности, рекламная сфера нашей страны адаптировалась к новым реалиям, изменив потоки инвестиций и широко используя социальные сети и онлайн-рекламу.

Библиографический список

1. *Кириякова Н. И., Лантева Е. А., Загребина Е. А.* Анализ рисков потребителей в условиях глобализации мировой экономики // Современные проблемы мировой экономики и международных отношений: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Караганда, 20 апреля 2022 г.). — Караганда: КЭУК, 2022. — С. 108–111.
2. *Комарова О. В., Денисова А. Е., Белан А. А., Лоскутников Е. А.* Основные направления развития социальных медиа // Журнал экономической теории. — 2020. — Т. 17, № 2. — С. 497–502.
3. *Курочкин М. Е.* Каналы и инструменты продвижения в интернете в контексте концепции маркетинговых коммуникаций // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 9. — С. 96–101.
4. *Скрипник О. Б.* Риски и перспективы глобальных и трансформирующихся экономик // Московский экономический журнал. — 2023. — № 4. — С. 268–280.

Научный руководитель: **Н. И. Кириякова**,
кандидат экономических наук, доцент

Р. Р. Гайсина

Бирский филиал Уфимского университета науки и технологий, г. Бирск

Исследование ключевой ставки и ее влияние на кредитные условия

Аннотация. Статья проводит исследование влияния ключевой ставки на кредитные условия в макроэкономике. Анализируется воздействие изменений ключевой ставки на процентные ставки по кредитам, доступность кредитования для предприятий и населения, а также на общий уровень экономической активности. Результаты исследования помогут лучше понять взаимосвязь между ключевой ставкой и кредитными условиями в экономике.

Ключевые слова: ключевая ставка; кредитные условия; процентные ставки.

Рассмотрение влияния ключевой ставки Центрального банка на кредитные условия этого воздействия позволяет проанализировать основные тенденции и факторы, оказывающие влияние на кредитные условия в экономике. Цель исследования — не только расширить тео-

ретические знания, но и предоставить практические рекомендации для управленческих решений.

В макроэкономическом анализе ключевой ставкой называется «уровень процентной ставки, устанавливаемой Центральным банком страны, которая определяет стоимость заемных средств для коммерческих банков и других финансовых учреждений» [1]. Эта ставка оказывает значительное влияние на кредитные условия в экономике.

В исследованиях [2; 3] отмечается, что более низкие уровни ключевой ставки могут стимулировать экономический рост, поскольку они делают кредит более доступным для потребителей и предприятий и способствуют росту потребительского и инвестиционного спроса. С другой стороны, повышение ключевой ставки может привести к снижению объема займов и инвестиций в экономике.

Однако есть и обратная сторона медали: слишком низкие ключевые ставки могут способствовать росту инфляции и созданию пузырей на рынке недвижимости и финансовых активов. Поэтому важно найти баланс между поддержанием стимулирующих кредитных условий и предотвращением возможных экономических рисков.

Таким образом, исследование ключевой ставки и ее влияния на кредитные условия представляет собой важную тему для макроэкономического анализа, которая требует дальнейших исследований и анализа в контексте современной экономической ситуации.

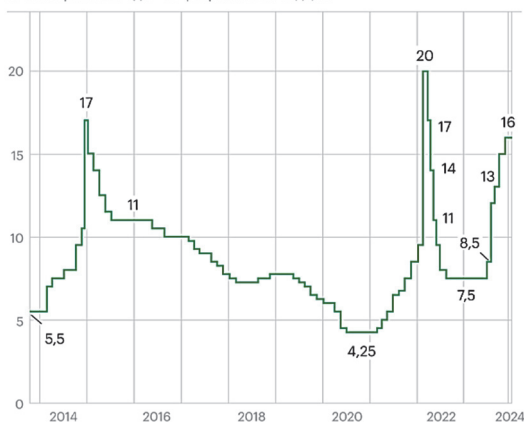
Методология данной статьи включала в себя анализ данных, полученных из Центрального банка, касающихся ключевой ставки и кредитных условий.

Для проведения исследования была составлена выборка из временного ряда данных о ключевой ставке (см. рисунок) и кредитных условиях за определенный период. Результаты исследования показали, что изменение ключевой ставки Центрального банка оказывает прямое влияние на процентные ставки по кредитам. Повышение ключевой ставки приводит к увеличению процентных ставок по кредитам, что делает кредитование менее доступным для потребителей и предприятий. Однако после некоторого времени происходит снижение спроса на кредиты, что ведет к коррекции процентных ставок.

Исследование также показало, что доступность кредитования зависит не только от изменений ключевой ставки, но и от других факторов, таких как риск заемщика, состояние экономики и предложение кредитных ресурсов¹. Таким образом, для более полного понимания влияния ключевой ставки на кредитные условия необходимо учитывать комплексный анализ различных экономических показателей [3].

¹ *Макроэкономические* исследования Банка России. — URL: https://www.cbr.ru/ec_research/ (дата обращения: 14.01.2024).

14 октября 2013 года – 16 февраля 2024 года, %



Источник: Банк России

© РБК, 2024

Динамика ключевой ставки Банка России [3]

Исследование ключевой ставки и ее влияние на кредитные условия позволило сформулировать несколько ключевых выводов. Во-первых, установление высокой ключевой ставки Центральным банком может привести к ужесточению условий кредитования в экономике. Это связано с тем, что банки сталкиваются с ростом затрат на привлечение ресурсов и, соответственно, повышают процентные ставки по кредитам. Во-вторых, низкая ключевая ставка может способствовать увеличению доступности кредитования, что может стимулировать экономический рост и инвестиции. Однако при слишком низкой ставке возрастает риск возникновения пузырей на рынке и дальнейшего кризиса.

Таким образом, ключевая ставка Центрального банка играет важную роль в формировании кредитных условий в экономике, и ее изменение может оказывать существенное влияние на финансовый и реальный сектор экономики [2].

На основании результатов исследования можно выделить следующие практические выводы и рекомендации:

1) Центральным банкам следует тщательно анализировать текущую экономическую ситуацию и принимать обоснованные решения по изменению ключевой ставки с учетом целей инфляции, роста и устойчивости финансовой системы;

2) банкам и другим участникам финансового рынка важно следить за изменениями ключевой ставки и адекватно реагировать на них, принимая во внимание возможные последствия для своей деятельности;

3) потенциальным заемщикам и инвесторам стоит делать свой анализ текущих кредитных условий и оценивать возможные риски и возможности, связанные с изменениями ключевой ставки.

4) в случае необходимости государство может использовать дополнительные меры регулирования кредитных условий, помимо ключевой ставки, для улучшения финансовой стабильности и поддержания устойчивого экономического роста.

Исследование ключевой ставки и ее влияние на кредитные условия представляет собой значительную часть макроэкономического анализа, особенно в контексте финансовой политики и экономической стабильности. В ходе данного анализа мы рассмотрели влияние изменения ключевой ставки на кредитные условия, выявив ключевые факторы, определяющие эту связь.

Результаты данного исследования имеют важное значение для практики в области финансов и кредитования. Понимание влияния ключевой ставки на кредитные условия позволяет принимать обоснованные решения в сфере инвестиций, управления рисками и разработки финансовых стратегий. Это исследование может служить основой для разработки более эффективной финансовой политики и мер по стабилизации экономической среды.

Библиографический список

1. *Гродский В. С.* Макроэкономическая теория: история и нерешенные проблемы: учеб. пособие. — М.: РИОР, 2021. — 304 с.

2. *Кириякова Н. И.* Взаимосвязь денежного и реального секторов экономики, влияние ключевой ставки Банка России // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2023. — № 9. — С. 54–59.

3. *Наганетян Э. С.* Анализ факторов формирования процентных ставок по кредитам и депозитам // Столыпинский вестник. — 2021. — № 3 (2). — С. 5–17.

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

Е. А. Курбанова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Факторный анализ развития инфляционных процессов в Свердловской области

Аннотация. В статье проведен анализ региональных факторов инфляции. На основе регрессионного анализа выявлено существенное влияние на региональную инфляцию транспортно-логистических издержек и монопольного ценообразования.

Ключевые слова: инфляция; регрессионный анализ; монопольное ценообразование; транспортно-логистические издержки.

Инфляция является важнейшей характеристикой современной экономики, отражает «устойчивое повышение общего уровня цен на товары и услуги в экономике» [1]. Главным показателем изменения цен служит индекс потребительских цен (ИПЦ), который измеряет изменение во времени стоимости набора продовольственных, непродовольственных товаров и услуг, потребляемых средним домохозяйством¹. Данный показатель зависит от множества факторов, в том числе от цен на импортируемые товары и услуги. Кроме того, инфляция в Российской Федерации формируется и рассчитывается на региональных уровнях.

На основании данных Федеральной службы государственной статистики исследована динамика ИПЦ в Российской Федерации, а также ИПЦ в Свердловской области, выявлены незначительные отличия уровня инфляции Российской Федерации и Свердловской области в связи с различной структурой потребления, связанной с уровнем жизни, с культурными особенностями, географическим положением, транспортной доступностью региона, а также изменениями динамики экономики, в том числе доходов населения². Начиная с 2016 г. в Российской Федерации и в области наблюдалась положительная динамика в регулировании уровня инфляции. Однако в 2021–2022 гг. произошел рост ИПЦ по всем регионам и субъектам Российской Федерации по следующим причинам: влияние новой эпидемии коронавирусной инфекции на мировую экономику, изменение структуры потребительского спроса, санкционные влияния на рост цен.

Целью данного исследования является проведение факторного эконометрического анализа развития инфляционных процессов путем

¹ *Что такое инфляция* // Банк России. — URL: https://cbr.ru/dkp/about_inflation/ (дата обращения: 04.03.2024).

² *Цены, инфляция* // Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 04.03.2024).

выявления их взаимосвязи. Анализ инфляционных процессов основывался на традиционных методах экономической статистики, в частности корреляционно-регрессионном анализе. В качестве источника данных выступили статистические данные по Свердловской области за 2014–2023 гг., представленные в таблице.

**Индексы цен на товары и услуги в Свердловской области,
% к декабрю предыдущего года**

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ИПЦ на все товары и услуги (у)	110,59	114,04	105,78	102,23	103,86	103,65	104,24	108,11	111,83	107,27
Индексы цен производителей на производство промышленных товаров	91,00	96,10	108,30	101,20	111,40	103,30	106,30	118,60	104,30	118,70
Индексы потребительских цен на услуги	110,25	110,88	105,43	101,66	103,61	105,78	101,89	105,29	112,94	109,09
Индексы тарифов на грузовые перевозки	99,80	113,10	108,50	104,70	101,70	106,10	90,10	106,20	133,80	114,80
Индексы цен производителей на продукцию сельского хозяйства	117,40	106,90	106,50	91,60	109,40	94,70	102,90	112,80	105,60	111,40
Индексы цен производителей на строительную продукцию	97,60	102,30	113,40	102,00	98,80	110,00	103,30	112,10	106,01	107,70

Примечание. Составлено по: *Цены, инфляция* // Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 04.03.2024); *Цены и тарифы* // Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. — URL: <https://66.rosstat.gov.ru/folder/29690?ysclid=ltен5k3x4f668320405> (дата обращения: 04.03.2024).

Для определения влияния различных факторов на уровень инфляции построим модель линейной множественной регрессии [3, с. 358] зависимости уровня инфляции (в качестве зависимой (объясняемой) переменной принят ИПЦ в Свердловской области (у)) от социально-экономических показателей, представленных в таблице, а также соста-

вим матрицу парных коэффициентов корреляции. Полученная автором модель множественной регрессии имеет вид:

$$y = 32,72 - 0,13x_1 + 0,53x_2 + 0,05x_3 + 0,18x_4 + 0,07x_5 + \varepsilon.$$

Исходя из данного уравнения следует: при увеличении на 1 % цен производителей на производство промышленных товаров ИПЦ Свердловской области снизится на 0,13 %; при увеличении на 1 % потребительских цен на услуги темп роста цен составит 0,53 %; при повышении на 1 % тарифов на грузовые перевозки темп роста цен составит 0,05 %, при увеличении на 1 % цен производителей на продукцию сельского хозяйства темп роста цен составит 0,18 %; при увеличении на 1 % цен производителей на строительную продукцию темп роста цен составит 0,07 %.

Значение средней ошибки аппроксимации 1,27 % свидетельствует о хорошо подобранной модели уравнения. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,92$: связь между ИПЦ и анализируемыми независимыми переменными (факторами) очень сильная. Полученная модель достаточно точна для прогнозирования, так как стандартная ошибка 2,34.

Оценка статистической значимости ИПЦ с факторами, влияющими на развитие инфляционных процессов в Свердловской области показала, что наблюдается высокая степень связи ИПЦ Свердловской области с ИПЦ на услуги (коэффициент корреляции (r_{xy}) (равен 0,88), заметная степень связи с такими показателями, как индекс цен производителей на продукцию сельского хозяйства ($r_{xy} = 0,57$) и индекс тарифов на грузовые перевозки ($r_{xy} = 0,55$).

Подводя итог, можно отметить существенное влияние на ИПЦ на услуги, в частности, жилищные и коммунальные (r_{xy} соответственно 0,57 и 0,52). Это объясняется ростом цен на услуги жилищно-коммунального хозяйства и тарифы на коммунальные услуги в области.

Наибольшее влияние на индекс цен производителей на продукцию сельского хозяйства оказали цены на продукцию животноводства ($r_{xy} = 0,58$), так как из-за нехватки рабочей силы увеличились издержки, которые оказали влияние на цены производителей и переработчиков животноводческой продукции.

Значимым смежным фактором является индекс тарифов на грузовые перевозки, в частности автомобильным транспортом ($r_{xy} = 0,50$). Это связано с проблемой транспортно-логистической системы, которая в настоящее время решается путем создания вокруг Екатеринбурга крупного транспортно-логистического центра «Сухой порт» и особой экономической портовой зоны [2].

В связи с ростом физических объемов производства, увеличением заработных плат в данных сферах, изменением тарифов Региональной экономической комиссии на территории Свердловской области существенное влияние на индексы цен производителей промышленных товаров при $r_{xy} = 0,32$ оказывают обрабатывающие производства ($r_{xy} = 0,99$), а также обеспечение электрической энергией ($r_{xy} = 0,63$).

Влияние индекса цен на производителей строительной продукции оказалось слабым ($r_{xy} = 0,11$), однако в условиях настоящего времени показатель очень важен, когда в области реализуется множество крупнейших инвестиционных проектов, что положительно влияет на уровень инфляции.

Исследование подтвердило, что «инфляция представляет собой сложное многофакторное явление в экономике, а актуальность исследования инфляции существует не только на федеральном уровне, но и на региональном» [2; 3].

Проведенный автором эконометрический анализ подтверждает выводы ряда исследований [1; 2; 3] и позволяет выделить важнейшие направления по регулированию темпа роста цен в Свердловской области в следующих сферах деятельности: регулирование тарифов естественных монополий, электроэнергетики, развитие конкуренции и локальных рынков, политика снижения транспортно-логистических издержек в регионе.

Библиографический список

1. *Картавцева А. В.* Эконометрический анализ инфляции в Российской Федерации // Вопросы экономики и управления. — 2016. — № 5 (7). — С. 29–33.
2. *Киселева П. С., Ильяшенко В. В.* Факторы и динамика инфляционных процессов в промышленном регионе // Известия Уральского государственного экономического университета. — 2015. — № 3 (59). — С. 24–29.
3. *Мельков В. К.* Моделирование региональной инфляции как основа разработки мероприятий по управлению инфляционными процессами // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2020. — № 12-2. — С. 356–361.

Научный руководитель: **П. С. Куклинова**

А. О. Лялина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Тренды экономического поведения туристов

Аннотация. Экономическое поведение туристов играет важную роль в развитии мировой туристической индустрии. В статье представлены ключевые тенденции в экономическом поведении туристов, изменение и развитие их потребностей, влияние этих трендов на туристическую индустрию.

Ключевые слова: поведенческая экономика; туристическая индустрия; мировые тренды.

В современном мире туризм играет значительную роль в экономическом развитии стран, являясь одной из важнейших отраслей. Экономическое поведение туристов непосредственно сказывается на развитии и трансформации туристической индустрии. Рынок адаптируется к новым потребностям и предпочтениям туристов, происходит изменение ценовой политики, стратегий маркетинга. Компании, работающие в сфере туризма, чтобы эффективно отвечать на растущие потребности туристов, должны быть готовы к постоянным изменениям, анализировать мировые тренды.

Изучение экономического поведения туристов, понимание тенденций имеет большое значение для разработки эффективных стратегий и мер привлечения и удержания туристов. Представим обзор актуальных тенденций, которые были исследованы в экономическом поведении туристов.

1. Рост числа туристических поездок: современные технологии, упрощение процесса получения визы и доступность авиаперелетов стимулируют рост числа туристических поездок. Туристы становятся более мобильными и ищут новые и уникальные места для посещения. Например, по данным UNWTO (всемирной туристской организации), в период с января по март 2022 г. объем международного туризма увеличился на 130 % по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. В первом квартале 2022 г. было зарегистрировано около 117 млн поездок, в то время как в первом квартале 2021 г. — около 41 млн¹.

2. Увеличение потребительских расходов: туристы все больше тратят на путешествия и развлечения. Это связано с ростом доходов и желанием наслаждаться жизнью и новыми впечатлениями. По предварительным оценкам, доходы от международного туризма в 2023 г.

¹ *Международный туризм* в 2022 г. оказался на 37 % ниже допандемийного 2019 г. // Ассоциация туроператоров. — 2023. — 18 янв. — URL: <https://www.atorus.ru/node/51037> (дата обращения: 15.03.2024).

достигли 1,4 трлн долл., что ниже показателей 2019 г. от 1,5 трлн долл. на 7 %¹.

3. Развитие онлайн-бронирования: с развитием интернета все больше туристов бронируют свои поездки онлайн. Это позволяет им сравнивать цены, выбирать лучшие предложения и более удобно планировать свои поездки. Доля онлайн-бронирований в российских отелях выросла на 7 % в третьем квартале 2023 г. по сравнению с тем же периодом годом ранее — до 47 %².

4. Рост экологического и ответственного туризма. С каждым годом все больше туристов обращают внимание на экологический след и социально-экономическую ответственность своих поездок, что выражается в выборе экологически чистых мест, поддержке местных сообществ и их культуры, а также снижении негативного воздействия на окружающую среду. Так, например, число туристов, которые посетили особо охраняемые природные территории Российской Федерации в 2022 г., превысило 10 млн чел., а также в 2022 г. по сравнению с 2021 г. стали востребованы путешествия на фермы (рост на 46 %), туры по деревням (рост на 59 %), эко-отели (рост на 11 %), заметно растет популярность альтернативных видов отдыха — конных туров (рост на 20 %), речных сплавов (рост на 11 %), дайвинга (рост на 56 %) и восхождений (рост на 21 %)³.

Сейчас перед Ростуризмом⁴ стоит задача поиска баланса между развитием туризма и сохранением природных богатств, которые зачастую страдают от потока туристов. Для минимизации воздействия туризма на окружающую среду создаются специальные туристические места, такие как экотропы, экоотели и др.

5. Рост рекомендационного и повторного туризма: все больше туристов доверяют отзывам своих друзей (а также родных, знакомых и т. д.), потому что они видят, что другие люди довольны услугами и качеством обслуживания. Отзывы помогают потенциальным гостям принять решение о бронировании и стимулируют их тратить больше денег на те объекты, которые имеют лучшие рейтинги.

¹ Туризм (мировой рынок) // TAdviser. — 2023. — 3 февр. — URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_\(мировой_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_(мировой_рынок)) (дата обращения: 14.03.2024).

² Доля онлайн-бронирований в российских отелях выросла до 47 % // Интерфакс. — 2023. — 23 нояб. — URL: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/dolya-onlayn-bronirovaniy-v-rossiyskih-otelyah-vyroslo-do-47> (дата обращения: 14.03.2024).

³ Устойчивый туризм. Почему экопутешествия сейчас в тренде // ТАСС. — 2022. — 18 июля. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/15241231> (дата обращения: 14.03.2024).

⁴ Ростуризм разрабатывает стандарты устойчивого туризма // АНО «Национальные приоритеты». — 2023. — 21 июня. — URL: <https://национальныепроекты.рф/news/rosturizm-razrabotaet-standarty-ustoychivogo-turizma> (дата обращения: 14.03.2024).

На международном молодежном управленческом образовательном форуме «Алтай. Точки роста», который проходит ежегодно в Алтайском крае, нами было проведено исследование данного вопроса. Так, участники и эксперты из других регионов Российской Федерации и стран, ранее уже принимавшие участие в работе форума из числа опрошенных респондентов: 91 % рекомендуют своим друзьям/коллегам/родственникам приехать в Алтайский край в качестве туриста; 45 % самих респондентов также приезжали туристами: в среднем три поездки на шесть дней; 75 % приезжали с семьей; 25 % — с друзьями¹.

Таким образом, понимание экономического поведения туристов важно для развития туризма, так как оно дает возможность предугадывать и координировать действия потребителей, направленные на успешную реализацию продуктов и услуг. Изучение экономического поведения позволяет понять, как люди принимают решение о поездке и выборе дестинации; определить основные мотивы и факторы, влияющие на выбор дестинации; разработать маркетинговую стратегию, направленную на удовлетворение потребностей и ожиданий туристов. Следовательно, понимание экономического поведения туристов является ключевым аспектом маркетинговой деятельности и способствует успешному развитию туризма.

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

¹ *X Международный молодежный управленческий форум «Алтай. Точки Роста. АТР-2018» // Управление молодежной политики и реализации программ общественного развития Алтайского края. — URL: <https://altaimolodoi.ru/sections/atr/> (дата обращения: 14.03.2024).*

К. С. Полушина

Ивановский филиал Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова,
г. Иваново

К вопросу о рекламе и иррациональном поведении покупателей

Аннотация. В статье рассмотрены особенности поведения потребителя под влиянием рекламы и проведен теоретический анализ влияния различных факторов. Выявлены стратегии противодействия рекламе в поведении потребителя.

Ключевые слова: реклама; иррациональность; потребитель.

Реклама играет важную роль в нашей современной потребительской культуре. Мы часто встречаемся с рекламными объявлениями повсюду: на улицах, в интернете, на телевидении и даже на общественном транспорте. Ее цель — привлечь внимание потенциального покупателя и убедить его совершить покупку. Однако воздействие рекламы на наши покупательские решения не всегда является рациональным.

Несмотря на то, что мы бы хотели считать себя рациональными и логичными потребителями, реклама способна вызывать в нас эмоциональные реакции и принудительно влиять на наше поведение. Множество исследований подтверждают, что наше иррациональное поведение при покупке может быть обусловлено различными факторами [1, с. 293].

Рекламные кампании используют такие стратегии, как создание искусственной необходимости для продукта, создание имиджа или использование манипулятивных приемов. Они могут создавать у людей чувство неудовлетворенности собственной жизнью или внушать ощущение, что без рекламируемого товара мы останемся вне общества. Подобные приемы могут исказить наше восприятие реальности и способствовать иррациональным покупкам. Реклама часто искусно использует психологические механизмы для вызова эмоциональных реакций. Исследования показывают, что эмоциональные аспекты покупательского восприятия активно влияют на принятие решений. Например, рекламный ролик, вызывающий положительные эмоции, может заставить нас почувствовать симпатию и приязнь к товару, даже если мы не нуждаемся в нем.

Рекламные сообщения обычно преподносят продукт в идеальном свете, выделяя его лучшие характеристики и скрывая недостатки. Это может создавать иллюзию идеального товара, который в реальности может быть далек от нашего восприятия. Покупатели, подверженные воздействию такой рекламы, часто делают необдуманные решения и покупают товары, которые им на самом деле не нужны [2, с. 158].

Действия, которые предложены выше, исследуют некоторые из основных причин нерационального поведения потребителей под влиянием рекламы. Однако стоит отметить, что существуют и другие факторы, которые также могут влиять на нашу покупательскую психологию. Например, социальные медиа и блогеры, имеющие массовую популярность, стали сильным инструментом влияния на потребителей.

Социальные медиа предлагают не только размещение рекламных объявлений, но и поддержание непосредственного контакта между потребителями и производителями. Это создает доверие и устанавливает эмоциональную связь, которая может побудить людей к покупкам, основанным на эмоциях, а не на разуме. Более того, мнения и отзывы других пользователей социальных медиа могут стать сильным фактором, повлияв на наши решения о покупке [3, с. 86]. Блогеры и влиятельные личности тоже имеют большое влияние на покупательское поведение. Когда блогер рекомендует определенный продукт или демонстрирует его использование в своих видео или постах в социальных медиа, его мнение может быть воспринято потребителями как авторитетное и достоверное. Такой эффект называется эффектом социального доказательства и может приводить к нерациональным покупкам, основанным на влиянии блогеров.

Кроме того, важно развивать свою финансовую грамотность и умение управлять своими финансами. Понимание своих реальных потребностей и задач поможет избежать неразумных покупок под влиянием рекламы. Составление бюджета и следование ему также помогут контролировать расходы и избегать переплат. Несмотря на то, что реклама может оказывать негативное влияние на наше поведение, она также может иметь позитивную сторону. Реклама может информировать о новых продуктах и услугах, помогая нам быть в курсе последних тенденций и инноваций. Кроме того, реклама может быть важным источником вдохновения, создавая атмосферу и настроение.

Одной из важных стратегий, которую можно использовать для более осознанного выбора в покупках под влиянием рекламы, является развитие критического мышления. Вместо того, чтобы принимать решения моментально под влиянием эмоций, стоит задать себе несколько вопросов: действительно ли мне нужен этот продукт? Соответствует ли он моим реальным потребностям? Могу ли я найти подобный продукт по более выгодной цене или с лучшим качеством?

Также стоит быть осторожным с ловушками маркетинга, особенно с использованием методов манипуляции. Некоторые рекламные приемы, такие как создание искусственной срочности или ограниченного предложения, могут манипулировать нашими эмоциями и заставлять нас делать спонтанные покупки. Если мы осознаем такие приемы,

мы можем стать более устойчивыми к их воздействию и принимать решения на основе фактов и разума.

Критическое мышление также включает в себя способность анализировать информацию и искать фактические данные. Перед тем как сделать покупку, стоит провести небольшой исследовательский анализ: изучите отзывы о продукте или услуге, сравните цены и качество со сходными предложениями на рынке. Это позволит вам принять более обоснованное и информированное решение.

Реклама является мощным инструментом маркетинга. Однако ее воздействие на наше поведение не всегда рационально. Чтобы быть осознанными потребителями, мы должны быть осведомленными о манипулятивных техниках, используемых в рекламе, и развивать способность анализировать предлагаемые нам товары. Иметь критическое отношение к рекламе и основывать свои покупательские решения на информированности и размышлениях поможет нам избежать нерациональных покупок и сделать более осознанный выбор.

Биографический список

1. *Антитов К. В.* Основы рекламы: учебник. — 5-е изд., стер. — М.: Дашков и К°, 2021. 326 с.
2. *Беквит Г.* Без раздумий. Скрытые силы, заставляющие нас покупать. — М.: Альпина Паблишер, 2020. — 264 с.
3. *Измайлова М. А.* Психология рекламной деятельности: практ. пособие. — 5-е изд., стер. — М.: Дашков и К, 2021. — 236 с.

Научный руководитель: **Д. И. Рамазанов**,
кандидат экономических наук, доцент

Ю. С. Субботина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Психология принятия инвестиционных решений: влияние страха на поведение инвесторов

Аннотация. В статье рассматриваются факторы, влияющие на принятие решений инвесторами. Страх является существенной причиной, влияющей на итоговое решение инвестора о приобретении или отказе от приобретения актива. На основе анкетирования автором проведено социологическое исследование, позволяющее выявить шесть страхов начинающих инвесторов.

Ключевые слова: страх; психология финансов; инвестиции; эмоции.

Понимание психологии принятия решений является важным фактором достижения целей инвестирования. Восприятие и трактовка ин-

весторами входящей информации имеет колоссальное влияние на принятые решения и исход событий. Существует ряд факторов, которые оказывают значительное влияние на принятие решений инвестором. Для лучшего понимания психологии инвесторов были проанализированы исследования психологии инвестирования [1; 2; 3; 4; 5], выявлены основные факторы, влияющие на принятие решений инвесторами, которые представлены в таблице.

Ситуация усугубляется, если пересекаются сразу несколько факторов или все действуют одновременно. В качестве примера, рассмотрим инвестирование в акции ПАО «Газпром». Несмотря на сложную ситуацию с финансово-хозяйственной деятельностью компании, начинающие инвесторы, которые мало понимают в инвестировании, не имеют опыта и должной компетенции, сразу вкладываются в акции ПАО «Газпром», не изучив рынок и нюансы, и с «жадностью» стараются скупить как можно больше. Они находятся под влиянием сразу нескольких факторов: маркетинга, рекламы, брендинга, социального влияния и когнитивного предубеждения. ПАО «Газпром» является настолько «раскрученной» компанией, что даже мысль о том, что с акциями этого эмитента что-то не так, кажется невероятной. Это самая большая ошибка начинающего инвестора (см. таблицу).

Факторы, влияющие на принятие решений инвесторами

Фактор	Описание
Эмоциональный	Эмоциональные факторы сказываются на решении инвестора. Например, от страха рыночных цен инвестор может отказаться инвестировать в перспективное предложение фонда. А из-за такого эмоционального фактора, как жадность, инвестор может инвестировать свой капитал в рискованное, но многообещающее предложение
Когнитивное предубеждение	Это мнение, которое искажает информацию и игнорирует аргументы, противоречащие ранее принятому суждению. Такие суждения приводят к необдуманному решению, ведь инвестор всегда будет искать подтверждение своих убеждений, даже если все факторы будут говорить об обратном
Социальное влияние	Самое опасное — стать ведомым в этой «инвестиционной цепи». Такой инвестор не может принимать решения сам, он находится под влиянием других инвесторов (возможно, некомпетентных)
Маркетинг, реклама, брендинг	Хорошая реклама, маркетинговые приемы и сила бренда оказывают весомое влияние на принятие решений доверчивыми инвесторами. Однако за красивой оберткой скрывается разочарование и потеря капитала

Примечание. Составлено по: [1; 2; 4; 5].

На рис. 1 представлено изменение роста стоимости акций ПАО «Газпром» за последний год (1 января 2023 г. — 1 марта 2024 г.). Этот период для компании был достаточно стабильным и благоприятным, если сравнивать с годом ранее. Так, если по состоянию на 1 сентября 2021 г. стоимость одной обыкновенной акции составляла 360,8 р., то 1 января 2023 г. бумаги стоили 158,1 р. (падение в 2,3 раза). Тогда множество неопытных инвесторов, которые испытали на себе одновременное воздействие маркетинга, рекламы, брендинга, социального влияния и когнитивного предубеждения, «ушли» в серьезный «минус».

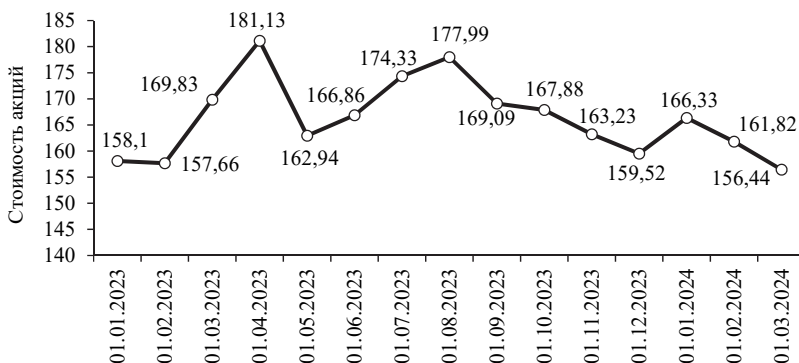


Рис. 1. Стоимость акций ПАО «Газпром» (1 января 2023 г. — 1 марта 2024 г.)

На принятие решения об инвестировании также огромное влияние оказывают разнообразные негативные эмоции (страхи), мешающие инвестору пополнять свой портфель.

Каждый инвестор желает принимать исключительно верные решения, видеть перспективы икратно увеличивать доходность. Однако эмоции могут взять верх над ситуацией и в корне изменить ее. Страх неудачи играет важную роль в принятии решения инвестором. И только те, кто справляется с эмоциями, подходит к вопросу с «холодной» головой и не позволяет страху обрести контроль над ситуацией, достигают высоких результатов и получают заслуженную награду в виде доходности.

Изучим возможные негативные эмоции начинающих и действующих инвесторов. Было проведено анкетирование студентов экономических специальностей вузов Екатеринбурга. Анкета включала следующие вопросы:

- 1) занимаетесь ли вы инвестированием;
- 2) вы инвестируете только в проверенные компании или выбираете более рискованные варианты, но с возможностью получения большей прибыли;
- 3) какие факторы влияют на принятие вами решения инвестировать в тот или иной проект;
- 4) пугает ли вас наличие риска при принятии инвестиционного решения;
- 5) какие факторы могут повлиять на ваше решение отказаться от инвестиции;
- 6) какие страхи у вас есть при инвестировании?

На основе данного анкетирования, помимо всего прочего, автором был выявлен перечень возможных рисков, в наибольшей степени влияющих на принятие решения об инвестировании начинающим инвестором (рис. 2).

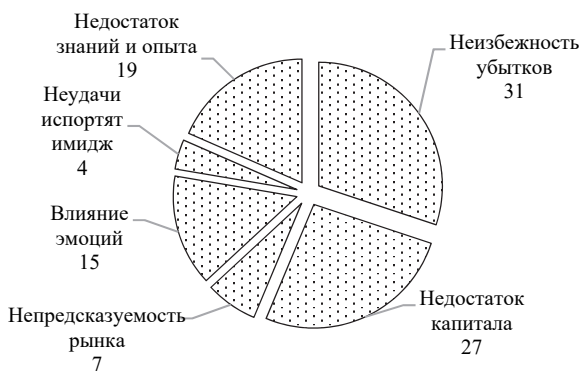


Рис. 2. Самые распространенные страхи инвесторов, выявленные в ходе анкетирования, %¹

Можно заметить, что 15 % занимает критерий «влияние эмоций». Многие инвесторы понимают, что негативные эмоции сильно сказываются на принятии решений и их неудачах. «Такие эмоции, как страх, жадность или паника, могут оказывать влияние на принятие инвестиционных решений и приводить к необдуманным действиям», — поделилась одна из анкетированных студенток.

Стоит обозначить несколько важных выводов, являющихся квинт-эссенцией исследования о влиянии страха на поведение инвестора.

¹ Составлено по результатам анкетирования.

1. Из-за переживаний о неудаче упускаются возможности. Пока инвесторы думают о вероятных неудачах, они не замечают, как исчезают потенциально выгодные инвестиционные возможности.

2. Страх неудачи приводит к отсутствию стратегий по задействованию сразу нескольких источников прибыли. Из-за страха инвесторы предпочитают инвестировать в более безопасные и проверенные активы, чтобы сократить риски и не выходить из зоны комфорта.

3. Для преодоления страха неудачи инвестору предстоит провести работу с мышлением и переступить через некоторые установки и убеждения. Данная проработка подразумевает постановку четких инвестиционных целей и желания взять на себя рассчитанные риски для достижения поставленных целей.

4. Чтобы избавиться от страха неудачи, инвесторам рекомендуется поработать с финансовым консультантом. Консультант поможет принимать обоснованные и рациональные решения, которые будут основаны на финансовых целях инвестора.

Признание того, что эмоции и страхи берут контроль над разумом и мешают достигать реальных высот, — является первым шагом к изменениям и рациональному мышлению. Проработав свои страхи, инвестор сможет принимать обоснованные решения, которые приведут к большей прибыли.

Библиографический список

1. *Кохен Д.* Страх, алчность и паника на фондовом рынке. — М: СмартБук; И-трейд, 2022. — 908 с.

2. *Ричардс К.* Психология инвестиций: как перестать делать глупости со своими деньгами. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 192 с.

3. *Романцов А. Н.* Event-маркетинг: сущность и особенности организации: практическое пособие. М.: Дашков и К°, 2009. — 114 с.

4. *Элдер А.* Как играть и выигрывать на бирже. Психология. Технический анализ. Контроль над капиталом: пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Альпина Бизнес Бук, 2007. — 472 с.

5. *Earl P. E., Kemp S.* The Elgar companion to consumer research and economic psychology. — Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2002. — 672 p.

Научный руководитель: **Ю. В. Гудошникова**,
кандидат экономических наук, доцент

Д. Р. Сулягина

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,
г. Санкт-Петербург

Психология «человека информационного» и его роль в цифровой экономике

Аннотация. В статье рассмотрены особенности «человека информационного». Определено, что ключевую роль в формировании «человека информационного» играют психологические навыки, умение работать с информацией.

Ключевые слова: цифровая экономика; человек информационный; экономическая психология.

В современном мире, где цифровизация проникает во все сферы жизни, концепция человека, активно функционирующего в информационном пространстве, обретает особую значимость. Такие люди не только погружаются в потоки данных, но и используют современные технологии для их обработки, анализа и дальнейшего распространения. В эру, когда данные становятся центральным элементом цифровой экономики, психологические аспекты деятельности людей, умеющих эффективно манипулировать информацией, играют решающую роль.

Ключевой чертой людей, которые существуют в эпоху, насыщенную информацией, является их выдающаяся способность адаптироваться к новым технологиям и изменяющемуся информационному окружению [3]. Они обладают высоким уровнем информационной грамотности, что дает им преимущество в навигации по целому океану информации и достижении целей. Эти люди не только способны различать достоверность информации, но и эффективно общаться в цифровом мире, критически анализируя и оценивая информацию, с которой они сталкиваются. Эпоха цифровизации экономики ставит перед современным индивидом все более сложные задачи, связанные с массовым потоком информации из различных источников. Эта ситуация, получившая название информационной перегрузки, вызывает такие последствия, как утомление, стресс, а также снижение эффективности работы. Почти половина опрошенных менеджеров выражают мнение, что из-за избытка информации происходит затягивание ключевых решений и теряется способность их принимать, замедляется реакция. Две трети менеджеров поделились, что из-за высокого уровня стресса, вызванного избыточной нагрузкой, они испытывают трудности в общении с сотрудниками и чувствуют снижение удовлетворенности от профессиональной деятельности (т. е. происходит эмоциональное выгорание). Также каждый пятый опрошенный менеджер сталкивается с проблемой траты

времени впустую на какие-либо ненужные действия [1]. В этой связи становится жизненно важным овладеть навыками, которые помогут не просто управлять информацией, но и применять ее с пользой. Ключевыми навыками здесь являются искусство отбора значимых данных, их систематизация, аналитический подход, а также умение распределять задания по важности, срочности и рационально использовать время.

Цифровые технологии приносят с собой информационный шум. Так, главным испытанием для активных работников становится сохранение своей способности фокусироваться на задачах. Борьба за сохранение высокого уровня концентрации может привести к ухудшению производительности и поверхностному восприятию информации. Поэтому ключевым навыком для успешной работы становится умение эффективно управлять своим вниманием и развивать навыки концентрации. В цифровую эпоху способность формировать эффективные стратегии, базирующиеся на анализе больших массивов данных, становится определяющим фактором успеха.

В настоящее время умение рационально распоряжаться информацией и ресурсами для достижения поставленных целей приобретает все большее значение. Основной элемент успеха заключается в возможности определить наилучшие варианты действий, исходя из имеющейся информации, и эффективно использовать их для личных интересов.

В эру цифровизации, хотя и сопровождаемую определенными препятствиями, личность обретает невиданные ранее возможности благодаря участию в потоке данных. Прогресс в области информационных технологий открывает двери к бесконечному объему информации, предоставляя каждому возможность для личностного роста и обучения. С получением новейших знаний, общением с экспертами из разнообразных областей и способностью делиться своими идеями и опытом люди получают уникальный шанс развития своей карьеры и себя как личности в рамках информационного общества [2].

В современной цифровой реальности экономическая среда преобразуется, создавая уникальные тропы для карьерного взлета, при этом предъявляя сложные испытания. Развитие искусственного интеллекта и углубление автоматизации вносят неопределенность в будущее традиционных профессий, заставляя специалистов в сфере информационных технологий искать новые методы для эффективной адаптации и постоянного самосовершенствования. Тем не менее технологический прогресс способствует новаторским карьерным возможностям и личностному развитию: благодаря способности нейросетей анализировать информацию, автоматизировать различные действия и предсказывать исходы, искусственный интеллект становится неоценимым помощни-

ком в настройке индивидуальных образовательных путей, а также в создании более лично ориентированного и эффективного обучения¹. Уже два высших учебных заведения Российской Федерации — Московский педагогический государственный университет и Северный (Арктический) федеральный университет — локальными актами закрепили возможность (в определенном объеме) использования в выпускных квалификационных работах и научно-исследовательских работах студентов нейросетей («Сбер» GigaChat, YandexGPT ChatGPT и т. д.). Однако этот вопрос и до нынешнего времени остается спорным ввиду продолжающихся дискуссий на тему пользы или вреда нейросетей в образовании, так как звучат абсолютно разные аргументы: начиная с того, что искусственный интеллект помогает не тратить время на сбор и анализ информации, заканчивая тем, что искусственный интеллект приведет к деградации и потере навыка написания исследовательских работ (рис. 1, 2).

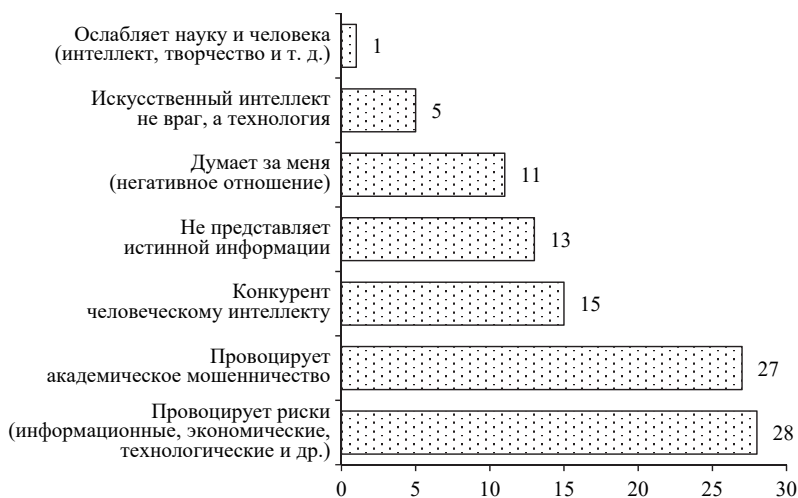


Рис. 1. Результаты опроса респондентов об отношении к искусственному интеллекту (негативные аспекты), %²

¹ *Виртуальный учитель: как ИИ меняет образование // Искусственный интеллект Российской Федерации. — 2023. — 6 сент. — URL: <https://ai.gov.ru/mediacenter/virtualnyu-uchitel-kak-ii-menyuet-obrazovanie/> (дата обращения: 15.03.2024).*

² *Форсайт образования: портрет преподавателя будущего. — URL: <https://pirso-center.ru/maofeo#rec679719571> (дата обращения: 15.03.2024).*



Рис. 2. Результаты опроса респондентов об отношении к искусственному интеллекту (положительные аспекты), %¹

В эпоху цифровизации осознание и умение управлять информационными потоками становятся ключевыми факторами для личного развития и профессионального прогресса. Важность адаптации к новейшим технологиям и эффективному управлению вниманием усиливается по мере того, как мы погружаемся в цифровую экономику. Научиться грамотно работать с информацией — значит открыть для себя новые горизонты для улучшения качества жизни и карьерного роста. В этом контексте психология человека, ориентированного на получение информации, выступает как фундамент для успешной адаптации к быстроменяющемуся миру цифровых технологий. Это не только предоставляет широкие возможности для личностного развития, но и требует от человека активного самообразования и ответственности за использование информационных ресурсов. Таким образом, развитие психологических навыков в сфере информационных технологий становится ключевым аспектом для того, чтобы полностью реализовать свой потенциал в новой экономике.

¹ Форсайт образования: портрет преподавателя будущего. — URL: <https://pirso-center.ru/maofeo#rec679719571> (дата обращения: 15.03.2024).

Библиографический список

1. *Козина И. М., Серезжкина Е. В.* Оценка психосоциальных рисков и качество трудовой жизни российских профессионалов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2021. — № 3. — С. 21–40.
2. *Николаева Е. Е.* К вопросу о роли и месте человека в цифровой экономике // Теоретическая экономика. — 2019. — № 7. — С. 42–45.
3. *Щербакова Л. Н., Евдокимова Е. К., Савинцева С. А.* «Человек информационный» как новый субъект цифровой экономики // Фундаментальные исследования. — 2019. — № 11. — С. 202–206.

Научный руководитель: **Н. М. Старобинская**,
кандидат экономических наук, доцент

Д. И. Торицына

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Трансформация потребительского выбора молодежи в условиях санкций

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы анализа потребительского выбора, изучены современные исследования потребительского поведения. На основе опроса, проведенного автором, выявлены тенденции трансформации потребительского поведения молодежи в условиях санкций.

Ключевые слова: предпочтения потребителей; потребительское поведение; потребительский выбор; санкции.

Современные экономические условия жизни россиян во многом обусловлены введенными экономическими санкциями, которые существенно изменили не только логистические цепочки движения товаров и их стоимость, но и ассортимент продукции. Анализ потребительского поведения может помочь разработать маркетинговые стратегии, определить востребованные продукты и услуги на рынке, а также оценить необходимость поддержки государства в различных секторах экономики.

Анализ потребительского выбора является основой микроэкономического анализа и связан с исследованиями неоклассической экономической науки, поведенческой экономики и институционализма. В рамках междисциплинарных исследований потребительское поведение рассматривается как социальное действие, определяемое различными факторами [1]: личными предпочтениями, финансовыми возможностями, социальными установками и культурными особенностями. Социальные стандарты и физиологические потребности также влияют на потребности потребителя. Под воздействием внешних факторов,

в том числе санкций, потребители могут изменить свой выбор, увеличивая долю дешевых товаров и услуг или вовсе отказываясь от каких-либо товаров.

Большое влияние на потребительский выбор оказывают современные цифровые технологии: это не только способы осуществления покупок, но и формирование цифрового следа потребителя (появление данных о посещениях интересующих веб-сайтов, информация о совершенных покупках, просмотр рекламных материалов, использование приложений и т. д.).

Нельзя также не учитывать, что при цифровизации экономики меняются и предпочтения потребителей, которые являются основой потребительского выбора. Так, при выходе современных компаний (брендов) в виртуальную среду и появлению информационного общества значительно повышаются возможности привлечения потребителей при использовании цифровых инструментов в маркетинге [3].

Введение санкций также грозит проблемами с ввозом и вывозом товаров, нарушением торговли между странами [4]. Все эти последствия санкций можно заметить при покупке тех товаров, которые приобретаются с определенной регулярностью и частотой. Эта продукция становится наиболее чувствительна к любым изменениям в экономике. Таким примером может служить рынок повседневных товаров, к которому относят продукты питания, товары личной гигиены и бытовую химию.

Так, например, в период пандемии коронавируса наблюдалось ажиотажное поведение россиян: массово скупались продукты длительного хранения (консервы, макароны, крупы) и средства личной гигиены, которые могли исчезнуть с полок при введении санкций на ввоз и вывоз товаров. Такое поведение объясняется тем, что большинство россиян стремятся создать продовольственные запасы из-за опасения повышения цен на продукты питания или их дефицита [2].

На основе анализа потребительского выбора выделяют несколько подходов к его оценке: экономический, социологический, социально-психологический, культурологический.

Социологический подход предполагает, что потребитель находится под влиянием установленных норм, традиций, ценностей и правил: покупка совершается под воздействием эмоций, а не рационально.

Экономический подход предполагает рациональное объяснение выбора потребителя: его решение подчиняется законам и закономерностям экономической теории.

Психологический подход изучает каждого потребителя индивидуально. У каждого индивидуума (потребителя) есть свои особенности внутреннего мира, которыми он руководствуется при выборе.

Культурологический подход предполагает изучение культурных ценностей, которые влияют на предпочтения потребителя. Нормы культуры регламентируют и определяют диапазон выбора потребительских товаров.

Для проведения эмпирического исследования в марте 2024 г. был проведен опрос, направленный на изучение потребительского поведения в условиях санкционной экономики. Участниками опроса стала молодежь в возрасте 17–35 лет г. Екатеринбурга и Свердловской области. Всего было опрошено 33 чел.

Около 64 % опрошенных обеспокоены введением западных санкций, что является довольно большим результатом.

Согласно проведенному опросу, у большинства респондентов меняется потребительская корзина. Молодежь старается меньше покупать фрукты (61 %), колбасные изделия (58 %), яйца (55 %), сладости (42 %) и сыр (36 %). Причиной такого изменения может быть приостановка поставки товаров в Россию, трудности с экспортом из-за введенных санкций, отсутствие у отечественных компаний сырья для изготовления продукции.

Самая частая проблема, по мнению респондентов, — рост цен (88 %), более редкие — исчезновение товаров с полок магазина (76 %), проблема в использовании информационных технологий (55 %), импортозамещение товаров (49 %). Это доказывает, что у потребителей могут появиться проблемы, связанные с введением санкций. Респонденты пытаются бороться с этим, используя определенные меры: покупка местных аналогов (79 %), поиск альтернативных поставщиков (64 %) или вовсе сокращение покупок (58 %). Из этого можно сделать вывод, что большинство молодежи доверяет отечественным аналогам и готово покупать их (70 %).

С введением санкций сокращаются траты на развлечения (52 %). Это можно объяснить тем, что повышаются цены на услуги и развлечения и потребители предпочитают делать выбор в сторону сбережения денежных средств.

Меняется и главный фактор при выборе продукта. Если раньше это была уверенность в качестве (67 %), то сейчас это приемлемая цена продукта (46 %).

Также мнения разделились в ответе на вопрос о том, как люди предпочитают покупать товары: большинство ходит в магазины (70 %), но есть и те, кто совершают покупки в онлайн (30 %).

Проведенное исследование показало: россияне в возрасте 17–35 лет испытывают трудности в связи с введением санкций, поскольку меняется ассортимент товаров и услуг, растут цены, снижается

качество продукции, уменьшается выбор. Из-за этого им приходится менять свои потребительские привычки, заменяя товары отечественными аналогами или вовсе отказываясь от них.

Таким образом, анализ потребительского выбора различных категорий населения является важным элементом экономического развития как отдельных фирм и отраслей, так и национальной экономики. Проведенное исследование подтвердило, что с введением санкций можно проследить тенденции трансформации потребительского выбора россиян. Основными направлениями изменения потребительского выбора молодежи являются: покупка в интернет-магазинах, сбережение денежных средств, а также покупка продукции отечественных производителей.

Библиографический список

1. *Василенко И. В., Ткаченко О. В.* Потребительский выбор в системе социальных практик современного российского регионального населения: основные характеристики и факторы влияния // *Logos et Praxis*. — 2013. — № 1. — С. 62–69.
2. *Саблуков А. В.* Социальная напряженность в российском социуме в условиях санкционного давления // *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. — 2022. — № 4 (849). — С. 142–149.
3. *Степанов Д. В.* Влияние санкций на изменение рынка товаров FMCG // *Экономические науки*. — 2023. — № 6. — С. 441–448.
4. *Титова Н. С.* Изменение потребительского поведения в условиях санкций // *Экономика и социум*. — 2017. — № 3. — С. 1335–1340.

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

З. А. Шайхелисламова

Бирский филиал Уфимского университета науки и технологий, г. Бирск

Концептуальный анализ ключевых аспектов развития стратегического маркетинга в цифровой экономике

Аннотация. Маркетинг является неотъемлемой частью современного бизнеса и играет ключевую роль в успешной деятельности любой компании. Суть маркетинга заключается в удовлетворении потребностей покупателя и создании ценности для него. В данной статье рассмотрены основные аспекты маркетинга, его сущность и особенности в цифровой экономике.

Ключевые слова: маркетинг; потребитель; сегментация; позиционирование; стратегический маркетинг.

Значение маркетинга для современного бизнеса велико — это и понимание рынка, разработка продукта, продвижение и реклама, установление цен, создание лояльности клиентов, измерение результатов, это инструмент обеспечения конкурентоспособности компании на рынке. В научной литературе маркетинг рассматривается как комплекс стратегических и тактических мероприятий, направленных на изучение потребностей и желаний потребителей, создание и продвижение продуктов и услуг, установление и поддержание долгосрочных отношений с клиентами, а также позиционирование компании на рынке [2].

Анализ литературы по проблемам маркетинга позволил выделить принципы маркетинга [3], такие как ориентация на потребителя и создание долгосрочных отношений с клиентами, которые играют важную роль в стратегии маркетинга компании. Рассмотрим их подробнее.

Ориентация на потребителя включает:

- исследование потребностей, желаний и предпочтений целевой аудитории;
- анализ поведения потенциальных потребителей для понимания их ожиданий;
- разработку продуктов и услуг, отвечающих потребностям и желаниям клиентов;
- постоянное внимание к обратной связи от клиентов и адаптацию маркетинговых стратегий на основе этой информации.

Долгосрочные отношения с клиентами предполагают:

- удержание клиентов через качественное обслуживание и поддержку;
- развитие лояльности клиентов;
- поддержку клиентов и взаимодействие с ними.

Внедрение данных принципов позволяет компаниям не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующих, что спо-

способствует устойчивому и выгодному развитию бизнеса. Ориентация на потребителя и создание долгосрочных отношений с клиентами помогают компаниям успешно конкурировать на рынке и получать доход.

На основе анализа источников по проблемам маркетинга и реализации маркетинговой политики были выделены важные параметрические характеристики маркетинга с позиции обеспечения конкурентоспособности компании, такие как: ориентация на конкурентное преимущество, динамичность маркетинга, внедрение инноваций и следование актуальным тенденциям — все элементы, действующие в совокупности, помогают компаниям быть успешными на рынке и обеспечивают стабильный рост и развитие. Большое влияние на содержание маркетинга в условиях современного рынка оказывают цифровизация, персонализация, устойчивость и ответственность, инновации, измерение результатов¹.

Систематизация особенностей маркетинга по данным критериям представлена в таблице.

Особенности маркетинга

Ориентация на конкурентное преимущество	Динамичность маркетинга	Инновации и тенденции в маркетинге
Идентификация уникальных особенностей и преимуществ компании перед конкурентами	Гибкость и способность адаптироваться к изменениям внешней среды и требованиям рынка	Использование последних технологий и инструментов маркетинга для продвижения продуктов и услуг
Анализ конкурентов и понимание своего места на рынке	Быстрая реакция на изменения в поведении потребителей, технологическом прогрессе и других тенденциях	Следование новым тенденциям и трендам в маркетинге (например, цифровой маркетинг, контент-маркетинг, инфлюенсер-маркетинг и т. д.)
Разработка стратегий, которые позволят выделиться среди других игроков на рынке	Использование данных и аналитики для принятия быстрых и обоснованных решений	Интеграция инноваций в маркетинговые стратегии для привлечения внимания и удержания клиентов
Постоянное обновление и улучшение конкурентного преимущества компании для сохранения лидерства	Непрерывное тестирование новых идей и стратегий для оптимизации результатов	Постоянное обучение и развитие сотрудников в области новых методов маркетинга

Анализ влияния маркетинга на конкурентоспособность фирмы показал высокую роль стратегического маркетинга в современной эконо-

¹ Топ-10 трендов в маркетинговых исследованиях в России 2023–2025 гг. — URL: <https://маркетинговые-исследования.pf/articles/top-10-marketing-researches-trends-2023-2025/> (дата обращения: 14.01.2024).

мике [3]: является основой разработки продвижения компании на рынке и формирования плана сбыта продукции, развития ее конкурентных преимуществ и поддержания конкурентоспособности продукции, объединяет стратегическое и тактическое планирование компании.

Анализ исследований [4; 5] позволил выделить ключевые группы стратегий маркетинга компаний (см. рисунок). Выбор одной из стратегий определяется не только анализом продукта как центрального элемента комплекса маркетинга, но и стратегическим анализом отрасли, оценкой перспектив интеграции и диверсификации производства на данном отраслевом рынке, стадией жизненного цикла отрасли, компании и продукта. Значимый вклад в выбор стратегии вносят геополитические и макроэкономические факторы развития рынка и компании.

Стратегии концентрированного роста	Стратегии интегрированного роста	Диверсифицированный рост	Стратегии сокращения
Укрепление рыночных позиций	Горизонтальная интеграция	Вертикальная диверсификация	Отсечение лишнего
Развитие рынка	Вертикальная интеграция	Горизонтальная диверсификация	«Сбор урожая»
Развитие продукта		Конгломеративная диверсификация	Сокращение расходов
			Ликвидация

Базовые стратегии маркетинга организации [4; 5]

Современный стратегический маркетинг направлен на расширение коммуникативных технологий [1], использование нейромаркетинга и цифровых инструментов, что дает фирме возможность формирования устойчивой группы потребителей, что особенно важно в долгосрочном периоде.

Стратегический маркетинг должен быть ориентирован на оценку эффективности маркетинговых действий, что позволяет компании определить успешность своих стратегий и акций, выявить слабые места и принять меры для улучшения результатов в будущем.

Таким образом, маркетинг играет ключевую роль в современном бизнесе, обеспечивая компаниям конкурентные преимущества, рост продаж, укрепление бренда и удовлетворение клиентов. С помощью правильно спланированных маркетинговых стратегий и действий компании могут успешно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и достигать поставленных целей.

Библиографический список

1. *Капустина Л. М., Предеин А. М.* Маркетинговые коммуникации в сети Интернет. — Екатеринбург: УрГЭУ, 2009. — 136 с.
2. *Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж.* Основы маркетинга. — 5-е европейское издание. — М.–СПб.: Диалектика, 2020. — 752 с.
3. *Котляревская И. В.* Стратегический маркетинг: учеб. пособие: в 2 ч. 3-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — Ч. 1. — 138 с.
4. *Лана Е. А.* К вопросу о понятии и сущности стратегий развития компании // Московский экономический журнал. — 2020. — № 1. — С. 340–349.
5. *Лутченко В. Г., Хорев А. И., Хорев И. А., Григорьева В. В., Лутченко Т. В.* Методика формирования стратегических альтернатив развития дочерних предприятий и выбора оптимальной стратегии для каждого из них // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. — 2020. — Т. 82, № 3 (85). — С. 239–245.

Научный руководитель: **Г. С. Мухаметшина**,
кандидат экономических наук, доцент

Д. Д. Якименко

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

Возможности управления цифровыми финансовыми активами с использованием искусственного интеллекта

Аннотация. В статье выявлены проблемы использования цифровых финансовых активов и функциональные особенности искусственного интеллекта. Рассматриваются направления решения проблем, связанных с использованием цифровых финансовых активов, за счет внедрения искусственного интеллекта.

Ключевые слова: управление финансами; цифровые финансовые активы; искусственный интеллект; цифровая экономика.

В условиях стремительного развития цифровой экономики эффективное управление финансовыми активами становится ключевым фактором успеха для компаний и организаций. Одним из инновационных подходов, способных значительно улучшить связанные с ними процессы управления, является использование искусственного интеллекта. Таким образом, следует выявить целесообразность использования данной технологии в сфере управления финансами. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд задач: определить понятие «цифровые финансовые активы», выявить существующие проблемы сферы управления финансовыми потоками в условиях цифровой экономики, определить понятие «искусственный интеллект» и выявить

его функциональные особенности, определить целесообразность использования искусственного интеллекта в управлении цифровыми финансовыми потоками.

В данном исследовании под цифровыми финансовыми активами подразумевается новый вид инвестиций на базе технологий блокчейн и смарт-контрактов, возникший в условиях цифровой экономики, который в реальной жизни может иметь материальную форму — от долгов до драгоценных металлов [4]. Существенное отличие цифровых финансовых активов от криптовалюты — регламентированность законом, что является их существенным преимуществом.

Тем не менее в данной сфере существует ряд проблем, вытекающих из проблем технологий, лежащих в основе цифровых финансовых активов. К ним относятся [3]:

- 1) волатильность: высокая степень волатильности цен создает нестабильность на рынке;
- 2) кибербезопасность: подверженность риску кибератак и кражи средств из-за слабых мер защиты данных;
- 3) технические проблемы: сбои в работе сетей блокчейн, недостаточная масштабируемость и другие технические проблемы могут привести к утрате средств или задержкам в проведении транзакций.

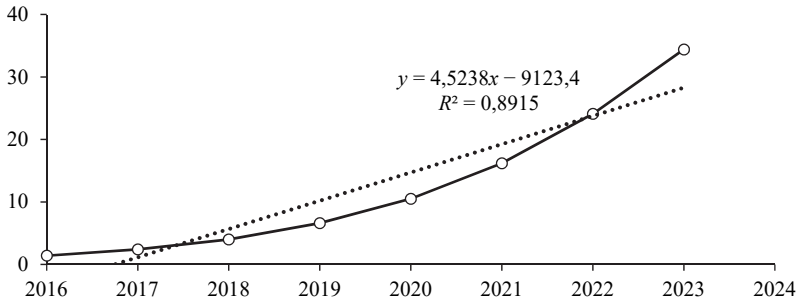
Таким образом, цифровые финансовые активы имеют ряд сложностей, которые мешают их эффективному использованию. Рассмотрим возможности применения искусственного интеллекта в данном случае.

Искусственный интеллект — технологии, в основе которых лежат принципы моделирования и самообучения, включающие нейросеть, базу знаний, алгоритм поиска решений и интеллектуальный интерфейс. При решении выявленных проблем управления цифровыми финансовыми активами целесообразно применить данную технологию из-за наличия следующих функциональных особенностей [2]:

- 1) принятие решений на основе входных данных;
- 2) высокая скорость обработки больших объемов информации;
- 3) крайняя степень объективности принятых решений, основанная на большом массиве накопленных данных;
- 4) высокая точность результатов;
- 5) высокая скорость адаптации к быстро меняющимся условиям окружающей среды.

Перечень функциональных особенностей показывает, что использование искусственного интеллекта в сфере управления цифровыми финансовыми активами подходит для решения не только ранее выявленных проблем управления цифровыми финансовыми активами, но

и для проблем из других отраслей. Этим и обуславливается широкое распространение использования искусственного интеллекта. Динамика инвестиций в развитие данной технологии представлена на рисунке.



Динамика объемов мировых инвестиций в развитие искусственного интеллекта, млрд долл. [1]

Как видно из рисунка, рост финансовых потоков в развитие искусственного интеллекта продолжится и, по прогнозам автора, к 2026 г. достигнет отметки приблизительно 42 млрд долл. Это говорит о том, что мир заинтересован в развитии данной технологии, а значит, благодаря новым способам использования искусственного интеллекта, появляется возможность не только его развития, но и получения финансовой поддержки на проведение соответствующих работ.

Однако необходимо сформировать четкое понимание того, как использовать данную технологию, что особенно важно в контексте управления финансами. Перейдем к рассмотрению данного вопроса, анализ которого представлен в таблице.

Применение искусственного интеллекта при решении проблем управления цифровыми финансовыми активами

Проблема использования цифровых финансовых активов	Описание решения проблемы с помощью использования искусственного интеллекта
Волатильность	<p>Анализ исторических данных и построение прогноза роста (падения) цен на актив.</p> <p>Анализ рисков, способных повлиять на стоимость активов и формирование стратегии дальнейших действий.</p> <p>Динамический анализ стоимости актива и снижение человеческого фактора при принятии решений</p>

Проблема использования цифровых финансовых активов	Описание решения проблемы с помощью использования искусственного интеллекта
Кибербезопасность	<p>Возможность улучшения систем аутентификации и идентификации пользователя.</p> <p>Развитие адаптивных систем защиты данных за счет анализа поведения пользователей и выявления паттернов возможных кибератак.</p> <p>Возможность создания обучающих программ с целью повышения готовности к действиям в случае кибератак</p>
Технические проблемы	Работа с большим объемом данных и предупреждение сбоев в работе сетей системы блокчейн

Таким образом, использование искусственного интеллекта при управлении цифровыми финансовыми активами целесообразно, так как способно решить многие проблемы. Но необходимо помнить про недостатки технологии, из-за которых в настоящее время невозможна полная автоматизация управления цифровыми финансовыми активами и требуется участие специалиста.

Библиографический список

1. *Чигирова А. С., Рафиков Р. И.* Развитие использования искусственного интеллекта в экономике // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2023. — № 4 (79). — С. 220–224.
2. *Якименко Д. Д., Пупенцова С. В.* Использование искусственного интеллекта в оценке проектных рисков // Управление активами — 2023: Бизнес-модели в эпоху изменения делового климата: монография / под ред. И. М. Степнова, Ю. А. Ковальчук. — М.: ИПР РАН, 2023. — С. 96–101.
3. *Bahoo S., Cucculelli M., Goga X., Mondolo J.* Artificial intelligence in Finance: a comprehensive review through bibliometric and content analysis // SN Business & Economics. — 2024. — Vol. 4, no. 23. — P. 1–46.
4. *Muradyan S. V.* Digital assets: legal regulation and estimation of risks // Journal of digital technologies and law. — 2023. — Vol. 1, no. 1. — P. 123–151.

Научный руководитель: **О. Т. Ергунова**,
кандидат экономических наук, доцент

ТЕОРИЯ НООНОМИКИ КАК КЛЮЧ К ИССЛЕДОВАНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ XXI ВЕКА

Международный конкурс
научно-исследовательских работ
молодых ученых и студентов



К. М. Гусейнли

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ноономика как фактор повышения конкурентоспособности университета в условиях ноотрансформации

Ключевые слова: ноономика; наука; философия; конкурентоспособность университета; ноотрансформация.

На современном этапе развития человечества, трансформации ценностей и человеческих потребностей, в шаге от изменения технологического уклада, наука как драйвер развития становится ключевым звеном всех элементов [5]. Ноономика как теория перехода к производству, основанном на знаниях, является связующим звеном между философией, которая представляет собой форму осмысления ценностей человечества, и экономикой, являющейся сложной формой совокупности результатов экономической деятельности, основанной на «ценностях», но без производственных отношений между будущими участниками Нооиндустрии 4.0, где получение прибыли не является самоцелью.

«Ноос» в составе определения закладывает значение «разум», где критериальная база идеи теории подразумевает «разумную» базу, т. е. база построения нооотношений между людьми, у которых сформирована ноокультура удовлетворения потребностей в ноообществе.

Главный основоположник и идеолог теории С. Д. Бодрунов определяет: «Ноономика — отношения не в рамках производства, осуществляемого человеком непосредственно, а отношения по поводу ноопроизводства, развивающегося без прямого участия человека, но регулируемого и направляемого человеческим разумом» [1, с. 167].

Таким образом, можно определить, что ноономика является основополагающим аспектом в становлении ноообщества с трансформирующимися потребностями и человеческими ценностями в совокупности с развитием процесса получения высшего образования. С одной стороны, ноономика становится ориентиром при подготовке высококвалифицированных специалистов, которые в последующем и реализуют новый технологический уклад и нооиндустриальное развитие, с другой стороны, формирует ноообщество, население которого будет не только потреблять материальные блага результатов данного производства, но и удовлетворять свои ценностно-нравственные потребности.

В процессе анализа и систематизации научных данных о влиянии ноономики на конкурентоспособность университета были решены следующие основные задачи.

1. Изучая развитие высшего образования, мы выявили два основных аспекта, связанных с ноономикой:

а) философский, который помогает понять истинные духовные и нравственные потребности и ценности людей в ноообществе;

б) научный, который способствует развитию и экономическому росту ноообщества в условиях трансформации и перехода к новому технологическому укладу в эпоху НИО.2.

2. Анализ становления науки как формы познания и социального института позволил определить этапы развития высшего образования как важного компонента современного общества [2; 3; 4].

Сегодня образовательные организации высшего образования выступают платформой, которая одновременно готовит специалистов для нового индустриального производства и несет социальную ответственность, выполняя функцию нравственного воспитания членов ноообщества [5].

Практическое применение постулатов основных теорий ноономики в университете способствует повышению конкурентоспособности профессорско-преподавательского состава благодаря формированию необходимых компетенций для создания ноообщества с ноокультурой и нравственными ценностями. Предоставляя образовательные услуги на основе ноономики, университеты могут получить конкурентные преимущества благодаря формированию нового типа студенческого сообщества. Это обеспечивает конкурентоспособность региона, где находится вуз, что позволит регионам стабильно функционировать и дальше

развиваться, укрепляя территориальную и экономическую целостность всего государства. Благодаря интеграции «ноономика — образование — производство» Российская Федерация способна и дальше выстраивать структуру развития на основе ноотехнологического уклада, преодолевая санкционное давление в условиях культуры отмены.

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: монография. — М.: Культурная революция, 2018. — 432 с.

2. *Дворядкина Е. Б., Гусейнли К. М.* Научная деятельность университета при обеспечении его конкурентоспособности // KANT. — 2023. — № 4 (49). — С. 28–32.

3. *Дворядкина Е. Б., Гусейнли К. М.* Организация научной деятельности обучающихся как компонент образовательной услуги // Московский экономический журнал. — 2023. — № 12. — URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-12-2023-45/?print=print> (дата обращения: 18.03.2024).

4. *Дворядкина Е. Б., Гусейнли К. М.* Сущность конкурентоспособности университета и обеспечивающих ее факторов // Вестник Академии знаний. — 2023. — № 6 (59). — С. 153–158.

5. *Матвеева А. И.* Механизмы социализации личности в условиях постиндустриализма: монография. — Казань: Бук, 2016. — 186 с.

Научные руководители: **Е. Б. Дворядкина**,
доктор экономических наук, профессор;

А. И. Матвеева,
доктор философских наук, доцент

Д. О. Добренский, И. Р. Любимова, Д. С. Казанцев

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Интеграция производства, науки и образования: опыт Уральского государственного экономического университета

Ключевые слова: интеграция науки, производства и образования; ноономика; методы интеграции; процесс интеграции; интеграция и университеты.

С. Д. Бодрунов рассматривает стратегию России в рамках перехода к ноономике: интеграция науки — это одна из составляющих формирования ноономики [1; 4]. В нашем понимании интеграция науки — это эффективное использование научных достижений из разных сфер жизни общества, их объединение для создания нового или уникального явления, продукта, услуги. Что касается интеграции производства, она возможна только после интеграции науки и образования.

Если в человека на протяжении обучения вкладывать идеи о том, что необходимо развивать свои духовные потребности, после выпуска такие специалисты будут выстраивать работу, интегрировать знания, образование, развивать производство с помощью накопленных знаний таким образом, чтобы оставалось время и возможность реализовывать свои высокие, несимулятивные потребности.

Обратимся к зарубежным методам интеграции науки, образования, производства. Успешное сотрудничество университетов США с крупным бизнесом обусловлено тем, что ведущие западные вузы, как правило, запускают 5-летние благотворительные кампании, получают патенты на изобретения, подписывают лицензионные соглашения [2].

Шведский метод интеграции науки заключается в том, что в этой стране создали закон, обязывающий вузы взаимодействовать с обществом и предоставлять информацию о своей деятельности в форме отчета Агентству по высшему образованию. На основании данной нормы с 1996 г. вузы в Швеции получили право на ведение инновационной деятельности [3].

Важно отметить российский опыт интеграции науки, производства и образования. В 2011 г. на отделении прикладной математики и информатики НИУ ВШЭ была открыта базовая кафедра «Яндекса». Она готовит IT-специалистов. В рамках бакалаврской программы «Прикладная математика и информатика» «Яндекс» отвечает за обучение программированию на первых двух курсах, студенты получают практические знания, востребованные в ведущих технологических компаниях¹.

На сегодняшний день интеграция науки происходит на уровне отдельных проектов, которые затрагивают либо отдельный университет и организацию, либо региональный уровень. Мы думаем, что для создания наукоемкого производства необходимы реформа образования, популяризация знаний гуманитарных наук, создание нормативно-правовой базы, на которой строилось бы взаимодействие учебных заведений и бизнеса.

В Уральском государственном экономическом университете существует высшая школа корпоративного образования, которая реализует два стратегических проекта — «Кадровый резерв — будущее уральской „оборонки“» и «Профессиональная онлайн-платформа для обмена опытом и знаниями». Так, например, за многолетнее сотрудничество с Уралвагонзаводом выстроена целая образовательная система, обучение сотрудников предприятия ведется по всем уровням.

¹ Базовая кафедра Яндекс // Высшая школа экономики. — URL: <https://cs.hse.ru/big-data/yandex/about> (дата обращения: 01.03.2024).

Также Уральский государственный экономический университет активно взаимодействует с работодателями через центр карьеры; за последние три года наблюдается тенденция к увеличению количества заключенных договоров, что является положительным аспектом в процессе интеграции¹.

К стратегическим направлениям участия университета в интеграции науки, производства и образования относятся: продолжение работы по заключению долгосрочных договоров с новыми партнерами; развитие кадрового потенциала, формирование и сохранение, развитие высокопрофессионального коллектива работников для подготовки выпускников, востребованных на рынке труда; подготовка и переподготовка кадров для ведущих предприятий региона; сотрудничество университета с органами власти и управления.

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: монография. — М.: Культурная революция, 2018. — 432 с.
2. *Деревнина А. Ю.* Взаимодействие исследовательских университетов США с индустрией и бизнесом // Университетское управление: практика и анализ. — 2010. — № 4. — С. 60–66.
3. *Седунов А. В., Седунова С. Ю.* Модели взаимодействия университета и делового сообщества: европейский опыт // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. — 2011. — № 15. — С. 146–153.
4. *Силова Е. С.* Возможна ли ноономика в России? (размышления о книге) // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Экономические науки. — 2019. — № 3, вып. 64. — С. 212–215.

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

¹ *Годовой отчет о результатах работы центра карьеры в 2020 г.* / Уральский государственный экономический университет. — URL: <https://profi-rost.usue.ru/ob-institute/dokumenty/godovye-otchety> (дата обращения: 12.03.2024); *Годовой отчет о результатах работы центра карьеры в 2023 г.* / Уральский государственный экономический университет. — URL: <https://profi-rost.usue.ru/ob-institute/dokumenty/godovye-otchety> (дата обращения: 12.03.2024).

В. В. Зверева, В. А. Ермакова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Шеринговые отношения в Российской Федерации: современное состояние и направления развития

Ключевые слова: ноономика; шеринговые отношения; каршеринг; кикшеринг; фудшеринг.

Ноономика — отношения по поводу ноопроизводства, развивающегося без прямого участия человека, но регулируемого и направляемого человеческим разумом [2].

В современном мире у людей появляется все больше симулятивных потребностей, что приводит к неразумному потреблению ограниченных ресурсов. Одним из способов ограничения симулятивных потребностей может послужить совместное потребление, т. е. коллективное использование товаров и услуг, поскольку в рамках теории ноономики разумнее будет платить за временный доступ к продукту, чем владеть им одному.

Шеринг — это совместное потребление того или иного продукта [1]. Развитие шеринговых отношений имеет большое преимущество — рациональное потребление, экономия ресурсов и снижение нагрузки на окружающую среду [3].

Российский шеринговый рынок имеет ряд особенностей.

Во-первых, Российская Федерация характеризуется высокой концентрацией населения в нескольких крупнейших городах-миллионниках, где и формируется в основном шеринг-сообщество.

Во-вторых, изменение менталитета населения страны: формирование поколений (Y и Z), для которых получение впечатлений, мобильность и возможность выразить свою индивидуальность важнее статусного потребления.

В-третьих, активная цифровая трансформация страны, так как именно развитие мобильного интернета и онлайн-платежей является одним из базовых условий развития шеринговых сервисов в России.

В-четвертых, в нашей стране особую актуальность имеют транспортные шеринг-сервисы. Российский рынок карпулинга имеет весьма значительный объем даже по международным меркам.

В настоящее время в других странах шеринговые отношения более развиты. Например, Канадская экономика совместного потребления оценивается в 1,3 млрд долл., 2,7 млн канадцев в возрасте 18 лет и старше участвуют в шеринговых отношениях. В Российской Федера-

ции объем рынка шеринга по оценке экспертов составляет 1 070 млрд р. (2020 г.).

В России наиболее развитыми видами шеринговых отношений являются каршеринг, кикшеринг и фудшеринг.

Каршеринг в России развивается быстрыми темпами, поскольку цены на легковые автомобили растут, а, соответственно, растет стоимость обслуживания и ремонта автомобилей. Данный вид шеринговых отношений хорошо развит только в нескольких регионах (Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область), в других регионах он также присутствует, но не развит.

Кикшеринг — сезонное явления для России, потому что в большую часть года погодные условия не позволяют его использовать. Стоит отметить, что рынок кикшеринга активно развивается не только по показателям объема рынка, но и по численности пользователей и количеству поездок.

Фудшеринг является видом шеринга, который снижает объем пищевых отходов, бережет природу и дает возможность нуждающимся людям получить еду бесплатно. Фудшеринг как отдельный вид благотворительности и продовольственной помощи стал развиваться благодаря фонду «Банк еды „Русь“». Продовольственный фонд «Банк еды „Русь“» в 2022 г. «спас» около 10,2 тыс. т продуктов и товаров, которые были переданы нуждающимся. Чаще всего услугами фудшеринга пользовались следующие регионы: Калужская область, Воронежская область, г. Санкт-Петербург, г. Москва и Московская область, Тульская область и т. д.

Несмотря на то, что шеринговые отношения имеют значительные преимущества, в российской модели шеринговой экономики существует ряд значительных проблем и недостатков, которые затрудняют развитие шеринговых отношений: проблемы правового регулирования; нарастание угроз информационной безопасности; высокий уровень износа основных средств, текущих затрат на обслуживание и ремонт; отсутствие терминологии и разделения бизнес-моделей шеринга по отраслям; непроработанная налоговая система для шеринговых отношений; российский менталитет.

Шеринговые отношения в России имеют большой потенциал. Рассмотренные виды шеринга в прогнозных значениях аналитиков будут увеличивать объемы рынков и количество пользователей. Объем рынка каршеринга в 2027 г. достигнет 171 млрд р., объем рынка кикшеринга к 2025 г. составит 39,5 млрд р., прогнозировать объем рынка фудшеринга сложно, так как это новое направление в России.

Также есть еще несколько видов шеринговых отношений, которые нужно развивать в России: буккроссинг; секонд-хенды; коливинг.

Чтобы развивать шеринговые отношения в Российской Федерации, необходимо доказать населению, что совместное потребление имеет много преимуществ, например, оно более экологично.

Библиографический список

1. *Адактилос А. Д., Чаус М. С., Молдован А. А.* Шеринговая экономика // *Economics*. — 2018. — № 4 (36). — С. 95–100.
2. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: монография. — М.: Культурная революция, 2018. — 432 с.
3. *Самсонова О. А., Глебов С. Д., Мальцев О. Л.* Плюсы и минусы шеринговой экономики // *Вестник науки*. — 2020. — № 7 (28). — С. 71–76.

Научный руководитель: **А. Ю. Титовец**

А. О. Коростелев, И. С. Удалов

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, г. Москва

Ноономика как наука шестого технологического уклада

Ключевые слова: ноономика; техноуклад; знаниеемкость; трансформация промышленности; технологический суверенитет.

В рамках текущего такта развития человечества наблюдается разворот в сторону деглобализации — разрушения ранее устоявшихся связей и взаимодействий мирового сообщества. Этот процесс выражается чередой локальных конфликтов, разрывом логистических цепочек и взаимном санкционном давлении. События обусловлены ресурсной борьбой и переходом на шестой технологический уклад. Следовательно, чтобы оказаться на лидирующих позициях на новом витке развития, России необходима новая ценностная основа экономики.

Концепции ноономики, подразумевающие «другую сторону производства» [1], могут стать ключом к переосмыслению отношений внутри существующей экономической системы, находящейся под деструктивным влиянием потребительской направленности. Ориентация на краткосрочную максимизацию прибыли — основной фактор сдерживания инновационного, качественного развития. Таким образом, для формирования несырьевой системы производства, необходима разработка технологий, которые смогут конкурировать с другими инновациями будущего уклада.

Качественный путь развития и формирование благосостояния невозможны через накопление финансовых активов: деньги не переносятся между технологическими укладами напрямую [2]. Единственный

способ сохранения ценности и активов — это их конвертация в инновационные производственные системы. У России есть как научный, так и материальный потенциал для самостоятельной реализации прорывных проектов. Основная задача — это доведение инноваций до возможности серийного производства. Такое возможно исключительно при массовости разработок и популяризации науки. Создание ценности инженерного капитала, научное развитие ради познания, а не ради прибыли — это и есть смысловой переход к ноономике, выражающийся в смене внутренних приоритетов.

Таким образом, современные тренды явно отражают всеобъемлющий сдвиг. Ноономика может выступить следующей стадией эволюционного развития экономической мысли, формируя понятийную базу для суверенного вектора развития России в среде технологий 6-го технологического уклада.

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: концептуальные основы новой парадигмы развития // *Journal of new economy*. — 2019. — Т. 20, № 1. — С. 5–12
2. *Краткие материалы экспертного сообщества «Усть-Качка» за 2020–2022 гг.* — Пермь: Литера, 2023. — 82 с.

Научный руководитель: **Н. В. Седова**,
доктор экономических наук, профессор

М. Ш. Рахманбердыев, Б. В. Джалилов, М. С. Шаназаров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Оценка рисков предприятия в условиях нового времени

Ключевые слова: оценка рисков; ноономика; анализ; риски; угрозы.

В настоящее время на территории Российской Федерации продовольственная безопасность признана одним из стратегически важных направлений деятельности. Продовольственная политика, ориентированная на устойчивость и рост сельскохозяйственного производства, играет регулирующую роль и является необходимым условием в развитии агропромышленного комплекса страны. Продовольственные компании оказывают значительное воздействие на сельские территории Российской Федерации. Благодаря им растут поступления в местные бюджеты, возобновляется обработка заброшенных земель, включая орошаемые земли, воссоздание племенного и семенного хозяйства,

стандартизация качества сельскохозяйственной продукции, рост урожайности, продуктивности скота, производительности труда за счет использования высокоэффективной сельскохозяйственной техники, прогрессивных методов работы.

Актуальность работы заключается в том, что в условиях современной экономики ноономика ориентирована на обеспечение экономической безопасности и сталкиваются с различными рисками, которые могут негативно сказаться на деятельности и прибыльности. Оценка рисков позволяет выявить потенциальные угрозы и принять меры для их снижения или предотвращения. Пример ООО «Тамбовский бекон» позволяет рассмотреть конкретный случай оценки рисков. Оценка рисков позволяет компаниям выявлять потенциальные угрозы и возможности, связанные с их деятельностью, и разрабатывать стратегии по их минимизации. Для этого необходимо проанализировать внешнюю и внутреннюю среду компании, чтобы выявить факторы, которые могут повлиять на ее деятельность, оценить вероятность возникновения риска и возможные последствия.

Целью исследования является оценка рисков предприятия, входящего в состав мясного сегмента агрохолдинга (на примере ООО «Тамбовский бекон»).

Используя ноономические данные, исследователи могут выявить закономерности в потребительском спросе, предпочтениях и особенностях поведения потребителей, что помогает выработать меры по сохранению продовольственной безопасности.

Таким образом, в процессе написания работы достигнута основная цель — проведена оценка рисков на примере предприятия ООО «Тамбовский бекон». На основе достижения поставленной в исследовании цели можно сделать вывод, что наблюдается отрицательная динамика имущественного положения организации в рассматриваемый период, что связано с изменением рынка во время пандемии. Также у ООО «Тамбовский бекон» достаточно денежных средств и краткосрочных финансовых вложений для погашения наиболее срочных обязательств. Рентабельность компании за последний год имеет отрицательные значения, но отмечается явное повышение выручки.

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

В. Е. Сметанина, С. Д. Купрейчик, А. П. Павлова

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург

Предпосылки формирования нообщества в Евразийском экономическом союзе

Ключевые слова: нообщество; цифровизация; Евразийский экономический союз; нономика; инновации.

Для сохранения преимущества на мировой арене необходимо активно развивать инновационный потенциал и создавать наукоемкие технологии, модернизировать производство, внедрять цифровые технологии и искусственный интеллект. Эти аспекты развития являются факторами формирования нообщества, где ключевую роль играют знания, а не материальные ресурсы. Переход к нообществу подразумевает изменения в приоритетах и ценностях, направленных на удовлетворение потребностей не только экономического, но и социального характера. Развитие нообщества в Евразийском экономическом союзе является стратегическим вектором, который предполагает переход от потребления природных ресурсов к их воспроизводству и от экономической рациональности к ноорациональности. Основываясь на работах С. Д. Бодрунова, можно утверждать, что перспективы нообщества зависят от того, насколько успешно страны смогут осуществить переход к новому этапу развития. Авторы настоящей статьи видят перспективу перехода к нообществу в рамках инновационного международного стратегического альянса, а именно Евразийского экономического союза. Научная новизна данного исследования состоит в том, что авторами был рассмотрен вопрос развития нономики в рамках региональной экономической интеграции. Экономические показатели, разработанные авторами, могут стать основой для дальнейших исследований и разработок для оценки готовности стран к переходу к нообществу и для принятия решений в рамках интеграционных процессов Евразийского экономического союза.

Обсуждается создание цифрового пространства Евразийского экономического союза, которое представляет собой пространство цифровых процессов, данных и инфраструктуры, способствующее улучшению экономического сотрудничества и эффективности взаимодействия между странами-членами. Цифровые технологии снижают барьеры торговли, улучшают взаимодействие и способствуют конкурентоспособности. Это также способствует транснациональному сотрудничеству и развитию новых форм сотрудничества, а также укрепляет экономиче-

ское партнерство и конкурентоспособность региона. Проект по развитию цифрового пространства Евразийского экономического союза до 2025 г. направлен на комплексную цифровую трансформацию экономики с целями увеличения эффективности экономических процессов и создания инструментов для расширения на мировые рынки.

Определены следующие приоритеты для создания и развития цифрового пространства Евразийского экономического союза: цифровая трансформация отраслей, цифровая модернизация управления и интеграционных процессов, формирование цифрового рынка, развитие цифровой инфраструктуры, нормативное обеспечение процесса трансформации. Основные отрасли, в которых происходит цифровизация, включают транспортную инфраструктуру, здравоохранение, государственное управление и энергетику. Также важна цифровая модернизация механизмов управления и создание цифрового рынка. Ключевыми направлениями развития цифрового рынка являются регулирование цифровых услуг, развитие рынка данных и улучшение человеческих ресурсов.

Для развития цифровой инфраструктуры в Евразийском экономическом союзе предложены меры, включающие создание стандартов управления рисками и функциональной надежности, а также обеспечение безопасности цифровых инфраструктур и создание общего домена для стран-членов. Нормативно-правовое обеспечение также важно, включая разработку Цифрового кодекса Евразийского экономического союза и других законодательных инициатив. Важно также рассмотреть этические и правовые вопросы в области цифровых технологий, что подчеркнули участники форумов и конференций по цифровой трансформации.

Предпосылки для формирования цифрового кодекса включают стратегии развития цифровой экономики и информационного общества в странах-членах Евразийского экономического союза. В рамках этого проекта предлагается содействовать взаимному признанию цифровых сертификатов, развитию единой цифровой инфраструктуры, обмену опытом цифровизации и реализации механизмов поощрения инноваций. В России планируется создание региональных научно-образовательных консорциумов «Вернадский» с целью развития кадрового потенциала и совместных проектов.

В аналитической главе исследуются показатели цифровизации, включая вклад цифровой экономики в валовой внутренний продукт, инвестиции в информационно-коммуникационные технологии, затраты на научные исследования и разработки, а также культурные особенности стран-членов Евразийского экономического союза. Сниже-

ние вклада цифровой экономики в валовой внутренний продукт отмечается у большинства стран, за исключением Кыргызстана. Россия лидирует по инвестициям в информационно-коммуникационные технологии и затратам на научные исследования. Кыргызстан сокращает свои вложения в научные исследования.

Для сохранения конкурентных преимуществ необходимо активно развивать инновационные технологии, модернизировать производство, внедрять цифровизацию и искусственный интеллект. Организации, способные адаптироваться к обновлению знаний, увеличению производственных мощностей и развитию человеческого капитала, окажутся в лидерах. Эти аспекты развития являются ключевыми для формирования ноообщества, ориентированного на знания, культуру и устойчивое использование ресурсов. Евразийский экономический союз стремится к развитию в направлении ноономики и ноообщества, что требует значительных изменений. Цифровое развитие и интеграция процессов являются ключевыми шагами в этом направлении. Совместные усилия государств-членов, частного сектора, академического сообщества и общественных организаций необходимы для успешной реализации этой стратегии. Такое развитие Евразийского экономического союза обеспечит высокий уровень жизни, развитие человеческого потенциала и формирование гармоничного общества.

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

И. А. Сычев, А. М. Прозоров

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ноономика для России: возможности и барьеры реализации интеллектуальной модели экономики

Ключевые слова: ноономика; инновации; искусственный интеллект.

В настоящее время концепция ноономики или экономики знаний приобретает все большую актуальность. Ноономика рассматривается как новая модель развития общества и экономики, в которой приоритетное положение занимают знания, инновации и интеллектуальные ресурсы. Переход к экономике знаний предполагает опору на нематериальные активы: информацию, технологии, человеческий капитал вместо классических рыночных факторов производства.

Концепция ноономики базируется на ряде ключевых принципов: приоритет интеллектуального развития, рассмотрение знаний как первостепенного экономического ресурса, защита интеллектуальной собственности, ориентация на развитие человеческого и творческого потенциала.

Анализ текущего состояния России показывает определенный прогресс в формировании ноономики, включая рост доли высокотехнологичных отраслей в валовом внутреннем продукте и увеличение инновационной активности организаций (см. таблицу). Однако по сравнению с мировыми лидерами уровень инноваций и вклад наукоемких секторов в экономику остаются достаточно низкими.

**Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей
в валовом внутреннем продукте Российской Федерации за 2011–2021 гг.**

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом внутреннем продукте Российской Федерации, %	19,6	20,2	21,0	21,6	21,1	21,3	21,8	21,3	22,2	24,4	22,9

Примечание. Составлено по: *Индикаторы инновационной деятельности: 2023: стат. сб.* / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др. — М.: ВШЭ, 2023. — 292 с.

Основными барьерами для перехода России к ноономике являются институциональные проблемы (ненадлежащая защита интеллектуальной собственности, низкая эффективность распространения и внедрения инноваций), кадровый дефицит из-за недостатков системы образования, а также технологическое отставание в некоторых ключевых областях.

Опыт стран-лидеров, таких как США, Швеция, Япония и Южная Корея, демонстрирует важность государственных инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, развитие человеческого капитала, тесную интеграцию науки и бизнеса, а также создание благоприятной среды для инноваций посредством налоговых льгот, грантов и государственных закупок.

Для успешной реализации модели ноономики в России необходимо определить приоритетные высокотехнологичные отрасли (информационные технологии, биотехнологии, новые материалы, «зеле-

ные» технологии и авиация), провести реформу образования для развития востребованных навыков, усилить защиту интеллектуальной собственности и стимулировать коммерциализацию инноваций. Ключевую роль также играют институциональные преобразования для повышения эффективности и нацеленности на инновации государственных структур.

Переход к ноономике требует долгосрочных системных инвестиций в человеческий капитал, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, цифровую инфраструктуру и комплексное сотрудничество государства, бизнеса, научных кругов и гражданского общества. Только объединив усилия всех заинтересованных сторон, Россия сможет преодолеть существующие барьеры и реализовать свой потенциал в рамках новой интеллектуальной экономической модели.

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

А. И. Уткин, Р. К. Солбаков, В. А. Плотников

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Симулятивные и несимулятивные потребности в ноономике

Ключевые слова: ноономика; ресурсы; симулятивные и несимулятивные потребности.

Ноономика — это совершенно новый, основанный на гипотетической четвертой промышленной революции и качественном изменении в сознании людей, тип хозяйственной системы. Основная задача экономики — эффективное использование ограниченных ресурсов для удовлетворения постоянно растущих потребностей людей [3]. Однако в ноономике структура человеческих желаний несколько изменяется, и их подразделяют на две группы — симулятивные, т. е. те потребности, мерой и средством удовлетворения которых является вовсе не полезность товара, а его стоимость, и несимулятивные [1]. Под последними же понимаются, в первую очередь, все те человеческие желания, которые не могут быть удовлетворены при помощи материального производства. Характерными примерами в данном случае могут служить самореализация, саморазвитие, членство в определенных общественных объединениях и т. д. [2]. Однако, несмотря на, казалось бы, полную противоположность, симулятивные и несимулятивные потребности очень похожи между собой, ведь механизмы формирования у них невероятно схожи. Социальная среда и развитие информационных технологий — главный драйвер возникновения как одних из рассматриваемых нами

человеческий желаний, так и других. Интересной также является схожесть в методах удовлетворения, пусть и косвенная [4]. Симулятивные потребности «закрываются» материальным производством, при этом люди часто отдают предпочтение более дорогим товарам, руководствуясь одной мыслью: дороже — значит, лучше [1, с. 256–297]. Примеров этому существует огромное множество: дорогие и дешевые лекарственные препараты с практически идентичными составами, практически одинаковая одежда, отличающаяся лишь наклейкой определенного бренда и т. д. Но интересно то, что в удовлетворении несимулятивных желаний такое может наблюдаться точно так же. Возьмем, к примеру, саморазвитие и самореализацию. Сейчас на рынок вышло огромное количество так называемых «коучей» личностного роста, которые за совсем не малые деньги помогут (по крайней мере, пообещают помочь) достичь успеха, намеченных целей и реализовать свой внутренний потенциал. Но соразмерна ли стоимость услуг пользе от занятий с «коучами»? Разумеется, нет. Выходит, и та, и другая группа рассматриваемых нами желаний людей удовлетворяются по одинаковым принципам. К тому же обязательно стоит упомянуть частную ассимиляцию несимулятивных и симулятивных потребностей. То, что раньше было необходимым предметом быта (к примеру, самовар), сегодня служит предметом роскоши и «показного потребления», переходя в другую группу желаний. И это далеко не единственный пример: каждый из нас, наверняка, слышал, как некоторые люди рассказывают о своих занятиях с дорогим психологом или тренером. При этом почти никто не говорит о том, какую реальную пользу приносят такие «коучи».

Конечно, несмотря на большое сходство, различия у симулятивных и несимулятивных потребностей также имеются, и главное из них — это последствия их удовлетворения. Чтобы дать всем желающим новые гаджеты, обеспечить одежду на каждый день, предоставить самые современные квартиры, производственная система работает «на полную», потребляя все больше и больше ресурсов. Следствием этого является катастрофический вред экологии, истощение недр, массовая вырубка лесов и вымирание целых видов животных. Помимо этого, удовлетворение симулятивных потребностей рано или поздно ведет к ухудшению психоэмоционального состояния людей [6]. Как же с этим бороться? Мы предлагаем сначала обратить внимание на сохранение окружающей среды. Ужесточение экологического законодательства, активная посадка деревьев, облагораживание земель — все это позволит продлить «дни» человечества на нашей планете. Также следует регулярно проводить опросы среди населения, проработать механизм оказания людям доступной и качественной психологической помощи, что не-

сколько нивелирует ментальные последствия исполнения симулятивных желаний.

В случае же с несимулятивными потребностями ситуация обстоит не так остро. Они тоже наносят вред окружающей среде, ведь далеко не все хобби людей можно назвать экологичными (к примеру, охота), но последствия здесь существенно меньше, а положительных аспектов, нужно признать, гораздо больше. Мы предлагаем перенести все методы нивелирования последствий от удовлетворения симулятивных потребностей и на эту группу желаний. Ведь экологическое законодательство будет сдерживать неэкологичные хобби членов общества, а массовое озеленение, создание специализированных социально направленных государственных учреждений и оказание людям психологической помощи в условиях ноономики и качественного изменения сознания человека станут новыми несимулятивными потребностями членов общества [5].

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: монография. — М.: Культурная революция, 2018. — 432 с.
2. *Бодрунов С. Д.* Ноономика как новая парадигма сбалансированного эколого-экономико-социотехнологического развития // Энергия: экономика, техника, экология. — 2018. — № 9. — С. 32–36.
3. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: траектория глобальной трансформации: монография. — М.: Культурная революция, 2020. — 214 с.
4. *Квинт В. Л., Бодрунов С. Д.* Стратегирование трансформации общества: знание, технологии, ноономика: монография. — СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2021. — 351 с.
5. *Пономарев В. П.* Трехмерная структуры мышления и ноономика // Гуманитарное пространство. — 2020. — Т. 9, № 3. — С. 352–366.
6. *Степанова Т. Д.* Генезис ноономики: человек как высшая ценность и главное средство развития // Экономическое возрождение России. — 2020. — № 2 (64). — С. 180–187.

Научный руководитель: **В. А. Плотников**,
доктор экономических наук, профессор

И. А. Утробин, Е. А. Храмова, Н. И. Замерова

Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь

Роль креативных профессиональных социальных сетей в ноономике

Ключевые слова: ноономика; профессиональные социальные сети; креативные индустрии; личностный рост.

В данной работе рассматривается взаимодействие новой парадигмы экономики и профессиональных социальных сетей. Описывается влияние профессиональных социальных сетей на человека и процессы становления ноономики с помощью профессиональных социальных сетей. Выделены новые направления развития профессиональных социальных сетей в рамках приближения к ноономике за счет цифровой трансформации.

Цель исследования состояла в том, чтобы узнать, нужно ли для установления ноономики создание креативных профессиональных социальных сетей. Задачами стали узнать значимость профессиональных социальных сетей для человека и их сущность, узнать о формировании личностного роста за счет профессиональных социальных сетей, а также изучить формирование их ценностей как одно из возможных проявлений ноономики.

Для начала были сформированы проявления ноономики для уточнения ее сущности: децентрализация, глобализация, культурный аспект, инновации, цифровизация, человек и его потребности и экономика. После мы выделили основные аспекты, основываясь на работе С. Д. Бодрунова¹. Ими стали: культурный аспект, люди и их потребности, инновации и цифровизация. Возможность распространения интернета стало одной из частью проявлений и предпосылок для установления связи ноономики и профессиональных социальных сетей. С помощью графика можно установить, что уровень проникновения интернета в Российской Федерации за последние несколько лет держится на значении выше 80 %². Следовательно, покрытие интернета в Российской Федерации может способствовать распространению ценностей ноономики.

¹ Бодрунов С. Д. Общая теория ноономики: учебник. — М.: Культурная революция, 2019. — 504 с.

² Digital 2024: Russian Federation // DATEREPORTAL. — 2024. — February 23. — URL: <https://datereportal.com/reports/digital-2024-russian-federation> (дата обращения: 12.03.2024).

Исходя из таких составляющих ноономики, как цифровизация и культурные аспекты, мы выделили объект исследования — профессиональные социальные сети. Авторы считают, что они находятся на пересечении креативных индустрий и ноономики и являются одной из ступеней становления ноономики.

Просмотр контента профессиональных социальных сетей — способ узнавать новое, обучаться и развиваться в своей области. Профессиональные социальные сети способствуют повышению квалификации, расширению круга общения и повышению эффективности работы; содержат специфические разделы, направлены на обмен знаниями, карьерный рост.

В ходе нашего исследования было выявлено, что тренинги личностного роста сейчас не сильно востребованы, однако потребность в самосовершенствовании существует. Предполагаем, что эту нишу могут занять профессиональные социальные сети.

Навыки, которые могут сформироваться и помочь достичь успешного личностного роста: способствуют формированию самооценки и самопонимания; создают возможность повышения репутации и авторитета пользователя в профессиональной сфере; один из инструментов, который помогает человеку достигать своих целей и быть успешным; улучшает навыки общения и разрешения конфликтов.

Одним из таких проектов профессиональных сетей является Widen, концепция которого заключается в создании профессиональной платформы для представителей креативной индустрии, на которой есть все необходимое для специалиста: нетворкинг, единомышленники, полезный контент и заказчики. Ценности компании, которые будут транслироваться на платформе, — поддержка, взаимовыручка, сотрудничество и «экологичное» общение.

Креативные профессиональные социальные сети важны в ноономике, так как обладают схожими с ней ценностями, которые мы выявили за счет решения задач исследования. Будущими направлениями развития выделяем следующие: развитие профессиональных социальных сетей в других сферах и укрепление возможности ноономики за счет креативной индустрии.

Научный руководитель: **Е. А. Антинескул**,
кандидат экономических наук, доцент

И. О. Фалин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Ноономика: инновационная теория для гармоничного и духовного развития личности и общества

Ключевые слова: ноономика; наука; социальные проблемы; развитие личности; духовность; культурное общество; общественное производство.

Общественные отношения в рамках ноономики анализируются с учетом современных подходов и корреляции между духовностью и развитием личности.

Ноономика представляет собой инновационную научную теорию, которая предлагает новые пути к успеху и процветанию. Она позволяет расширить горизонты сознания и достижений, способствуя укреплению личностного развития и общественной гармонии. Ноономика позволяет взглянуть на будущее с учетом социальных и духовных аспектов и технологических изменений, способствуя устойчивому развитию.

В периоды нестабильности материальные интересы часто преобладают, что может привести к утрате культурных ценностей. Прогресс и стабильность общества возможны лишь в духовно насыщенной среде. Духовные потребности направляют технологии и экономику. Личностное развитие — центральная цель общественного становления, способствующая формированию человеческих качеств и расширению культурных горизонтов. Важна осознанная самореализация.

Ключевые факторы развития духовности остаются постоянными, хотя изменяется их взаимосвязь. Становление индивидуальности должно определять общие направления, соответствующие высшим стандартам культуры человечества. Поддерживание в человеке священных моральных знаний имеет важное значение. Рост числа творческих и научных профессий способствует формированию образованного и культурного общества. Образование как средство передачи опыта и знаний способствует раскрытию внутреннего потенциала личности и воздействует на духовность общества. Новые варианты свободы иногда могут угрожать морали. Возможны столкновения ценностей, однако духовность способна сглаживать их конфликты. Взаимодействие между индивидуумом и культурой оказывает существенное воздействие на формирование личности. Понимание собственной роли в рамках культурного контекста влияет на различные аспекты личностного развития. Поддержание связи с духовностью является важным фактором для согласования всех взаимодействующих аспектов.

Исследователи и философы изучают взаимодействие в рамках ноономики с целью достижения гармонии и благополучия, учитывая современные подходы. Одной из интересных концепций является концепция ноономики. Согласно теории, предложенной С. Д. Бодруновым, принятие решений одним индивидуумом влияет на других членов общества, которые также имеют свои интересы и право на выбор. Ответственные отношения рассматриваются как взаимное противоречие, решение которого достигается посредством социального консенсуса. Принцип солидарности в рамках ноономики подразумевает, что каждый член общества должен заботиться о благополучии остальных. Укрепление солидарности способствует уменьшению социальных конфликтов и увеличению социальной справедливости. Эффективная стратегия развития должна включать использование всех доступных инструментов для создания модели экономики и общества, которая бы освободила людей от подчинения друг другу в обществе. Правительство России решило поддерживать принцип солидарности для построения ответственных отношений, что нашло отражение в последних изменениях Конституции, принятых в 2020 г.

Взаимодействие между личностью и обществом играет важную роль в решении социальных и духовных проблем. Личность формируется под влиянием общественных факторов, включая культурные и социальные особенности окружающей среды. Взаимодействие между индивидуумом и обществом имеет ключевое значение для достижения гармонии и развития, поскольку общество оказывает влияние на личность через социальное давление, ценности, а также предоставляет возможности для самореализации и развития. Уравновешенное взаимодействие между индивидуальностью и коллективом способствует решению разнообразных социокультурных задач, поощряя толерантность, взаимопонимание, эмпатию и уважение к различиям. Создание гармоничного и стабильного общества, где каждый имеет возможность раскрыть свой потенциал, является результатом этого взаимодействия. Концепция ноономики выделяет важность развития личности как ценного элемента общества. Формирование новой духовной культуры требует установления новых ценностей, основанных на устойчивом социокультурном прогрессе и почитании прав и свобод каждого гражданина. Образование играет решающую роль в закладывании этих ценностей и развитии индивидуума.

Для успешного перехода к ноообществу важно уделить внимание формированию новых ценностей, улучшению межличностных взаимодействий и развитию образования. Государственные структуры могут использовать принципы ноономики при разработке стратегии для уста-

новления новых социокультурных связей и взаимодействий в обществе. Необходимо продолжать исследования в области ноономики для успешного приспособления к переменам в обществе и развития необходимых навыков для интеграции в ноосообщество.

Научный руководитель: **А. И. Матвеева**,
доктор философских наук, доцент

А. В. Чупина

Пензенский государственный университет, г. Пенза

Роль знаний и процесса познания в человеческой деятельности и формировании потребностей

Ключевые слова: познание; ноономика; удовлетворение потребностей; знания.

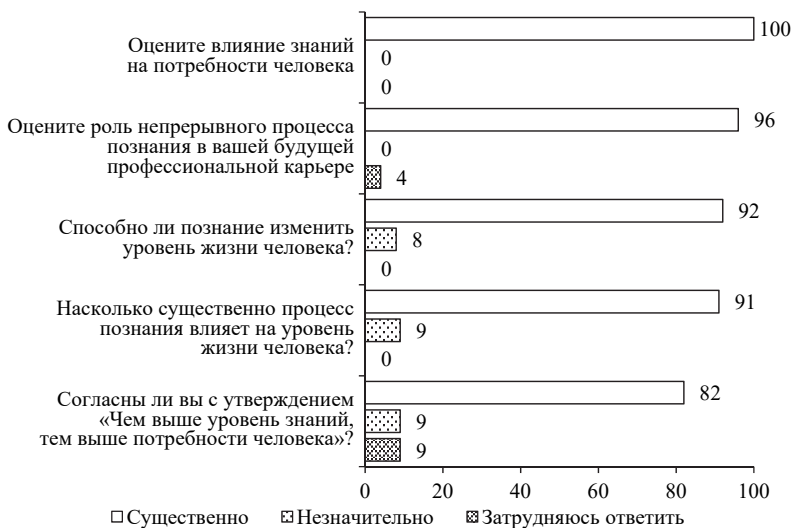
Человечество с момента своего появления на Земле стремится познать мир вокруг себя. Этот процесс, основанный на накоплении и использовании знаний, называется познанием. Познание — высшая форма отражения объективной действительности, процесс выработки истинных знаний. Первоначально познание представляло собой одну из сторон практической деятельности людей; постепенно, в ходе исторического развития человечества, оно стало особой деятельностью.

Неразрывную связь потребностей и познания подтверждает существование такой науки, как ноономика. Теория ноономики — это наука о формировании (объективно возможном и необходимом) и осознании жизненных потребностей, в том числе через раскрытие роли знаний в общественном развитии, о практическом и объективно грядущем способе их удовлетворения (с выделением особенностей ноопроизводства). При этом ноономика — это не мифическое и сверхдалекое от современного человека и общества будущее, ее генезис наблюдается уже сегодня [1, с. 13]. В отличие от экономики, которая оперирует понятием рационального максимизирования удовольствий индивида, ноономика представляет собой альтернативный подход к формированию потребностей, известных как ноопотребности. Процесс их удовлетворения в рамках ноономики не подчиняется экономическим расчетам, а исходит из глубокого понимания истинной ценности этих потребностей [3, с. 104].

Ноономика предполагает, что главным источником развития производства станет знание, а не материальный ресурс; господствующие симулятивные потребности в обществе постепенно отойдут на второй план, вытесняемые потребностью в знании; система имущественного

неравенства сменится системой неравенства способностей и талантов [2, с. 9].

Проведенный нами опрос среди студентов в возрасте от 18 до 25 лет относительно взаимосвязи процессов познания и формирования потребностей, а также влияния знаний на уровень жизни позволил сделать вывод о том, что современные студенты осознают связь между знаниями и потребностями, понимают степень влияния познания на их жизнь (см. рисунок).



Результаты опроса о роли познания в жизни человека, %

Так, все опрошенные оценили степень влияния знаний на потребности человека как существенную; 96 % респондентов считают, что непрерывное познание окажет существенное влияние на их будущую карьеру; 92 % опрошенных придерживаются мнения, что познание способно изменить уровень жизни человека; 91 % респондентов уверены в существенном влиянии процесса познания на уровень их жизни; 82 % опрошенных согласны с утверждением «Чем выше уровень знаний, тем выше потребности человека», и только 9 % затруднились с ответом. Таким образом, знания и компетенции, которые люди приобретают в процессе обучения, могут значительно повлиять на их способности понимать, распознавать, удовлетворять свои потребности и достигать своих целей.

На наш взгляд, формирование устойчивой базы знаний о себе и окружающем мире в студенческом возрасте является важным аспектом дальнейшего карьерного роста. Обеспечив студентов информацией о том, как использовать полученные знания на практике, возможно взрастить талантливых и грамотных специалистов своего дела. Важно предоставить молодым людям возможность узнать, как разумно распоряжаться своими ресурсами в процессе удовлетворения большого количества потребностей, не тратя энергию и время на бессмысленные желания, не представляющие никакой пользы.

С этими задачами может хорошо справиться введение в учебный процесс дополнительного факультатива по изучению науки ноономики. Он может быть предназначен для активных, заинтересованных наукой людей, готовых уделить свое свободное время на дополнительное образование.

На наш взгляд, с помощью принципов ноономики мы, как граждане Российского государства, будем выстраивать новую модель нашего общества, базисом которого станет не беспрерывное стремление к богатству, а осознанность в любых видах деятельности, в том числе разделе материальных ресурсов.

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* Генезис ноономики: НТП, диффузия собственности, социализация общества, солидаризм // *Экономическое возрождение России*. — 2021. — № 1 (67). — С. 5–14.
2. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: концептуальные основы новой парадигмы развития // *Известия Уральского государственного экономического университета*. — 2019. — Т. 20, № 1. — С. 5–12.
3. *Бодрунов С. Д.* Ноономика: траектория глобальной трансформации: монография. — М.: Культурная революция, 2020. — 224 с.

Научный руководитель: **Г. Н. Тугускина**,
доктор экономических наук, доцент

В. А. Шелгинская

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург

Управление ивент-деятельностью в бифуркационной точке развития: между консьюмеризмом и аутентичностью

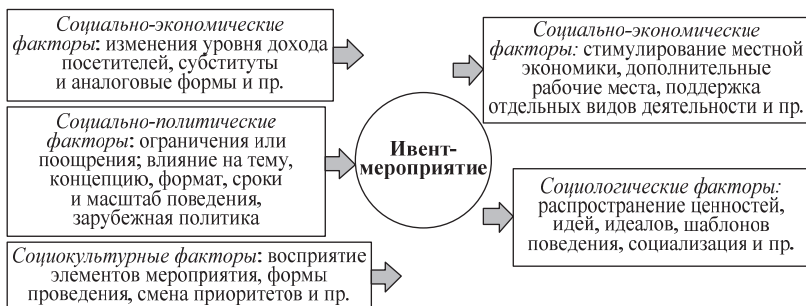
Ключевые слова: ивент-менеджмент; социальное управление; поведение потребителя; когнитивные технологии.

Понимание характера и направления изменений восприятия целевой аудитории в период неопределенности служит залогом эффективного стратегического управления и повышения устойчивости организации в период неопределенности, когда обостряются риски переосмысления существующих отношений как уже относительно устоявшимися целевыми аудиториями, так и группами, только формирующими свои предпочтения.

Совокупность потребностей, приобретенных за время доминирования креативной культуры и ценностей демонстративного потребления, получает импульс к трансформации в одном из возможных направлений: к иррационализации или, наоборот, рационализации [1; 2]. Таким образом, цель проведенного исследования — установление особенностей восприятия атрибутов ивент-деятельности целевыми группами на современном этапе.

Сравнительный анализ литературы и теоретико-методологический анализ позволили предположить, что, во-первых, привлекательные качества мероприятия не сводятся и не ограничиваются рекреационным или зрелищными аспектами; во-вторых, вероятно наличие территориальных особенностей восприятия атрибутов ивент-мероприятия посетителями.

Значимый фактор, способный повлиять на восприятие ценности атрибутов мероприятия и выбор траектории развития, связан с установлением подлинных и симулятивных потребностей, определяющих мотивы посещения мероприятий и поведенческие решения на них. Это, в свою очередь, связано с пониманием как внешне-декларируемых мотивов и потребностей, так и внутренних, продиктованных истинными ценностями и императивами потенциального посетителя, или, иначе говоря, его ноопотребностями. При этом на выполнение данных функций, в свою очередь, неизбежно влияет локальная социокультурная, социально-экономическая, политическая среды (см. рисунок) [3].



Характеристика диссипативной системы «ивент-мероприятие» [3]

В целях разработки дальнейшей конкурентной стратегии субъекту управления необходимо своевременно установить, с какой именно ситуацией он имеет дело, насколько подлинные, аутентичные потребности целевого посетителя отходят от симулятивных, порожденных креативной культурой и практикой демонстративного консьюмеризма.

На основе комбинации качественных и количественных методов эмпирического исследования при руководящих принципах социально-синергетического и социокультурного подходов установлены следующие особенности, влияющие на выработку управленческих решений в рассматриваемой области:

- 1) двухуровневая специфика восприятия ивент-мероприятий аудиторией, обусловленная сочетанием симулятивных и несимулятивных потребностей в периоды (соответственно) принятия решения о посещении и фактического посещения мероприятия;
- 2) зависимость степени выраженности данной специфики от типа города;
- 3) особенности коммуникативной политики организатора и ее взаимосвязь с формированием ожиданий и фактически оказываемым воздействием на посетителя;
- 4) особенности реализации управляющего воздействия с учетом вышеуказанных закономерностей.

Таким образом, была подтверждена выдвинутая гипотеза о том, что восприятие ивент-мероприятия неоднозначно, зависит от городской специфики окружения посетителя, а также неотъемлемо от конкретного этапа взаимодействия потенциального посетителя с организующей стороной и, соответственно, может быть использовано субъектами управления в целях как конкурентного преимущества (в рамках ивент-менеджмента или менеджмента организации), так и социально-ответственного управления.

Выявленные закономерности позволили предложить и обосновать возможные управленческие решения, направленные на повышение эффективности реализации целевых функций ивент-мероприятий, повышение контролируемости процессов и устойчивости деятельности организации в нестабильных условиях.

Библиографический список

1. *Бодрунов С. Д.* К вопросу об императивах формирования ноообщества: десимулятизация потребностей // Ноономика и ноообщество. — 2022. — Т. 1, № 4. — С. 13–20.
2. *Джабборов Д. Б., Бузгалин А. В.* За пределами глобализации: перспективы для Евразии. Кембриджские дискуссии // Экономическое возрождение России. — 2017. — № 3 (53). — С. 67–72.
3. *Haewen L.* A Study of the relationship between city branding and event content // The journal of the Korea contents association. — 2021. — Vol. 21, no. 7. — P. 328–339.

Научный руководитель: **И. А. Кох**,
доктор социологических наук, профессор

А. А. Щенина, Е. П. Шевелева, Э. И. Гараева

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград

Изменение структуры занятости в условиях перехода к НИО.2

Ключевые слова: НИО.2; новая технологическая революция; интеллектуализация; структура занятости.

Широкое распространение технологий оказывает значительное влияние на мировую экономику, способствуя переходу к НИО.2 и требуя от нас адаптации к информационному обществу. Структура занятости играет ключевую роль в формировании экономического ландшафта в условиях НИО.2, вызывая необходимость освоения новых профессиональных навыков и готовности к постоянным изменениям [1].

Произойдет развитие новых профессий, в частности: инженеров и специалистов в области робототехники, специалистов по городскому планированию и разработке экологически чистых проектов для обеспечения инновационного развития городов, консультантов по здоровой старости, специалистов по цифровой безопасности и контролю за деятельностью роботов.

Для обеспечения повышения эффективности развития государство должно инициировать обучение по новым специальностям, разви-

вать инфраструктуру для облегчения внедрения инноваций, способствовать привлечению инвестиций в инновационную сферу.

Адаптация работников к НИО.2 становится более успешной при наличии развития новых навыков и компетенций: умения работать с данными, аналитического мышления и гибкости в умственном подходе. Это подчеркивает важность постоянного самообразования и готовности к принятию перемен [2].

Современные рекомендации включают в себя освоение новейших технологий, развитие мягких навыков, способности к коллективной работе и гибкости в оценке ситуаций. Также ключевое значение придается желанию постоянного профессионального роста и готовности к адаптации к сменяющимся обстоятельствам [3].

Главным фактором успеха в эпоху НИО.2 становится не только техническая компетентность, но и способность к творческому мышлению, адаптивности и постоянному обучению. Важно сохранять оптимизм, мотивацию и веру в личные силы для преодоления вызовов новой эры и достижения новых высот.

Библиографический список

1. *Абрамова О. А.* Профессии будущего: какие компетенции будут необходимы сотрудникам? // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2017. — № 11. — С. 25–28.
2. *Бодрунов С. Д.* Общая теория ноономики: учебник. — М.: Культурная революция, 2019. — 504 с.
3. *Жерносек К. А.* Структура занятости как основной индикатор экономического развития российского общества // Актуальные вопросы экономических наук. — 2009. — № 4-2. — С. 31–34.

Научный руководитель: **А. Б. Симонов**,
кандидат экономических наук, доцент

ФИНАНСОВЫЙ КОНСТРУКТОР

Научно-прикладной конкурс



А. А. Антипина, Ю. А. Чубачук, А. А. Фильчак

Сургутский государственный университет, г. Сургут

Страхование онлайн

Ключевые слова: финансовая грамотность; страхование; мобильное приложение; страховщик; страховой договор.

Актуальность финансового продукта обусловлена развитием цифровых технологий, которые изменяют способы взаимодействия с клиентами в страховой отрасли. В этой связи мобильное приложение «Мое страхование» позволит обеспечить удобство для целевой аудитории, доступность и оперативность в оформлении и управлении страховкой, что сделает его актуальным и востребованным инструментом на рынке страховых услуг в Российской Федерации.

Важно отметить социальную направленность предлагаемого продукта — приложение позволит повысить уровень финансовой грамотности населения в области страхования, тем самым обеспечив защиту и финансовую стабильность граждан в случае наступления различных негативных событий, таких как болезни, несчастные случаи, утрата имущества и т. д.¹ Кроме того, рынок страхования способствует росту экономики, так как страховые компании оказывают значительное влияние в инвестиционной деятельности и поддержании финансовой устойчивости. Таким образом, мобильное приложение «Мое страхование» выступает инструментом, повышающим эффективность страхового рынка Российской Федерации.

Целевой аудиторией потребителей продукта выступают юридические, а также физические лица от 18 до 75 лет. Так, в авторском прило-

¹ *Зонников А. П.* К вопросу о понятии и видах страхования гражданско-правовой ответственности // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. — 2015. — № 63. — С. 59–62.

жении вне зависимости от организационно-правовой формы будут представлены всевозможные предложения на российском рынке страхования. Выбранный возраст целевой аудитории обусловлен тем, что лишь по достижении 18 лет доступны все виды страхования. При этом, по статистическим данным, максимальный возраст страхователя составляет 75 лет¹.

В качестве формата авторского продукта выбрано мобильное приложение с возможностью использования с помощью сети Интернет.

Данное приложение предназначено для использования на смартфонах и планшетах разных платформ (iOS, Android). Приложение будет реализовано на русском языке. Для удобства использования на смартфонах и планшетах интерфейс разработан с учетом портретной ориентации.

Стартовый экран содержит следующие элементы: кнопки «меню» и «личный кабинет» в верхней части экрана; в центральной части экрана располагаются блоки: «ознакомительный», «информационный», «обучение»; в нижней части располагается кнопка «подбери свою страховку» для перехода к подбору оптимальной страховки и всплывающее окно с возможностью общения с чат-ботом.

Мобильное приложение обладает рядом преимуществ и удобных функций для клиентов, например, простота и доступность: клиенты имеют возможность в любое время и в любом месте получить доступ к своему личному кабинету, отслеживать статус своих страховых случаев, планировать приобретение новых видов страховок, проверять новости и изменения на страховом рынке, а также общаться с агентами через мобильное приложение. Это позволяет им быть в курсе всех событий и иметь быстрый и удобный доступ к информации. Отдельно стоит отметить такую функцию, как «трекинг страховых случаев»: через приложение клиенты могут отслеживать каждый этап обработки своего страхового случая, загружать фото- и видеоматериалы, связываться с агентами и оперативно получать обновления. Одним из главных преимуществ авторского проекта выступает безопасность и конфиденциальность: клиенты смогут безопасно хранить и обмениваться важными документами, обеспечивая при этом конфиденциальность и защиту информации. Все данные будут защищены с помощью передовых технологий шифрования, и доступ к ним будет иметь только авторизованный пользователь.

¹ Котенева О. Страхование жизни станет невыгодно для пожилых и детей? // Banki.ru. — 2021. — 16 нояб. — URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10956333> (дата обращения: 18.03.2024).

Это исключит возможность несанкционированного доступа к конфиденциальным документам и гарантирует сохранность информации. Таким образом, клиенты могут быть уверены в надежной защите своих данных от утечек или потерь. Также приложение «Страхование онлайн» носит просветительский характер за счет блока «обучение и информирование». Отметим, что, используя чат-бот в мобильном приложении, клиенты смогут получить быстрые ответы на вопросы и подобрать оптимальное страхование

Финансовый продукт «Страхование онлайн» — социальный проект, который будет предоставлять бесплатную информацию обо всех аспектах страхования, помогая гражданам разобраться в этой сложной области. Благодаря этому приложению пользователи смогут получить все необходимые знания о рынке страхования, подобрать и заключить выгодный для себя страховой договор и защитить свое имущество и здоровье.

Научный руководитель: **А. А. Корепанова**

В. Ю. Демидова, В. П. Обухова

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

іБолит: инвестиции в здоровье

Ключевые слова: медицина; искусственный интеллект; инвестиции; мини-клиника; AI-технологии.

Проект создания мини-клиники с искусственным интеллектом имеет высокую актуальность в современном мире. Такие клиники могут быть установлены в удобных местах, где бывает много людей. Так, наиболее привлекательными стали центральные районы Москвы, Санкт-Петербурга и Казани. Таким образом, мини-клиники с искусственным интеллектом могут стать важным звеном в обеспечении качественной и доступной медицинской помощи населению.

На первом этапе, т. е. после реализации мини-клиник в тестовом формате, необходимо оценить результаты и эффективность работы мини-клиники с использованием AI-технологий, обратной связи от клиентов и анализа полученных данных для улучшения качества предоставляемых услуг и повышения удовлетворенности пациентов. Посредством финансирования на основании краудфандинговой платформы, можно обеспечить доступность высококачественной медицинской помощи широкому кругу населения. Все желающие смогут внести свой вклад в проект и стать частью инновационной и перспективной

инициативы в области здравоохранения. В качестве благодарности участники могут получить различные бонусы, такие как скидки на медицинские услуги, приглашения на открытие клиники и другие привилегии. Так, площадкой с наиболее привлекательными условиями будет являться Boomstarter.

Данный проект достаточно инновационный и имеет ряд преимуществ:

- медицинская консультация в любое время без очередей;
- нет необходимости записываться заранее;
- возможность получить психологическую консультацию в рамках болезни;
- клиники оснащены компьютерами с искусственным интеллектом.

Помимо этого, есть и недостатки проекта:

- неточная постановка диагноза;
- ограниченное количество мини-клиник;
- отсутствие личного общения с доктором;
- искусственный интеллект может дать только рекомендации;
- недоверие людей к искусственному интеллекту.

Для большинства людей здоровье — одна из самых популярных тем не только разговоров, но и поиска в интернете. Ему посвящено более 4 % поисковых запросов, почти 7,5 млн в день. Три самые большие темы связаны с поиском информации о лекарствах, болезнях и симптомах, о поликлиниках и врачах. Лекарства — это самая популярная тема (34 % запросов о здоровье). Примерно в 30 % запросов люди упоминают конкретные болезни или любые проблемы со здоровьем, а также описывают симптомы.

Согласно статистике, летом люди болеют реже, а зимой чаще ищут болезни и лекарства, но самым тяжелым месяцем оказался март: в марте больше всего запросов о здоровье вообще, а также выше интерес к лекарствам¹. Множество людей ежедневно посещает поликлиники, в том числе и ради простых консультаций, что создает большие очереди.

Искусственный интеллект в настоящее время все больше набирает популярность, присутствуя во множестве сфер. Также он используется в системе здравоохранения для улучшения эффективности и снижения нагрузки на врачей. Искусственный интеллект может анализировать снимки рентгена, магнитно-резонансной томографии и компьютерной томографии, подсвечивать области, на которые врачу следует обратить особое внимание.

¹ *Официальные* статистические показатели // ЕМИСС. — URL: <https://www.fedstat.ru/?ysclid=lv0ty6ojoz731683954> (дата обращения: 10.03.2024).

Ряд систем искусственного интеллекта позволяют медицинским учреждениям детально анализировать клинические данные и получать более глубокое представление о здоровье пациентов. Современные медицинские программы на основе искусственного интеллекта находят лучшие планы лечения в соответствии с клиническими данными пациентов и могут гибко изменять эти планы под влиянием сопутствующих факторов, что снижает затраты и повышает эффективность лечения.

В Китае распространена система виртуального врача — компания Ping An Good Doctor. Пациент в такой клинике заходит в комнату площадью 3 м² и ведет разговор (чат) о своих симптомах с «облачным врачом», которого зовут AI Doctor. Роль виртуального врача заключается в сборе анамнеза и подготовке плана диагностики.

Для Российской Федерации данная идея также может быть актуальна. Наличие автоматизированных медицинских кабинок — нововедение, которое станет актуальным среди граждан.

Таким образом, создание кабинок AI Doctor в России может стать перспективным бизнес-проектом для предпринимателей, обеспечивая возможность получения дохода, расширения бизнеса и инвестирования в инновационные технологии в сфере здравоохранения. Помимо этого, данный проект находится в рамках развития сети национальных медицинских исследовательских центров и внедрения инновационных медицинских технологий, также в России существуют субсидии для инновационных стартапов.

Научный руководитель: **Е. А. Чернышева**,
кандидат экономических наук, доцент

**Н. А. Зырянов, Е. В. Корюков, Р. О. Демьяник,
А. А. Мешечкова, Т. Ю. Ветрова**

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Страхование беспилотных транспортных средств

Ключевые слова: страхование; беспилотные транспортные средства; почтовая и курьерская связь; доставка.

Целевой аудиторией проекта являются:

1) действующий в этой сфере «Яндекс», имеющий укомплектованный технопарк, являющийся единственным в стране. Сотрудничество с «Яндекс» будет наиболее продуктивно и финансово выгодно за счет его возможностей поддержки своих роверов и других информаци-

онных технологий и медиапродуктов, которые позволят как улучшить работу, так и увеличить значительно большие охваты медиарекламы;

2) курьерские компании, которые пока не имеют в своих активах рободоставщиков. Данная категория интересна тем, что позволит страховым компаниям отработать механизмы работы страхового продукта в различных регионах, а также с самым различным оборудованием и софтом, по итогу позволив сформировать стабильный механизм работы устройств личной доставки;

3) компании, еще не вышедшие на рынок, но желающие работать в сфере курьерской доставки с использованием беспилотных транспортных средств.

В проект входит создание нового страхового продукта, направленного на уменьшение рисков и затрат, связанных с эксплуатацией беспилотных транспортных средств и дронов под управлением искусственного интеллекта.

Страховка сможет защитить компанию от финансовых потерь в случае непредвиденных обстоятельств, таких как аварии, кражи или технические сбои. Так компания сможет уберечь свои вложенные в роботов деньги. Наличие страховки укрепит доверие клиентов к роботам-доставщикам, что приведет к увеличению спроса на их услуги. Страхование беспилотных робокурьеров позволяет предпринимателям защитить свой бизнес от потерь, связанных с непредвиденными ситуациями. Такие полисы могут включать в себя покрытие в случае повреждения или утраты робокурьера, ответственности перед третьими лицами, страхование грузов и другие виды защиты.

Роботы-курьеры могут столкнуться с рядом сложностей на дороге, включая пешеходов, автомобили и прочие преграды, что может привести к авариям и повреждениям самих роботов и окружающих людей, вследствие чего будут появляться спорные ситуации по поводу возникновения страхового случая. Роботы могут подвергнуться краже или значительному ущербу со стороны людей. Сложности также может вызвать окружающая среда.

В России наблюдается значительное развитие и многообразие страховых продуктов. Это многообразие продуктов позволяет клиентам выбирать наиболее подходящие им варианты для защиты своих интересов и имущества. Кроме того, страховые компании активно совершенствуют продукты, учитывая изменяющиеся потребности и требования клиентов, а также современные технологии. Вместе с тем аналоги предлагаемого продукта на рынке отсутствуют, так как доставки с помощью роботов и дронов только проникают в жизнь общества и недостаточно распространены, но в скором времени данная тенденция изменится.

Основой для страхового продукта станет механизм работы ОСАГО в нашей стране, подразумевающий обязательный общий платеж, взимаемый за каждое устройство личной доставки и выплаты от страховой компании в случае дорожно-транспортного происшествия, произошедшего по вине беспилотников.

Наземные системы доставки имеют фиксированное количество дорожно-транспортных происшествий ввиду их регулярного движения в транспортном потоке, статистика по дронам пока все же недостоверная и больше связана с погодными условиями, однако по имеющимся данным можно сделать вывод о достаточно высоком уровне безопасности транспортных средств ввиду крайне малого числа дорожно-транспортных происшествий в расчете на период использования. Во-вторых, крайне важным фактором является отношение окружающих людей, которое может быть негативным, однако тут наша страна пока проявила себя значительно лучше практики США, так как у нас не было зафиксировано ни одного нападения на ровер. В-третьих, это влияние погодных условий на функционирование систем доставки и, если действия американских рободоставщиков не были усугублены этим фактором, роверы «Яндекса» столкнулись со всем спектром погодных условий средней полосы России.

Вероятность наступления страхового события является одним из ключевых понятий в области страхования. Она определяет шансы того, что застрахованный риск действительно произойдет, и определяется на основе различных факторов, таких как статистика, история страхования и экспертные оценки. В проекте рассчитаны следующие показатели:

- вероятность наступления страхового события;
- средняя страховая сумма на один застрахованный предмет;
- среднее страховое возмещение;
- основная часть нетто-ставки;
- рисковая надбавка;
- тариф брутто;
- страховая премия.

Страхование беспилотных робокурьеров играет важную роль в обеспечении безопасности и стабильности их использования, а также способствует развитию и расширению технологических возможностей в области доставки товаров и услуг.

Научный руководитель: **Ю. В. Бутрина**,
кандидат экономических наук, доцент

Материнский защитник: я хочу жить

Ключевые слова: страховой продукт; внезапная беременность; финансовая защита.

Актуальность предлагаемого страхового продукта обусловлена наличием следующих проблем:

— ухудшение демографической ситуации, которая в конечном счете приведет к демографическому кризису. Проблематика данной ситуации состоит в том, что количество подростков в два раза меньше относительно численности населения среднего возраста;

— резкое сокращение численности российского населения. Как показывает статистика, за последние 25 лет видна резкая естественная убыль численности населения (приблизительно 1 100 000 чел.) и тенденция к снижению численности населения будет продолжаться. Среди причин Росстат отмечает увеличение доли пожилых людей и снижение рождаемости;

— снижение количества фертильных девушек, при этом в России фертильным считается возраст от 15 до 49 лет. Под эту категорию по состоянию на 1 января 2022 г. попадали 34 млн женщин;

— увеличение частоты ранней беременности. Так, в России примерно 30 % девушек вступают в половые связи до достижения 18 лет, при этом средний возраст начала половой жизни — 16 лет, однако есть множество случаев и более ранней половой жизни;

— рост количества аборт, в том числе в подростковом возрасте. Несмотря на то, что за последние пять лет число абортов среди несовершеннолетних сократилось, сложившаяся в России демографическая ситуация и назревшие проблемы требуют более комплексного решения.

Для решения указанных проблем должны быть задействованы многие инструменты. На взгляд авторов, одним из инструментов, который может дать достойную защиту девочкам-подросткам — страхование от ранней беременности (или страхование от беременности несовершеннолетних). В связи с этим, целевая аудитория, на которую направлен страховой продукт — это подростки (12–17 лет) и их родители.

Предлагаемый страховой продукт будет иметь два возможных варианта: рисковое и рисковно-накопительное страхование. Так, рисковое страхование от ранней беременности направлено на широкую аудиторию и имеет первичную цель дать не только финансовую, но и медицинскую защиту застрахованному лицу.

К преимуществам данного продукта следует отнести:

— высокие страховые выплаты, которые фактически находятся на уровне материнского капитала, предоставляемого по государственной программе;

— срок страхования не превышает год и дает определенную гибкость выбора размера страховых взносов;

— относительно низкие размеры страховых взносов, которые варьируются в зависимости от возраста застрахованного лица (подростка).

Комбинированное (или рисковно-накопительное) страхование от ранней беременности предоставляет не только возможность получить страховую защиту, но и создать накопления с защитой капитала.

Данный продукт также имеет свои преимущества:

— высокая финансовая защита;

— гарантированный процент дохода;

— возможность вернуть часть уплаченных средств с помощью социального налогового вычета по НДФЛ.

Для подтверждения актуальности авторского страхового продукта проведено анкетирование среди молодого поколения, в том числе уже ставших молодыми родителями. Результаты опроса показали, что большинство из опрошиваемых лиц в случае столкновения с рассматриваемой ситуацией не смогут финансово помочь своему ребенку.

Основными каналами продвижения страхового продукта будут выступать уличная реклама (билборды и реклама в метро), Web-реклама (например, отличным вариантом послужит шоу «Беременна в 16»), а также официальный сайт страховой компании.

Отметим, что предлагаемый страховой продукт может столкнуться с определенными рисками, такими как намеренная беременность, плановый аборт, отказ от ребенка или от его воспитания.

Поэтому для снижения вероятности проявления указанных рисков можно предложить:

— периодические выплаты, осуществляющиеся застрахованному лицу после рождения ребенка;

— мониторинг условий проживания застрахованного лица и ребенка.

Как показали результаты проведенного анкетирования и расчет экономической эффективности предлагаемого решения, в перспективе (в случае его внедрения) данный страховой продукт будет достаточно востребован аудиторией и способен предоставить достойную финансовую помощь девочке-подростку и ее ребенку, тем самым молодая мать получит поддержку.

В заключение отметим, что разработанный и предложенный страховой продукт является жизнеспособным, актуальным и эффективным финансовым инструментом, позволяющим обеспечить финансовую за-

щиту родителям и подросткам, попавшим в тяжелую жизненную ситуацию, которая, увы, не всегда решается в пользу поддержки подростка.

Научный руководитель: **Т. Д. Одиноква**,
доктор экономических наук, доцент

П. Е. Новикова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Инвестиции в здоровый образ жизни

Ключевые слова: инвестиции; краудинвестинг; краудфандинг; социально ориентированный проект.

Рынок инвестиций в России развивается высокими темпами. Существует большое количество способов инвестирования, позволяющих получить не только доходность от вложений, но и удовлетворить иные интересы инвесторов. Возрастает заинтересованность в инвестициях, направленных на создание реальных объектов. В связи с этим предлагается новый инвестиционный продукт, который может стать интересен многим неквалифицированным инвесторам — инвестиции в здоровый образ жизни.

Инвестиции в здоровый образ жизни — это инвестиционный продукт, основанный на привлечении средств при помощи краудинвестирования на специализированной площадке, целью которого является привлечение инвестиций на строительство физкультурно-оздоровительного комплекса в Екатеринбурге или другом городе.

Краудинвестирование — это альтернативный финансовый инструмент для привлечения капитала в стартапы и предприятия малого и среднего бизнеса от широкого круга частных инвесторов, которыми могут быть как физические, так и юридические лица [1].

Исходя из плана развития города, необходимо принять решение о строительстве нового физкультурно-оздоровительного комплекса в одном из отдаленных, но плотно заселенных его районов.

По примерным расчетам, сумма инвестиций, необходимых для постройки комплекса, составляет более 1 млрд р. Отвлечение такой суммы из оборота действующей компании может негативно повлиять на ее деятельность, либо же строительство комплекса не входит в ближайшие планы ее развития. В этой связи решение о привлечении доли инвестиций посредством краудфандинга является наиболее предпочтительным.

Предложение о коллективном вложении денежных средств может быть размещено на крупнейшей российской инвестиционной платформе *Planeta.ru*. Данная платформа создана для поддержки новых социально-актуальных проектов и привлечения финансирования [2].

Планируется привлечь таким способом 200 млн р. Предельный срок сбора средств — не более 6 месяцев. Сумма вложения может быть любой, начиная от 30 тыс. р. Максимальное количество инвесторов не должно быть ограничено, но книга заявок закрывается при наборе заявленной суммы финансирования проекта.

Для повышения интереса инвесторов к данному проекту предусмотрена программа вознаграждения участников. При вложении денежных средств инвесторы имеют привилегии в зависимости от вложенной суммы. При пожертвовании средств от 30 тыс. р., инвесторы получают полугодовой абонемент на безлимитное посещение всех секций комплекса. При вложении от 100 тыс. — аналогичный абонемент, но на два года. При вложении от 5 млн р., инвестор становится премиальным клиентом клуба и имеет право на бесплатное посещение физкультурно-оздоровительного комплекса бессрочно. Принимать участие в крауд-кампании могут также и юридические лица. В таком случае, при вложении денежной суммы от 5 млн р., есть возможность рассмотреть индивидуальные условия: возможность рекламной интеграции или иные варианты сотрудничества.

Таким образом, инвесторы буквально «покупают» себе здоровый образ жизни — возможность заниматься спортом в новом, технически оснащенном комплексе недалеко от своего места жительства. Помимо этого, инвесторы поддерживают развитие города и его социально-инфраструктурную оснащенность, стимулируя и других граждан на участие в спорте.

Реализация данного инвестиционного проекта направлена на поддержку строительства физкультурно-оздоровительных комплексов, что положительным образом повлияет на уровень развития района и города. Благодаря краудинвестированию, или же «народному» инвестированию, в России появляются новые интересные проекты и перспективы развития социальной среды, которые положительно влияют на уровень и качество жизни граждан нашего государства.

Библиографический список

1. Русскова Е. Г., Чайкина Е. В., Чайкин В. Ю. Инвестиционные платформы в инфраструктуре финансового рынка Российской Федерации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. — 2019. — Т. 21, № 2. — С. 90–98.

2. *Хачатурова Е. А., Ивашкин М. В.* Краудфандинг как инструмент финансирования социально ориентированных проектов // Весенние дни науки: сб. докл. Междунар. конф. студентов и молодых ученых (Екатеринбург, 21–23 апреля 2022 г.). — Екатеринбург: УрФУ, 2022. — С. 1293–1296.

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

Д. Р. Садретдинов, Е. Е. Балабаев, Я. А. Бараковских
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Золотой токен — цифровой инструмент для привлечения капитала

Ключевые слова: золото; блокчейн; цифровые финансовые активы; инфляция.

Долговой цифровой токен — форма представления актива или ценности в блокчейне, своего рода цифровой сертификат, который предполагает вернуть обязательства компании перед его владельцем¹. Можно утверждать, что это аналог долговых ценных бумаг в мире цифровых финансовых активов.

Механизм реализации золотого токена заключается в займе финансовых ресурсов под обеспечение физическим золотом золотодобывающей компании-эмитента, а для инвестора — возможность получения структурного дохода, который будет зависеть от уровня ключевой ставки и от роста цены на мировое золото.

Физическое золото как обеспечение исполнения обязательств будет депонировано в запасах (хранилищах) золотодобывающей компании. У данного цифрового финансового инструмента будет прописан ковенант (обязательство), что при объявлении дефолта по любому из видов обязательств компании на 1 токен будет выплачена стоимость 1 г золота, установленная Банком России на день нарушения ковенанта.

Расчет доходности долгового цифрового финансового актива будет зависеть от размещения золотого токена с рыночной премией к номиналу и дополнительной купонной доходностью, рассчитанной по формуле

¹ *В России* запустили токены на недвижимость. Риски и перспективы рынка // РБК Инвестиции. — 2023. — 30 марта. — URL: <https://realty-rbc-ru.turbopages.org/realty.rbc.ru/s/news/6422fb099a7947757eca34d8> (дата обращения: 26.01.2024).

$$КД = \frac{КС + Тпр_{Au}}{12},$$

где КД — купонная доходность на расчетный месяц; КС — ключевая ставка на первое число расчетного месяца; $Тпр_{Au}$ — темп прироста цены 1 г золота (официальный курс Банка России) за предыдущий календарный месяц перед расчетным месяцем.

Темп прироста цены 1 г золота для расчета купонной доходности учитывается с размером шага в 0,05 %.

Купонная выплата будет выплачиваться первого числа каждого месяца.

Максимальная купонная доходность данного цифрового финансового инструмента не больше (ключевой ставки + 5 %) / 12.

Минимальная купонная доходность данного цифрового финансового инструмента равна 0, при отрицательном темпе прироста золота за предыдущий календарный месяц.

Параметры выпуска золотого токена:

— номинал равен 10 000 р.;

— ежемесячная выплата купонов;

— срок обращения от 3 до 5 лет;

— налогообложение аналогичное налогообложению сделок с имуществом с возможностью получения льготы долгосрочного владения.

По Федеральному закону от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» выпуск, учет и дальнейшая продажа цифровых финансовых активов может происходить только на информационной площадке, на которой такие цифровые финансовые активы выпущены.

Авторами предложено для выпуска, обращения и учета «золотого токена» использовать небанковскую кредитную организацию акционерное общество «Национальный расчетный депозитарий» (НКО АО НРД), которая включена Банком России в реестр операторов информационных систем.

Обеспечение совершения сделок, осуществление расчетов по сделкам, осуществление взаимодействия с инвесторами берет на себя публичное акционерное общество «Московская биржа», поскольку данная площадка включена в реестр операторов обмена цифровых финансовых активов от Банка России¹.

¹ *Цифровые* финансовые активы // Московская биржа. — URL: <https://www.moex.com/ru/digital-assets> (дата обращения: 26.01.2024).

Для совершения какой-либо сделки с цифровыми финансовыми активами инвестору и эмитенту нужно будет зайти в личный кабинет на сайте Московской биржи.

Преимущества выпуска золотого токена для эмитента:

- новый финансовый инструмент в цифровой форме, предназначенный для привлечения заемного капитала;
- быстрая процедура выпуска токена (процесс выпуска цифровых финансовых активов обычно занимает не более одной недели, что значительно ускоряет доступ к финансированию);
- большие запасы золота на складе компании могут быть использованы под обеспечение токена.

Недостатки выпуска золотого токена для эмитента:

- наличие затрат на проведение эмиссии токена;
- процентный риск изменения ключевой ставки;
- издержки на хранение физического золота на складах.

Преимущества покупки золотого токена для инвестора:

- токен обеспечен физическим золотом золотодобывающей компании;
- возможность получения дохода на уровне ключевой ставки;
- возможность получения дополнительного дохода от роста мировой цены золота;
- безопасность (каждый участник платформы проходит идентификацию по Федеральному закону от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»). А блокчейн гарантирует безопасность и невозможность подмены информации).

Недостатки покупки золотого токена для инвестора:

- кредитный риск эмитента;
- процентный риск изменения ключевой ставки;
- рыночный риск изменения цены золота.

Таким образом, предлагаемый новый финансовый продукт дает возможность квалифицированным инвесторам получать доходность выше, чем от банковскогоклада, а эмитентам получать более доступный заемный капитал по сравнению с банковскими кредитами и облигационными займами.

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

Инвестиционные метры

Ключевые слова: долевое строительство; инвестор; утилитарное цифровое право; цифровое свидетельство.

Стремительно развивающийся научно-технический прогресс, глобальные экономические и социальные преобразования подвели современное общество к переходу на совершенно новый уровень развития, связанный с цифровой экономикой и цифровизацией всех основных сфер государственной и общественной жизнедеятельности [3]. В рамках этого нового уровня развития в экономической среде появляются инструменты, позволяющие реализовать новые идеи и продукты.

Особую актуальность развитие рынка участия в долевом строительстве приобретает в условиях цифровизации российской микро-правовой системы, в которой за последние годы появилось множество новых инструментов, связанных с финансовой сферой, в том числе с инвестиционной составляющей [2].

Рост инфляции, медленное увеличение реального дохода, отсутствии понимания ряда граждан относительно стратегий на рынке ценных бумаг — факторы, которые побуждают к созданию нового инструмента, адаптированного под нужды российского рынка. Продукт, о котором пойдет речь в этой статье, носит название «инвестиционные метры».

Анализ рынка жилья в России свидетельствует о том, что в зависимости от уровня средней заработной платы в регионе срок накопления первоначального взноса для приобретения жилья по ипотечным программам варьируется от 4,5 до 6 лет.

За это время, как правило, меняются условия по минимальному взносу, отменяются льготные программы и могут обесцениться накопления граждан. В этой связи новые инструменты, позволяющие оптимизировать процесс приобретения жилья гражданами, нуждаются в особом изучении и проработке.

Действующее российское законодательство с недавнего времени вводит в экономико-правовой оборот такое понятие, как утилитарное цифровое право¹, которое, на взгляд авторов, может быть положено

¹ Под *утилитарным* цифровым правом понимаются цифровые права, указанные в ч. 1 и 3 ст. 8 Федерального закона от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

в основу продукта под названием «цифровой метр». В предлагаемой конструкции «цифровой метр» — это утилитарное цифровое право, стоимость которого изменяется вместе с ценой на совокупный индекс стоимости квадратных метров на каждом этапе строительства в различных объектах. По мнению экспертов, цифровые права в широком понимании термина стали трендом современной юриспруденции [1] и, добавим, экономики.

С точки зрения финансовых инвестиций продукт «цифровой метр» является альтернативой заработка на фондовом рынке, а с позиции реальных инвестиций этот инструмент позволит в дальнейшем осуществить приобретение недвижимости.

Лица, приобретающие «цифровой метр», овецищенный в утилитарном цифровом праве, становятся владельцами цифровых свидетельств, которые, в силу Федерального закона от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», являются неэмиссионными бездокументарными ценными бумагами, не имеющими номинальной стоимости и удостоверяющими принадлежность владельцу «цифрового метра». Цифровое свидетельство выдается депозитарием обладателю утилитарного цифрового права, учет которого осуществляется этим же депозитарием. Посредством вторичного рынка цифровых свидетельств происходит передача прав на утилитарные цифровые права, опосредованно подтверждающие факт владения «цифровым метром». Схематично концепция продукта «цифровой метр» представлена на рисунке.



Концепция выпуска «цифрового метра»

В рамках представленной схемы эмитент — застройщик, имея прогнозный план по сдаче в эксплуатацию жилья, передает информацию управляющей компании. Управляющая компания работает с застройщиками, отслеживает процент готовности жилья и передает информацию об объектах оператору инвестиционной платформы.

Инвесторы — как физические, так и юридические лица на первичном и вторичном рынках приобретают утилитарные цифровые права на квадратные метры жилых помещений посредством владения цифровыми свидетельствами.

Депозитарий ведет учет прав на цифровые свидетельства и отслеживает переход прав на утилитарные цифровые права на вторичном рынке.

Посредник в лице банка необходим для оформления ипотечного займа в случае покупки жилья и потребности в кредитных инструментах.

Собственник является лицом, приобретающим жилье через управляющую компанию с учетом передачи оператором утилитарных цифровых прав в размере, соответствующем жилой площади квартиры.

В заключение стоит отметить, что перегретый резким ажиотажем ипотеки рынок жилья сегодня нуждается в сдерживающих этот процесс инструментах.

Продукт «цифровой метр» может привлечь внимание не только действующих инвесторов и планирующих покупку будущих собственников, но и тех, кто отложит покупку в связи с выбором в пользу покупки утилитарных цифровых прав на метры новостроек.

Библиографический список

1. *Акинфиева В. В.* Утилитарные цифровые права в современных условиях трансформации экономики // Пермский юридический альманах. — 2020. — Вып. 3. — С. 397–407.

2. *Колесников Ю. А., Борисов Б. А.* Об особенностях прав по договору участия в долевом строительстве как утилитарных цифровых прав // Business. Education. Law. — 2022. — № 1 (58). — С. 179–182.

3. *Хасимова Л. Н., Ющенко Н. А., Гайфутдинова Р. З.* Утилитарные цифровые права в условиях развития цифровой экономики // Вестник экономики, права и социологии. — 2021. — № 1. — С. 106–109.

Научный руководитель: **Ю. В. Гудошникова**,
кандидат экономических наук, доцент

А. А. Филимонов

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Нейроинвестиционный фонд

Ключевые слова: инвестиции; искусственный интеллект; финансовая грамотность; робоэдвайзинг.

В России уровень финансовой грамотности до сих пор остается на недостаточно высоком уровне.

Так, в соответствии с результатами исследования Института фонда «Общественное мнение» по состоянию на 2022 г., лишь 30 % опрошенных умеют рассчитать простой процент, 45 % делали сбережения за последний год; 50 % считают, что важно заботиться о завтрашнем дне¹.

Радует то, что за последние пять лет показатели финансовой грамотности молодежи улучшаются. Молодые люди больше, чем взрослые, занимаются планированием своего будущего и предпочитают сберегать, а не тратить деньги. Также среди молодежи выше показатель инвестиционной активности (23 % против 11 % респондентов)².

Трендом, который оказывает значительное влияние на финансовый сектор, является развитие IT-технологий, в частности, искусственного интеллекта. Нейросети уже используются для написания текстов, генерирования картинок и даже программирования³.

Одним из направлений его использования является анализ больших массивов данных. Именно поэтому искусственный интеллект является привлекательным инструментом для работников финансового сектора, в частности для финансовых аналитиков и инвестиционных советников.

Диапазон функций искусственного интеллекта в инвестировании и трейдинге может выглядеть следующим образом: анализ ценовых графиков, макроэкономических показателей, финансовых и политиче-

¹ *Исследование* уровня финансовой грамотности: четвертый этап / Банк России. — 2023. — URL: https://cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/fin_ed_4/ (дата обращения: 18.03.2024).

² *Обзор* российского финансового сектора и финансовых инструментов: анализ. материал / Банк России. — 2022. — URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43892/overview_2022.pdf (дата обращения: 18.03.2024).

³ *Погудин С.* Нейросеть для инвестирования. Стоит ли полагаться на искусственный интеллект? // *Финам.Ру* — 2023. — 18 июля. — URL: <https://www.finam.ru/publications/item/neyroset-dlya-investirovaniya-stoit-li-polagatsya-na-iskusstvennyy-intellekt-20230718-1623/> (дата обращения: 19.03.2024).

ских новостей, отчетности компаний и их пресс-релизов, иные данные, которые могут оказывать влияние на состояние рынка.

На взгляд автора, применение нейросетей для инвестиционных целей гражданами может оказать положительное воздействие на финансовый сектор и на экономику страны в целом.

Среди предполагаемых эффектов можно отметить: увеличение потока инвестиционных поступлений, а как следствие, более эффективное развитие предприятий и организаций, увеличение объема накоплений у населения страны.

Удобным и эффективным инструментом, посредством которого стало бы возможным реализовать данную идею, может стать нейроинвестиционный фонд. Его суть заключается в объединении принципов работы классических фондов с элементами нейророзэкономики, в частности, применения искусственного интеллекта для финансового анализа и создания персонализированного инвестиционного портфеля для каждого инвестора.

Процесс формирования индивидуальной стратегии будет состоять из следующих шагов:

1) анализ поведенческих данных. При использовании алгоритмов машинного обучения, а также теоретической базы поведенческой экономики, будут анализироваться данные о финансовом поведении инвестора, его решениях и предпочтениях;

2) прогнозирование тенденций рынка. Используя возможности искусственного интеллекта, можно будет предсказывать будущие тенденции и направления развития финансовых рынков;

3) создание персонализированного портфеля. Основываясь на предыдущих шагах, будет создан индивидуальный инвестиционный портфель, который бы учитывал, как предпочтение инвестора, так и тенденции рынка;

4) управление портфелем. Данный фонд будет автоматически реагировать на изменение ситуации на рынке, управляя портфелем, чтобы достичь оптимальных результатов.

Такой продукт смог бы предложить инвесторам инновационный подход к управлению своими финансами и инвестициям, используя современные технологии для финансового анализа и уменьшения рисков. Он подойдет как профессиональным инвесторам, так и новичкам — тем, кто только делает свои первые шаги в инвестициях.

В настоящее время ни в России, ни за рубежом не существует такого инструмента. Наиболее похожим, но все-таки отличающимся сервисом, является робоэдвайзинг. Он может сформировать инвестиционный портфель, но сделает это на основании данных, предоставленных

ему аналитиками, а не посредством анализа нейросетью рынка на данный момент¹. В качестве базовых параметров, робот использует информацию об уровне допустимого риска, финансовых целях инвестора и горизонте планирования. Наиболее популярными российскими «робосоветниками» сейчас являются: ФИНАМ Robo-Advisor, Тинькофф Инвестиции, Альфа-Капитал, Робот-советник ВТБ, Yummy, Right. Все эти проекты, за исключением роботов от Тинькофф Банка и ВТБ, взимают комиссию за свои услуги.

Робоэдвайзинг имеет ряд преимуществ, например: возможность заниматься инвестициями без знаний и опыта, с минимальными затратами времени, не совершая ошибок по причине субъективных предубеждений. Однако, у него есть и некоторые недостатки, в том числе отсутствие обратной связи и ограниченный функционал.

Именно путем создания данного инновационного продукта, можно не только решить вышеперечисленные проблемы, но и освободить инвесторов от зависимости от банков, позволить им инвестировать на независимой платформе².

Научный руководитель: **Е. А. Чернышева**,
кандидат экономических наук, доцент

¹ *Финансовый* сектор российского рынка: как анализировать и выбирать компании // БКС Экспресс. — 2023. — 24 авг. — URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/finansovyi-sektor-rossiiskogo-rynka-kak-analizirovat-i-vybirat-kompanii> (дата обращения 19.03.2024).

² *Мовчан А.* Ненужные банки: почему финансовый сектор России раздут // Forbes. — 2015. — 3 апр. — URL: <https://www.forbes.ru/finansy/regulirovanie/284797-nenuzhnye-banki-pochemu-finansovyi-sektor-rossii-razdut> (дата обращения: 18.03.2024).

DeFi КАК ВЫЗОВЫ НОВОЙ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

Конкурс научно-исследовательских работ



К. Р. Анисимова, Д. М. Коковина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

SWOT-анализ выхода на рынок DeFi для коммерческого банка

Ключевые слова: DeFi; банки; SWOT-анализ; трансграничные расчеты.

В условиях осложнения международной обстановки, многие организации столкнулись с проблемой потери иностранных контрагентов из дружественных стран, которые опасаются вторичных санкций. В данной статье мы решили привести SWOT-анализ выхода на рынок DeFi для традиционного участника рынка — коммерческого банка. Мы предполагаем, что банки могут быть заинтересованы в данном инструменте в посреднической деятельности по трансграничным расчетам для организаций, потерявшим иностранных контрагентов. Работа с клиентами может происходить при использовании цифровой инфраструктуры банка, посредством мобильного приложения или интернет-ресурса (см. таблицу).

Сильные стороны (Strengths). Одной из главных особенностей DeFi является его открытость и доступность. DeFi открывает доступ к финансовым услугам для всех, у кого есть доступ к интернету. Сильными сторонами банков в отношении расширения круга услуг являются накопленное доверие к банковской системе и широкая клиентская база. Для клиентов, что пока опасаются работать с криптовалютой и имеют недоверие к ним, важным фактором в принятии решения об использовании DeFi будет являться восприятие традиционных финансовых организаций как доверенного и легального посредника. Российскую банковскую систему можно считать одним из мировых лидеров в цифровизации и информационных технологий.

SWOT-анализ выхода на DeFi

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Открытость и доступность. 2. Восприятие банков клиентами как надежных и легальных посредников. 3. Широкий круг клиентов. 4. Развитые компетенции в сфере цифровых технологий. 5. Возможность профессиональной аналитики 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы низкой ликвидности. 2. Комиссия платформы. 3. Отсутствие квалифицированных аналитиков рынка криптовалют. 4. Отсутствие технологической базы. 5. Большая часть клиентов не готова работать с криптовалютами
Возможности (O)	Угрозы (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на международный рынок. 2. Новые возможности маржинализации за счет введения новой услуги и инструментов криптовалют. 3. Возможность привлечения новой клиентской базы и диверсификации услуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая волатильность курса криптовалют и риск внезапного падения рынка. 2. Особенности правового регулирования в Российской Федерации. 3. Риск мошенничества или недобросовестного поведения со стороны третьих лиц или биржи из-за отсутствия контрольных органов

Банки готовы взаимодействовать с клиентами посредством онлайн-банкинга и оперативно изменять и дополнять информацию о быстро меняющейся рыночной конъюнктуре. Развитый аналитический инструментарий может послужить базой для прогнозирования состояния рынка криптовалют, в том числе для консультирования и предоставления информации клиентам. Более развитые компетенции финансовых организаций в области финансовых технологий по сравнению с другими пользователями являются большим преимуществом при привлечении клиентов.

Слабые стороны (Weaknesses). Одной из крупнейших проблем DeFi является низкая ликвидность. Вкладывая деньги в новое направление банки уменьшают объем ликвидных средств и как бы «замораживают» часть из них в криптокошельках. Еще одной проблемой DeFi являются высокие комиссии платформы. Эти комиссии могут существенно увеличивать стоимость использования DeFi-платформ. Сегодня мы столкнулись с проблемой недостатка квалифицированных аналитиков, специализирующихся на рынке криптовалют. Банки также могут оказаться не готовы к введению новых услуг по причине отсутствия технологической базы. Несмотря на все преимущества DeFi, большая часть потенциальных пользователей не готова работать с криптовалютой. Главные причины — непонимание принципов работы, высокий риск и отсутствие контролирующих органов.

Возможности (Opportunities). В нестабильной экономике и условиях международных санкций как финансовые организации, так и орга-

низации реального сектора столкнулись с ограничением выхода на международные площадки и рынки. DeFi стирает географические и политические границы, позволяя взаимодействовать с внешними рынками и пользователями. Это открывает новые возможности расширения круга операций и диверсификации портфеля. Выход на рынок DeFi предоставляет новые возможности маржинализации за счет диверсификации услуг и инструментов платформ, например, стейкинг — аналог депозита в криптовалюте. Криптовалюты, являясь инновационным инструментом расчетов, могут привлечь новых клиентов к традиционным финансовым посредникам благодаря предложению диверсифицированных услуг.

Угрозы (Threats). Существует риск мошенничества или недобросовестного поведения со стороны третьих лиц или биржи из-за отсутствия контрольных органов. Криптовалюта может быть подвержена различным видам кибератак. Волатильность курса криптовалют относится к быстрым и значительным изменениям в их цене. Цена может значительно колебаться в течение короткого периода времени, что создает риски для потенциальных убытков. Еще один важный риск — внезапное падение рынка. Из-за относительно короткого существования криптовалют и отсутствия регулирования, циклы роста и падения могут быть более экстремальными. На данный момент законодательное регулирование криптовалюты в России только разрабатывается. Пока что законодатель не дает четкого определения и не очерчивает права и обязанности, связанные с деятельностью на рынке криптовалют.

В результате исследования, можно сделать вывод, что хотя DeFi все еще находится в начале пути, его потенциал в области обеспечения доступности финансовых услуг неоспорим. Сильные стороны DeFi делают его привлекательным для широкого круга пользователей, но слабые стороны могут представлять существенные препятствия для его широкого применения.

Научный руководитель: **Е. Н. Прокофьева**,
кандидат экономических наук, доцент

М. Ю. Бобарькин

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург

Цифровые технологии в страховом бизнесе

Ключевые слова: DeFi; децентрализованные финансы; страховой бизнес.

Страховой рынок в России все больше полагается на новые информационные технологии для улучшения операций, улучшения качества услуг, снижения затрат и повышения общей эффективности. Однако в страховой отрасли остается значительный неиспользованный потенциал цифровых технологий.

Цифровизация интернетизации, индивидуализации и диджитализации в страховании предполагают внедрение информационных технологий не только для взаимодействия с клиентами, но и для внутренних процессов страховых компаний.

Российские страховые компании перешли на цифровое страхование по нескольким причинам.

Во-первых, он информирует клиентов о технологических достижениях, повышая доверие и качество обслуживания.

Во-вторых, цифровые решения предоставляют ценные данные для улучшения операций и улучшения предложений для клиентов.

В-третьих, это ускоряет запуск продуктов, создавая возможности для увеличения доходов [1].

Внедрение различных технологий в страховании, таких как искусственный интеллект, мобильные приложения, большие данные, чат-боты, Интернет вещей и технологии общего реестра, позволяет страховщикам удовлетворять потребности страхователей через цифровые каналы. Компании, не способные внедрить цифровые ресурсы, рискуют потерять долю рынка.

Внедрение инновационных технологий имеет решающее значение для сохранения конкурентоспособности. Цифровые технологии повышают доступность страховых услуг и снижают затраты. Оно обеспечивает финансовую и информационную безопасность, повышает понимание клиентов и предлагает персонализированные условия страхования. Цифровизация жизненно важна для роста промышленности и развития национальной экономики.

Страховая отрасль сталкивается с проблемами, связанными с внедрением новых технологий. К ним относятся расходы на интеграцию технологий, защиту от мошенничества, преодоление потенциальных барьеров.

еров и принятие современных ожиданий клиентов в отношении страховых операций.

Чтобы обеспечить успешную деятельность, страховые компании должны уделять первоочередное внимание удовлетворению клиентов. Некоторые решают проблемы клиентов посредством обучения персонала, усовершенствованных систем обработки претензий и инновационных технологий. Это позволяет компаниям быстро адаптироваться к меняющимся условиям и эффективно внедрять новые знания. Использование самонастраивающихся алгоритмов — доступный вариант для компаний, которым необходимо решить, сохранять ли текущий курс или сместить фокус. С организационной структурой гибкие подходы к управлению должны согласовываться, принимать на работу соответствующий персонал и использовать цифровые инструменты.

Внедрение ресурсов принесло большую пользу страховой отрасли, повысив качество обслуживания клиентов и сократив операционные расходы за счет автоматизации и оптимизации процессов. Чтобы оставаться конкурентоспособными и повышать производительность, страховые компании должны интегрировать цифровые технологии в будущем [2].

Онлайн-продажи в страховой отрасли демонстрируют большие перспективы в сфере цифровых технологий, предоставляя преимущества как страховым компаниям, так и потребителям. Ожидается, что предложенный метод приобретения страховки в будущем приобретет популярность.

Спутниковые навигационные системы. Цифровые технологии в страховании используют системы спутниковой навигации для сбора данных о вождении и создания полисов на основе фактического использования. Это позволяет разрабатывать персонализированные полисы, отражающие индивидуальные уровни риска, потенциально предлагая более низкие премии держателям полисов, одновременно снижая общую подверженность риску страховой компании.

Эффективность процесса оценки рисков. Оценка риска является ручным процессом и зависит от бумажной работы. Но с появлением цифровизации, такой способ стал эффективным и точным. Искусственный интеллект и машинное обучение способствует надежно оценить стоимость страховой премии и предотвратить риски. Тем самым страховщики увереннее предлагают страховые продукты, которые ведут к удовлетворенности клиентов.

Применение цифровых технологий является перспективным направлением для страхового бизнеса. Такие тенденции в современном мире использует большая часть населения. С помощью цифровых

технологий, в будущем, мы будем наблюдать еще большего развития. Так как компании вовсю разрабатывают и дорабатывают информационные технологии¹.

Расширяя рынок электронного страхования и внедряя новые инновации в сфере продаж страховых продуктов, страховщики могут увеличить свои доходы от премий.

Библиографический список

1. Волкова В. С. Цифровизация рынка страхования в России // Экономика нового мира. — 2019. — Т. 4, № 2. — С. 26–32.

2. Цыганов А. А., Брызгалов Д. В. Цифровизация страхового рынка: задачи, проблемы и перспективы // Экономика, налоги и право. — 2018. — № 2. — С. 111–120.

Научный руководитель: **Ю. В. Истомина**

А. А. Глазунова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Цифровые технологии в страховом бизнесе: современное состояние, проблемы и перспективы развития

Ключевые слова: цифровизация; страховой бизнес; диджитализация; цифровые решения; электронное страхование.

В современном мире цифровые технологии занимают огромное значение в различных отраслях цифровой экономики. Страховой бизнес не является исключением, в основе которого лежит определенный бизнес-процесс [5; 6]. Важной целью цифровой экономики является переход на новый уровень экономических систем и цифровое развитие технологий. Конкуренция в страховых компаниях возрастает, но лидирует та, которая идеализирует свой портфель услуг и уровень клиентской базы за счет цифровых решений в концепции экономической безопасности [4]. Возмещение ущерба всегда второстепенно, актуальность усиливается из-за личного и имущественного страхования граждан и технологических характеров. Процесс цифровизации страхового бизнеса позволяет автоматизировать деятельность, повысить эффективность, инновации ускоренно внедряются и несут к изменениям технологий страхования несмотря на то, что страховой рынок является консерватив-

¹ *Insurance: digital transformation, digitization and optimization in a disrupted landscape* // I-scoop. — URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/insurance-industry> (дата обращения: 14.03.2024).

ным, в отрасли появляются новые тенденции к использованию цифровых решений.

Исследование посвящено анализу цифровых технологий в страховом секторе. На протяжении всей истории страхование адаптировалось к различным цифровым достижениям. Изменения присущи цифровым технологиям в страховой отрасли (например, продажа полисов и обработка претензий) [1]. К сожалению, преимущества не могут обойтись без проблем и препятствий. В России наблюдается рост страхования, повышение спроса на имущество и здоровье. Однако для повышения прозрачности и подотчетности необходимо решить такие проблемы, как доверие потребителей и реформы регулирования [2]. Цифровые технологии привели к резким изменениям цифровых технологий страховых компаний, что является актуальным на сегодняшний день.

Страховой рынок в России все больше полагается на новые информационные технологии для улучшения операций, улучшения качества услуг, снижения затрат и повышения общей эффективности. Однако в страховой отрасли остается значительный неиспользованный потенциал цифровых технологий [3].

Цифровизация интернетизации, индивидуализации и диджитализации в страховании предполагают внедрение информационных технологий не только для взаимодействия с клиентами, но и для внутренних процессов страховых компаний.

Российские страховые компании перешли на цифровое страхование по нескольким причинам.

Во-первых, он информирует клиентов о технологических достижениях, повышая доверие и качество обслуживания.

Во-вторых, цифровые решения предоставляют ценные данные для улучшения операций и улучшения предложений для клиентов.

В-третьих, это ускоряет запуск продуктов, создавая возможности для увеличения доходов.

Внедрение различных технологий в страховании, таких как искусственный интеллект, мобильные приложения, большие данные, чат-боты, интернет вещей и технологии общего реестра, позволяет страховщикам удовлетворять потребности страхователей через цифровые каналы. Компании, не способные внедрить цифровые ресурсы, рискуют потерять долю рынка. Внедрение инновационных технологий имеет решающее значение для сохранения конкурентоспособности. Цифровые технологии повышают доступность страховых услуг и снижают затраты. Оно обеспечивает финансовую и информационную безопасность, повышает понимание клиентов и предлагает персонализированные условия страхования. Цифровизация жизненно важна для роста промышленности и развития национальной экономики.

Страховая отрасль сталкивается с проблемами, связанными с внедрением новых технологий. К ним относятся расходы на интеграцию технологий, защиту от мошенничества, преодоление потенциальных барьеров и принятие современных ожиданий клиентов в отношении страховых операций.

Некоторые решают проблемы клиентов посредством обучения персонала, усовершенствованных систем обработки претензий и инновационных технологий, это позволяет компаниям быстро адаптироваться к меняющимся условиям и эффективно внедрять новые знания. Внедрение ресурсов принесло большую пользу страховой отрасли, повысив качество обслуживания клиентов и сократив операционные расходы за счет автоматизации и оптимизации процессов. Чтобы оставаться конкурентоспособными и повышать производительность, страховые компании должны интегрировать цифровые технологии в будущее. Расширяя рынок электронного страхования и внедряя новые инновации в сфере продаж страховых продуктов, страховщики могут увеличить свои доходы от премий.

Библиографический список

1. *Ахведиани Ю. Т.* Трансформация страхового рынка в условиях цифровизации // Дестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. — 2021. — № 3 (117). — С. 5–11.
2. *Бедердинова А. И., Калайда С. А., Прилепкина И. А.* Современное онлайн-страхование в России // Экономика, предпринимательство и право. — 2021. — Т. 11, № 12. — С. 2887–2902.
3. *Иванова Н. А.* Умное страхование как фактор устойчивого развития отрасли // Инновации и инвестиции. — 2021. — № 1. — С. 88–92.
4. *Кузовлева Н. Ф., Попова А. Д.* Цифровые технологии в сфере страхования в концепции экономической безопасности // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2022. — Т. 2, № 12 (132). — С. 135–143.
5. *Магзумова Н. В., Кузнецов С. М.* Цифровое страхование: современное состояние и перспективы развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2021. — № 3 (53). — С. 68–72.
6. *Пакова О. Н., Коноплева Ю. А., Казакова А. Е., Ломаенко М. А.* Цифровая трансформация в сфере страхования // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. — 2023. — № 3. — С. 124–130.

Научный руководитель: **Л. И. Юзвович**,
доктор экономических наук, профессор

К. Е. Львова

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Тренды взаимодействия финансовых технологий DeFi и государственного управления

Ключевые слова: децентрализованные финансы; DeFi; финансовые технологии; государственное управление.

Ни для кого не секрет, что основой принятия любых решений менеджера является информация как в сфере государственного управления, так и в сфере управления предприятием. Как сказал Натан Ротшильд, «кто владеет информацией — тот владеет миром». Поэтому чем более полную и достоверную информацию получают органы государственного управления и хозяйствующие субъекты, тем более эффективной будет система планирования в цифровой экономике.

Цель нашего исследования была продиктована необходимостью совершенствования системы управления цифровизацией путем внедрения финансовой технологии DeFi — «Налоговый мониторинг» на уровне субъекта РФ. В качестве объекта исследования были выбраны органы государственной власти, федеральная налоговая служба и предприятия-налогоплательщики с целью эффективного управления деятельностью хозяйствующих субъектов при планировании налоговых отчислений и процедур сдачи отчетности.

В первую очередь хотелось бы отметить научную новизну нашей работы, которая заключалась в определении понятия «цифровизация» как новой функции государственного управления и трактовать это определение как процесс изменения (государственного) управления (а также различных отраслей и секторов экономики и социальной сферы) путем качественного изменения подхода к процессам организации, планирования, прогнозирования, управления и контроля с применением цифровых технологий и современных подходов к эффективному управлению.

Для определения предложений внедрению механизма эффективного взаимодействия между участниками процесса цифровизации проведен анализ реализации национальной программы «Цифровая экономика РФ» по целевым показателям, определенным картой проекта, а также рассмотрены целевые показатели федерального и регионального проектов «Цифровое государственное управление».

Промежуточные результаты анализа формирования налоговых доходов в бюджетной системе обнажают проблемы эффективности организации и контроля государственного управления в процессе цифро-

визации. В нашем исследовании мы решили остановиться не на технологических и нормативно-правовых проблемах, а на проблеме, которая напрямую затрагивает органы государственного управления и Федеральная налоговая служба, а также бизнес — это нежелание со стороны бизнеса поддерживать цифровизацию экономики и управления, нежелание выходить из теневого сектора.

Рассматривая задачи национального проекта «Цифровая экономика РФ», можно особо выделить задачу, которая позволит решить обозначенную проблему: внедрение «цифровых технологий и платформенных решений в сферах государственного управления и оказания государственных услуг, в том числе в интересах населения и субъектов малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей»¹.

Для достижения поставленной задачи внедрения цифровых технологий и платформенных решений проводится ряд мероприятий по цифровой трансформации государственных и муниципальных услуг.

У регионов есть два пути:

- 1) дождаться появления типовых федеральных решений;
- 2) создать собственные решения, максимально учитывающие специфику региона, которые объективно можно реализовать быстрее федеральных сервисов. Эти решения впоследствии могут стать основой для развития федеральной системы [1].

Учитывая фактический уровень исполнения федерального проекта, очевидно, что второй вариант по ряду суперсервисов в настоящее время является более оптимальным. В рамках совершенствования процесса цифровизации государственного управления на региональном уровне особое внимание стоит уделить налоговому мониторингу в Российской Федерации.

Предложенный проект является инструментом для совершенствования организации, мотивации, контроля и координации реализации национального проекта «Цифровая экономика РФ» и федерального проекта «Цифровое государственное управление».

Проект является наиболее актуальным для бизнеса и соответствует современным тенденциям по цифровизации бизнес-процессов и установлению открытых отношений между налоговым органом и налогоплательщиком, что позволяет:

- проводить контрольные мероприятия без привлечения работников компании за счет онлайн-доступа к финансовым данным;
- сделать информацию о деятельности компании и его контрагентов максимально прозрачной и доступной в любое время;

¹ Национальный проект «Цифровая экономика». — URL: <https://cdn.tass.ru/data/files/ru/cifrovaya-ekonomika.pdf> (дата обращения: 12.02.2024).

— хранить и систематизировать данные, обеспечивая быстрый доступ к информации;

— избегать штрафов за предоставление отчетности с ошибками.

С помощью предложенного инструмента — суперсервиса «Налоговый мониторинг» [2] станет возможным совершенствование системы управления цифровизацией, в результате чего будут выполнены целевые показатели нацпроекта «Цифровая экономика РФ» и федерального и регионального проектов «Цифровое государственное управление», увеличены налоговые поступления в бюджет, и как итог — качество и скорость принятия государственных решений повысится; уровень доверия бизнеса к государственной власти возрастет.

Библиографический список

1. *Городецкий А. Е.* Государственное управление и экономическая безопасность. О дисфункциях государственного управления // *Аудит и финансовый анализ* — 2016. — № 6. — С. 426–436.

2. *Косолапова Д. И., Львова М. И.* Проект «Налоговый мониторинг» как один из суперсервисов в процессе реализации национальной программы «Цифровая экономика РФ» и федерального проекта «Цифровое государственное управление» // *Российские регионы в фокусе перемен: сб. докл. XV Междунар. конф. (Екатеринбург, 10–14 ноября 2020 г.): в 2 т.* — Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2021. — Т. 1. — С. 363–366.

Научный руководитель: **М. В. Овсяня**,
кандидат экономических наук, доцент

В. С. Мананова, А. В. Мартюшева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Экосистема DeFi: опыт стран Латинской Америки

Ключевые слова: децентрализованные финансы; экосистема DeFi; криптоактивы; криптовалюта.

В современном мире расширение услуг децентрализованного финансирования (DeFi) является одной из основных возможностей роста, отмеченных респондентами в разных странах. Изучению экосистемы DeFi уделяют внимание различные эксперты, исследователи и аналитики, при этом каждый по-своему определяет сущность понятия децентрализованных финансов и элементы экосистемы. Особое внимание изучению в современной экономике уделяет Кембриджский центр Альтернативных финансов. Определение DeFi, в трактовке экспертов этого научного центра звучит следующим образом: децентрализованные фи-

нансы — это финансовая экосистема на основе технологии блокчейна, которая позволяет пользователям купить и продать активы и финансовые услуги открыто, прозрачно без посредников¹. Отечественные исследователи так же уделяют особое внимание изучению рынка DeFi в последнее время [1; 2; 3].

Современный мир непрерывно претерпевает значительные изменения в финансовой сфере, благодаря развитию финансовых технологий. Среди них особое место занимают децентрализованные финансы. Так, по состоянию на январь 2024 г. пользовательская база участников экосистемы DeFi превысила 48,2 млн.

В настоящее время большая часть проектов DeFi демонстрирует положительную динамику по показателю суммы всех активов, заблокированных в протоколах DeFi на блокчейне (TVL²), при этом количество заблокированных средств в смарт-контрактах DeFi выросло на 68 % с ноября 2023 г. это стало максимумом с августа 2022 г.

Наиболее активно развивается рынок DeFi в странах Латинской Америки (Latin American Countries, LAC). На период конца 2023 г. в странах этого региона функционировало порядка 175 финтех-компаний, занимающихся криптоактивами, и обслуживающих регион LAC.

Проведенное авторами исследование выявило достаточно разнобразную сегментацию рынка криптоактивов в странах Латинской Америки (см. рисунок).

Как видим, наибольшую долю занимают прежде всего компании, занимающиеся криптоактивами (биржи криптоактивов, услуги цифровых платежей, цифровое хранение).

Учитывая активное развитие рынка DeFi в регионе LAC, особое внимание следует уделять регуляторным инициативам.

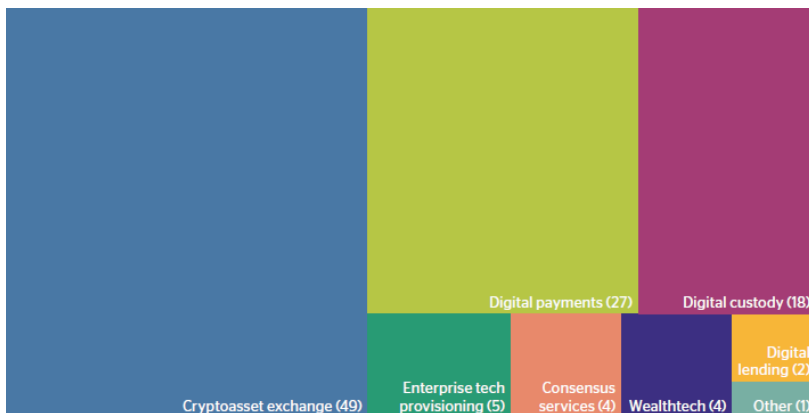
В ходе исследования авторами установлено, что 87 % регулирующих органов в странах Латинской Америки считают криптоактивы ценными в качестве альтернативы традиционных финансовых активов.

На сегодняшний день позиции регулирующих органов в разных юрисдикциях Латинской Америки сводятся к трем направлениям:

- выработка правил, касающихся регулирования криптоактивов;
- использование текущей нормативной базы, адаптированной под регулирование криптоактивов;
- полное отсутствие регулирования рынка криптоактивов.

¹ Proskalovich R., Jack C., Zarifis A. *et al.* Report Cryptoasset ecosystem in Latin America and the Caribbean. Cambridge: University of Cambridge, Judge Business School, 2023. — URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/crypotasset-ecosystem-in-latin-america-and-the-caribbean//> (дата обращения: 20.03.2024).

² Total Value Locked (TVL) — это показатель, который измеряет сумму всех активов, заблокированных в протоколах DeFi на блокчейне. Считается, что чем выше TVL, тем больше доверия пользователей к конкретному протоколу.



Сегментация рынка криптоактивов в странах LAC¹

Что касается Российской Федерации, то в настоящее время на законодательном уровне в нашей стране действует Федеральный закон от 31 января 2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», регламентирующий в общем виде выпуск и обращение цифровых валют (криптовалют).

На сегодняшний день рынок cryptoasset в нашей стране не представлен разнообразием инструментов; на наш взгляд, это обусловлено фактическим отсутствием в законе о цифровых финансовых активах положений, дающих определение и объясняющих статус криптоактивов в самом широком понимании этого термина.

В заключение стоит отметить, что более детальное изучение зарубежного опыта функционирования экосистемы DeFi в разных странах будет способствовать пересмотру такой позиции в условиях жестких санкций, действующих в том числе и на финансовом рынке.

Библиографический список

1. *Алешина А. В., Булгаков А. Л.* Децентрализованные финансы (DeFi): риски, перспективы и регулирование // Финансовые рынки и банки. — 2022. — № 12. — С. 23–28.

¹ Составлено по: *Proskalovich R., Jack C., Zarifis A. et al.* Report Cryptoasset ecosystem in Latin America and the Caribbean. Cambridge: University of Cambridge, Judge Business School, 2023. — URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/cryptosasset-ecosystem-in-latin-america-and-the-caribbean/> (дата обращения: 20.03.2024).

2. *Косарев В. Е., Авис О. У.* Метавселенная как новый тренд в сфере информационных технологий и децентрализованных финансов // Финансовые рынки и банки. — 2023. — № 1. — С. 45–50.

3. *Кудряшова Т. А., Федосова Т. В., Шульгина Е. А.* Модель децентрализованной кредитной системы на основе блокчейнтехнологии // Вопросы инновационной экономики. — 2021. — Т. 11, № 3. — С. 1227–1246.

Научный руководитель: **Ю. В. Гудошникова**,
кандидат экономических наук, доцент

Д. В. Мокеева

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург

Обоснование внедрения в онлайн-сервисы для ведения портфеля ценных бумаг оценки вероятности банкротства публичных компаний

Ключевые слова: DeFi; децентрализованные биржи; банкротство; ценные бумаги; инвестиции.

Современное предложение инструментов на финансовом рынке стремительно меняется, создание и развитие на основе блокчейн-технологии способствовало появлению децентрализованных финансов (DeFi). DeFi представляет собой прозрачную экосистему, которая состоит из. разнообразных продуктов и услуг. Децентрализованные биржи (Decentralized Exchange, DEX) — это платформы для покупки и продажи цифровых финансовых активов, которые относятся к сфере DeFi и использующие для операций пользователя технологию смарт-контрактов¹. В отличие от централизованных бирж DEX не имеют посредников, обеспечивают прозрачность операций и имеют более высокую скорость обработки транзакции.

Одним из минусов DEX-биржи является низкая ликвидность в отличие от централизованной. Если уровень ликвидности низкий возникают сложности с обменом, поскольку выбранный токен может отсутствовать в продаже или его количество не соответствует запросу покупателя. Чтобы подобных проблем не возникало, децентрализованные биржи привлекают поставщиков ликвидности — организации или пользователей, которые предоставляют свои активы для обеспечения об-

¹ *Солабута Н.* Децентрализованные биржи: что нужно знать инвестору // ФИНАМ. — 2022. — 15 нояб. — URL: <https://www.finam.ru/publications/item/decentralizovannyye-birzhi-cto-nuzhno-znat-investoru-20221115-211500/> (дата обращения: 16.03.2024).

мена. Взамен они получают доли комиссии с каждой транзакции. Также им могут начисляться собственные токены биржи¹. Решением проблемы может стать появление приложений, инструментов и услуг для работы с инвесторами, в рамках которых можно получать характеристику по приобретаемым активам, что в перспективе может способствовать повышению ликвидности финансового рынка. Для привлечения наибольшего количества пользователей в рамках DeFi-приложений можно предоставлять карту рисков и рекомендации по действиям с ценными бумагам компании.

Такие подробные оценки различных финансовых показателей и использование методик расчета рискованности инвестирования в ту или иную организацию посредством использования DeFi-приложений смогут обеспечить наибольшее распространение этого инструмента среди населения. Поскольку на децентрализованных биржах отсутствует посредник, транзакции прозрачны и быстро реализуются, система в целом достаточно гибкая и простая, инвестору при включении в перечень услуг и возможностей DEX-бирж инструментов прогнозирования и разработки рекомендаций по действиям с ценными бумагами эмитентов модели оценки банкротства² позволят сделать инвестиции еще проще и доступнее для широкого круга лиц.

Главная проблема всех существующих сервисов, в том, что они ориентированы на локальные рынки. А если география активов шире, многие вещи приходится делать руками. Еще в России фактически нет синхронизации брокерских счетов со сторонними сервисами. Невозможно подключить свой брокерский счет ни к одному из существующих сервисов в отличие от той же Америки. Там подобное в порядке вещей, и можно видеть все изменения, которые произошли на всех брокерских счетах, в режиме реального времени в одном окне отчетного сервиса. Все это приводит к лишним действиям. В лучшем случае нужно импортировать отчеты брокеров в сервис, но тогда сервис должен понимать структуру отчета конкретного брокера. В худшем — вручную вбивать сделки. Этот вариант занимает много времени.

На наш взгляд, составление модели кризисного поля в сервисах управления портфелем ценных бумаг Investing, Seekingalpha, Morningstar или Intelinvest, может обеспечить наибольшую привлекательность для потенциальных и действующих инвесторов посредством размещения данных «карт» банкротства на децентрализованных биржах. Использование предложенной системы в DeFi позволит качественно

¹ Децентрализованные финансы // Банка России. — М. 2022. — 51 с.

² Власова И. А., Докукина А. А. Сравнительный анализ моделей прогнозирования банкротства предприятий в российских условиях // Актуальные вопросы современной науки. — 2016. — № 46. — С. 168–175.

улучшить операции с ценными бумагами как для эмитентов, так и для инвесторов, а также может способствовать повешению ликвидности DEX-бирж.

Научный руководитель: **В. Э. Фрайс**

А. Р. Посысаева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Финансовая бизнес-модель кредитного брокера в Российской Федерации

Ключевые слова: кредитный брокер; финансовая бизнес-модель; финансовый консультант; финансовый посредник.

Предприятия малого и среднего бизнеса имеют ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Кредитные брокеры играют важную роль в их кредитовании, предоставляя доступ к кредитам и консультируя по выбору наиболее выгодных финансовых продуктов. Исследование их финансовой бизнес-модели поможет оценить эффективность их деятельности, а также выявить возможности для улучшения и оптимизации этого процесса.

Кредитные брокеры — это независимые посредники между заемщиками и кредитными учреждениями, которые работают в интересах своих клиентов. Они предоставляют экспертную поддержку в выборе наиболее подходящих кредитных продуктов и помогают клиентам получить наилучшие условия кредитования в соответствии с их финансовыми потребностями и возможностями.

Основная задача кредитного брокера состоит в сборе информации от клиента, анализе его финансового положения и потребностей, а также взаимодействии с банками и другими кредитными организациями для получения наилучших предложений по кредиту. Кредитный брокер имеет доступ к разным финансовым институтам и может помочь клиенту сравнить различные варианты, чтобы выбрать наиболее выгодные условия.

Финансовая бизнес-модель кредитного брокера основана на предоставлении услуг по посредничеству между клиентами и кредитными организациями.

Основная цель кредитного брокера — помочь клиентам получить наиболее выгодные и подходящие для них кредитные условия, учитывая их финансовое положение и потребности. Кредитные брокеры работают на комиссионной основе, получая вознаграждение от кредитных

организаций за успешно заключенные кредитные сделки. Они активно исследуют рынок кредитования и сотрудничают с различными кредитными организациями, чтобы подобрать наилучшие предложения для клиентов. Кроме того, кредитные брокеры предоставляют консультации и помощь клиентам на всех этапах получения кредита, обеспечивая высокий уровень обслуживания. Управление рисками и соблюдение законодательства также являются важными аспектами деятельности кредитных брокеров.

Существует несколько видов финансовой бизнес-модели кредитных брокеров, которые могут различаться в зависимости от стратегии, целевой аудитории и услуг, предоставляемых брокером:

1) розничная модель — кредитный брокер работает напрямую с индивидуальными клиентами, предоставляя им посреднические услуги для получения кредитных условий, наиболее подходящих для их потребностей. Они могут специализироваться на конкретных категориях кредитов, например, ипотечных или автокредитах. Брокеры этой модели обеспечивают консультации, собирают необходимые документы и помогают клиентам с оформлением заявок на кредиты;

2) корпоративная модель — кредитные брокеры работают с корпоративными клиентами, предоставляя им услуги по получению корпоративного кредита или финансирования для бизнес-целей. Они могут помогать компаниям в нахождении наилучших предложений от кредитных организаций, предоставляя консультации по оптимальному использованию финансовых ресурсов и оказывая поддержку в процессе обработки кредитных заявок и заключении договоров;

3) онлайн-модель — кредитные брокеры работают в основном через онлайн-платформы или приложения. Они предоставляют клиентам возможность получения кредитных услуг онлайн, начиная от оценки кредитоспособности и подбора наилучших условий до подачи заявки и получения финансирования. Эта модель обычно предлагает быстрые и удобные процессы для клиентов, позволяя им получать доступ к кредитным услугам в любое время и в любом месте;

4) специализированная модель — кредитные брокеры специализируются на определенных типах кредитов или рынках. Например, они могут специализироваться на коммерческом недвижимом, потребительских кредитах, малом бизнесе или финансировании оборотного капитала. Это позволяет им иметь глубокое понимание выбранной ниши и предлагать специализированные услуги и решения для клиентов в данной области;

5) модель финансового консультанта — кредитные брокеры действуют в качестве финансовых консультантов, предоставляя своим клиентам широкий спектр услуг, включая не только кредиты, но и другие аспекты финансового планирования, такие как инвестиции, страхование

и управление долгами. Они работают на основе глубокого анализа финансовых целей и потребностей клиента, чтобы предложить комплексное решение;

б) модель аффилированного брокера — кредитные брокеры работают в качестве партнеров или аффилированных представителей определенных финансовых учреждений. Это позволяет им предлагать продукты и услуги этих учреждений клиентам. Они получают комиссионные или другие виды вознаграждения за успешные сделки или продажи, совершенные через их каналы.

Таким образом, кредитные брокеры играют важную роль в области кредитования предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации. Их бизнес-модель обеспечивает эффективное взаимодействие между клиентами и кредиторами, способствует повышению доступности кредитов и стимулирует развитие малого и среднего бизнеса в стране. В перспективе развитие деятельности кредитных брокеров может способствовать дальнейшему росту экономики России.

Научный руководитель: **Н. С. Пионткевич**,
кандидат экономических наук, доцент

Д. Р. Садретдинов, Е. Е. Балабаев, Я. А. Бараковских
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Срочный рынок в децентрализованных финансах

Ключевые слова: DeFi; Dex; блокчейн; криптоактивы; срочный рынок; деривативы.

Фьючерсы на криптовалюту появились относительно недавно, в конце 2017 г., хотя традиционные фьючерсы существуют уже почти век. С тех пор многие биржи проявили интерес к криптовалютным фьючерсам и опционам, так как они предоставляют новые возможности для инвестиций в криптовалюту. Сегодня для торговли доступно почти 6 000 криптовалют, что свидетельствует о том, что торговля криптовалютой все еще остается популярной¹.

Авторами данной публикации предложено в современной инфраструктуре децентрализованных финансов создать срочный рынок криптоактивов для инвесторов и трейдеров, которые желают торговать криптовалютой и криптовалютными деривативами в одном месте.

¹ *Криптовалютные фьючерсы: что нужно знать, приступая к торговле* // Binance — 2021. — 6 сент. — URL: <https://www.binance.com/ru/blog/futures/криптовалютные-фьючерсы-что-нужно-знать-приступая-к-торговле-421499824684902121> (дата обращения: 23.02.2024).

Срочный рынок на децентрализованной криптобирже (DEX) представляет собой платформу, на которой пользователи могут торговать срочными контрактами на основе криптовалют. Срочные контракты, известные как фьючерсы и опционы, позволяют трейдерам спекулировать на будущей цене криптовалюты, а инвесторам хеджировать риск инвестиций. На рынке DEX будут представлены европейские поставочные и расчетные фьючерсы и опционы. При этом клиринг для расчетных контрактов будет осуществлять смарт-контракт и производить начисление и списание вариационной маржи раз в день вплоть до даты экспирации. Клиринг в поставочных контрактах также будет проводить смарт-контракт, который в день исполнения поставит криптовалюту покупателю монеты, а продавцу деньги. Вторичное обращение деривативов будет основано на возможности изменения первичного смарт-контракта при помощи комбинирования данных последующих смарт-контрактов.

Преимущества срочного рынка на DEX:

1) децентрализация: поскольку DEX не контролируется центральным органом, то предлагают большую степень децентрализации, что может быть привлекательным для инвесторов и трейдеров, которые ценят независимость, безопасность;

2) низкие комиссии: в отличие от традиционных бирж, DEX обычно имеют более низкие комиссии, что может быть привлекательным для инвесторов и трейдеров, стремящихся максимизировать свою прибыль в работе с деривативами;

3) анонимность: многие DEX предлагают высокий уровень анонимности, что может быть привлекательным для инвесторов и трейдеров, которые ценят конфиденциальность;

4) бесшовность торговли, что предполагает под собой торговлю криптовалютой и деривативными контрактами в одной децентрализованной бирже, что повысит мобильность и эффективность трейдинга и инвестиций;

5) возможность купли-продажи криптовалюты с последующей поставкой в кошелек как базового актива, так и денежных средств в будущем через заключенный контракт в настоящем;

6) криптовалютные деривативы дают возможность использовать кредитное плечо для капитала, ведь трейдеры получают весомый доступ к активу, оплачивая лишь часть его стоимости, поэтому маргинальное плечо считается наиболее привлекательной особенностью торговли фьючерсами и опционами¹.

¹ *Криптовалютные фьючерсы: что нужно знать, приступая к торговле* // Binance — 2021. — 6 сент. — URL: <https://www.binance.com/ru/blog/futures/криптовалютные-фьючерсы-что-нужно-знать-приступая-к-торговле-421499824684902121> (дата обращения: 23.02.2024).

Однако, следует отметить, что срочный рынок на DEX также имеет свои риски и недостатки, связанные со всей структурой децентрализованной биржи в целом¹. Например, срочный рынок на DEX может быть менее ликвидными, чем срочные рынки на традиционных биржах, что может привести к более высоким спредам и волатильности цен, к проскальзыванию цены и сэндвич-атакам на срочном рынке. Кроме того, отсутствие регулирующего органа может создать риски для инвесторов и трейдеров, поскольку они не могут полагаться на защиту или поддержку в случае возникновения проблем в системе. А также использование кредитного плеча делает криптовалютные деривативы одними из самых рискованных торговых инструментов на DEX.

В целом, срочный рынок на децентрализованной криптобирже может быть привлекательным для инвесторов и трейдеров, которые ценят децентрализацию, низкие комиссии и анонимность. Однако, важно помнить о рисках и проводить тщательный анализ как самого дериватива, так и базового актива контракта перед принятием решений о торговле на срочном рынке DEX.

Научный руководитель: **М. П. Логинов**,
доктор экономических наук, доцент

Е. В. Саенко, С. С. Попилин, А. Н. Ольховская

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Модели финансирования стартап-проекта производства промышленного цикла в условиях развития DeFi культуры

Ключевые слова: стартап; источники финансирования; инструменты DeFi.

Реальный бизнес для финансирования своих инвестиционных проектов и стартапов использует различные возможности, предоставляемые современным финансовым рынком.

DeFi на сегодняшний день является главным трендом блокчейн-индустрии. Под DeFi понимаем «новую модель организации финансов, в которой отсутствуют посредники»².

Децентрализованные финансы создают направления, «которые нельзя было бы реализовать в централизованных финансах, т. е.

¹ Децентрализованные финансы: информ.-аналит. докл. / Банк России. — М., 2022. — С. 24.

² Там же.

должны появляться продукты, которые свойственны только децентрализованным финансам»¹.

Основной целью предложенного проекта является выбор наиболее эффективного и экономически разумного варианта совмещения нескольких источников финансирования проекта с учетом применения инструментов DeFi.

Выбор оптимального способа финансирования играет решающую роль в успешной реализации любого стартапа.

Авторами рассматриваются три способа финансирования стартап-проекта по созданию промышленных циклонов: использование собственных средств, комбинация собственных и кредитных средств, привлечение денежных средств финансовых фондов.

Для целей финансирования из трех банков наилучшим образом подошел Альфа-Банк за счет страхования кредита, а также по минимальному обеспечению по кредиту [1], минимальному сроку для целей финансирования проекта.

Для использования денежных средств фонда были проанализированы фонды «Программа льготного кредитования малого и среднего предпринимательства» (СОФП), «Фонд развития промышленности» (ФРП), АО «Российский экспортный центр». Фонд «СОФП» имеет более высокую процентную ставку по сравнению с фондом «ФРП». Фонд АО «Российский экспортный центр» специализируется на выдаче инвестиций под производимую продукцию, предназначенную для экспорта. Поэтому был выбран Фонд развития промышленности, так как предложенный стартап-проект соответствует всем необходимым условиям данного Фонда.

Исходя из предоставленных расчетов наиболее дешевым способом финансирования является комбинация собственных средств, кредитных средств Альфа-Банка и средств Фонда развития промышленности общей стоимостью 29 105 607,2 р.

В таблице рассмотрены возможности использования каждого вида финансирования, недостатки и расчет стоимости стартап-проекта.

Если рассматривать DeFi-инструменты, то в проекте были использованы смарт-контракты, экосистемные модели, блокчейн технология и электронной цифрой подписи.

В Альфа-Банке смарт-контракт создает защиту для документов от внесения в них изменений, прозрачность при исполнении смарт-контракта (подписание кредитного договора).

¹ Децентрализованные финансы: информ.-аналит. докл. / Банк России. — М., 2022. — 51 с.

Способы комбинирования средств финансирования стартап-проекта

Собственные средства		Собственные и кредитные средства		Собственные, кредитные средства и ФРП			
Оборотные активы (по балансу), млн р.	29,3	Сумма средств, млн р.	6,00 (собственные)	21,00 (кредитные)	5,60 (собственные)	5,40 (кредитные)	16,00 (Фонд)
Для целей проекта, млн р.	27,0	Процентная ставка в процентах годовых, %	14,33	12,50 (минимальная)	14,33	12,50 (минимальная)	5,00
Депозит Альфа-Банка «Срочный непокрытый», %	14,33	Порядок погашения Кредита	Депозит Альфа-Банка	Ежемесячно со следующего получения кредита месяца	Депозит Альфа-Банка	Ежемесячно со следующего получения кредита месяца	Ежеквартально
Корпоративный подоходный налог по ставке 20%, р.	773 820	Корпоративный подоходный налог по ставке 20%, р.	171 800	—	160 496	—	—
% переплаты по кредиту, р.	—	% переплаты по кредиту, р.	—	1 448 881,39	—	762 147	501 475,6
Итоговая стоимость, р.	30 095 280,00 ¹⁾	Итоговая стоимость, р.	6 688 000 ²⁾ + 22 448 881,39 = 29 136 881,39	6 241 984 ³⁾ + 6 362 147,6 + 16 501 475,6 = 29 105 607,2	6 241 984 ³⁾ + 6 362 147,6 + 16 501 475,6 = 29 105 607,2	—	—

Примечания:

¹⁾ 27 000 000 + 3 869 100 – (3 869 100 × 0,2).

²⁾ 6 000 000 + 6 000 000 × 0,1433 – 859 000 × 0,2.

³⁾ 5 600 000 × 0,1433 + 5 600 000 – 802 480 × 0,2.

Подписание любых финансовых транзакций между фондами, коммерческими банками и компаниями-заемщиками происходит через электронную цифровую подпись [2]. В Альфа-Банке блокчейн технология шифрует информацию о клиентах, кредитной истории, зарплатных проектах сотрудников.

Использование представленных DeFi инструментов позволяет повысить скорость, эффективность и доступность предоставляемых финансовых операций, а также обеспечить конфиденциальность данных и их цифровую защиту.

Библиографический список

1. *Деньги*. Кредит. Банки: учебник / под общ. ред. М. С. Марамыгина, Е. Н. Прокофьевой. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 384 с.
2. *Чилимова Т. А.* К вопросу о развитии системы внутреннего финансового контроля в условиях цифровизации экономики // *Финансы и общество: новые реалии, новые форматы, новые финансовые инструменты: материалы I Всерос. науч.-практ. конф.* (Екатеринбург, 29 ноября 2022 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. — С. 54–57.

Научный руководитель: **Т. А. Чилимова**,
кандидат экономических наук

А. Ю. Черкасов, Я. А. Янова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Перспективы использования криптовалют в международных расчетах в условиях санкций

Ключевые слова: международные расчеты; криптовалюты; риски; децентрализация расчетов; санкции.

Криптовалюты можно охарактеризовать как новую, активно развивающуюся разновидность электронных денег. Назначение криптовалюты заключается в хранении денежных средств, передачи денег через интернет, удешевлении и ускорении транзакций. Дешевый и быстрый перевод денежных средств стал возможен благодаря децентрализации криптовалюты — выпуск крипто денег не нуждается в посредниках, неподконтролен никаким центральным органам, отсутствует единый эмитент. Количество криптовалют растет, на данный момент сгенерировано уже более 11 тыс. разновидностей криптоденег [3].

К достоинствам криптовалют можно отнести высокую скорость обращения и мобильность в связи с отсутствием физического выражения криптоденег; децентрализованность — значительное сокращение

финансовых издержек на проведение расчетных операций и увеличение их скорости на фоне отсутствия необходимости привлечения посредников; надежность и безопасность благодаря использованию сложных шифров и технологии блокчейн; анонимность — личные данные скрыты; прозрачность, благодаря которой сохраняется вся информация о сделках и совершенных операциях.

Недостатки криптовалюты:

- возможность хакерских атак;
- отсутствие однозначного правового статуса криптовалюты;
- анонимность — способствует вовлечению криптовалюты в криминальный торговый оборот;
- ограниченная принимаемость и сложность использования;
- проведенные операции являются необратимыми;
- высокая волатильность [2].

Двойственное положение криптовалют в современной экономике привело к неоднозначной оценке данного экономического феномена и способам реакции правительств на его развитие [4].

Например, анализируя роль криптовалюты в России, можно отметить, что в 2024 г. правовой статус крипто денег в Российской Федерации до конца не определен, но при этом каждый десятый россиянин владеет криптовалютой. Криптовалюта запрещена в России только в виде приема платежей, но и за это пока не предусмотрено никаких наказаний. Верховный суд Российской Федерации считает, что криптовалюта — имущество. Ее можно хранить и получать прибыль с продажи. При этом требуется платить налог, но особого налогового режима для нее не существует.

В 2022 г. после ухода платежных систем Visa и Mastercard и сложностей со SWIFT-переводами интерес к криптовалюте среди россиян сильно возрос. В условиях санкций криптовалюта в первую очередь стала средством денежных переводов в любую точку мира. С февраля 2022 г. объем операций USDT-RUB (стейблкоин привязанный к курсу доллара — российский рубль) вырос более чем в три раза. В первую очередь россияне стали менять рубли на различные стейблкоины для осуществления международных переводов, в условиях жесткой валютной политики ЦБ РФ. Теперь криптобиржи стали заменять платежную систему SWIFT с помощью P2P переводов.

Преимуществами такого способа получения криптовалюты является скорость перевода средств, отсутствие комиссий со стороны биржи и продавцов, так как торговля происходит напрямую между продавцом и покупателем, а перевод денежных средств проходит через российские банки, криптовалюту можно покупать с российских счетов [1].

В декабре 2023 г. вышел указ президента США Джо Байдена о вторичных санкциях. Согласно этому документу американскому минфину разрешили в упрощенном порядке отключать зарубежные банки от финансовой системы за несоблюдение санкций против России. Опасаясь вторичных санкций, зарубежные банки стали ограничивать переводы для компаний с «российским следом». Если вопрос с расчетами компаний и физических лиц из России не будет решен в ближайшее время, это грозит проблемами с импортом многих товаров.

В условиях санкций мы видим возможным проводить международные переводы в криптовалюте. Криптовалюта анонимна, под вторичные санкции банки, проводящие в ней платежи, не попадут. Вместе с этим появляются структурные проблемы криптовалют. Во-первых, это централизованность всех крупных мировых бирж, что при давлении со стороны американского и европейских правительств позволит отслеживать производимые сделки. Очевидно, это ставит под удар всю идею суверенного права государства на высший контроль финансовой системы и производит огромные риски потери большей части средств — западные государства потребуют полной блокировки всех причастных к Российской Федерации и ее гражданам кошельков, что приведет к колоссальным безвозвратным потерям денежных средств. Во-вторых, высокая волатильность крипторынка и его необеспеченность реальными финансовыми инструментами. Также возможна недостаточная ликвидность криптобирж при покупке криптовалюты на рынке для организации переводов [5].

В условиях, когда рынок банковских переводов сжимается, а торговые операции не могут останавливаться, мы видим возможность и необходимость использования криптовалют в международных расчетах не как спекулятивный инструмент, а как инструмент расчетов.

Библиографический список

1. *Воскресенская О. В.* Криптовалюта. Принцип работы и перспектива // *E-Scio*. — 2023. — № 1 (76). — С. 339–345.
2. *Кожедубова В. А., Ковалева Т. В.* Криптовалюты в России: анализ правового статуса, проблемы использования и перспективы развития // *Экономика и бизнес: теория и практика*. — 2022. — № 4-1. — С. 217–223.
3. *Пашкова В. Д., Иваницкий Д. К.* Криптовалюты: история, понятие, классификация // *Вестник науки*. — 2023. — № 5 (62). — С. 68–74.
4. *Чачис Д. Ю.* Перспектива криптовалют на ближайшие годы // *Вестник науки*. — 2023. — № 7 (64). — С. 55–59.
5. *Юффа Д. А.* Влияние криптовалют на экономику России // *Молодой ученый*. — 2019. — № 20 (258). — С. 254–260.

Научный руководитель: **Е. Н. Прокофьева**,
кандидат экономических наук, доцент

ДЕЛОВАЯ ЕВРАЗИЯ

Международный конкурс молодежных бизнес-проектов



В. С. Астанин

Казахстанско-Американский свободный университет, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

Проект создания библиотеки «Книгографика»

Ключевые слова: библиотека; инновации; технологии; развитие; досуг.

ИП «Книгографика» — это инновационная библиотека, направленная на развитие местного населения. Проект ориентирован на создание современного и доступного пространства для образования, культуры и общественного взаимодействия.

Целью настоящего бизнес-плана является: создание и расширение компании; заинтересовать молодое поколение инновационными книгами и побудить их к чтению. Открытие библиотеки приведет к следующим последствиям: появление нового вида литературы; новая волна общенности к книгам; новые возможности самовыражения; появление новых профессий; расширение филиалов и смещение классических библиотек; открытие новых рабочих мест; пополнение бюджета области.

Наш проект направлен на преобразование библиотеки «Книгографика» в современное и привлекательное пространство, предлагающее не только доступ к литературным произведениям, но и уникальный опыт обучения, обмена идей и культурного обогащения. Планируется создание комфортной среды, где каждый посетитель сталкивается с красивым дизайнерским решением и профессиональным обслуживанием.

Достоинства создаваемого нами предприятия: увеличить число лояльных услугополучателей; увеличить скорость предоставления услуг.

С экономической точки зрения проект способствует: созданию рабочих мест, что позволит работникам получать доход; оказанию качественных услуг в области культуры и образования; поступлению в бюджет города налогов и других отчислений.

Библиотека предлагает ассортимент различной литературы — от детских книжек до научных работ. Предприниматель ставит достаточно низкие цены на продукцию для привлечения большего потока клиентов. В таблице представлен ассортимент предлагаемых книг, цены за 1 ед., количество попыток продаж и др.

Прайс-лист

Позиция	Цена за 1 ед., тенге	Q продаж		Общее количество, тенге	
		Месяц	Год	Месяц	Год
Основной фонд библиотеки	2 500	160	1920	400 000	4 800 000
Естественные науки	2 000	70	840	140 000	1 680 000
Прикладные науки	1 800	24	288	43 200	518 400
Общественные и гуманитарные науки	9 000	190	2280	1 710 000	20 520 000
Художественная литература	10 000	120	1440	1 200 000	14 400 000
Детская литература	1 900	160	1920	304 000	3 648 000
Школьная литература	4 600	274	3288	1 260 400	15 124 800
Литература универсальная	6 000	41	492	246 000	2 952 000
Новинки	2 700	88	1056	237 600	2 851 200
Документальная литература	7 200	80	960	576 000	6 912 000
Эссе и статьи	2 000	45	540	90 000	1 080 000
Религиозная литература	2 500	36	432	90 000	1 080 000
<i>Итого</i>				<i>6 297 200</i>	<i>75 566 400</i>

Основная задача маркетинговых мероприятий — это занятие устойчивой позиции на рынке. Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта произведенных товаров. Книги будут доступны для любых слоев населения. Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, ниже среднего).

Проект оценивается положительно, поскольку большинство заинтересованных сторон (предприниматель, клиенты, инвесторы, рекламщики, сотрудники) имеют высокий интерес и влияние на успешное развитие проекта. Взаимодействие с конкурентами и ограниченное внимание со стороны государства представляют собой вызовы, но они могут быть преодолены эффективным управлением и стратегическим планированием. В своей политике ценообразования компания нацелена на оптимальное сочетание цены и качества — как приоритетов проекта.

Цена продукции определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли.

Планируемые филиалы ориентировочно будут размещены в зданиях недалеко от центра г. Усть-Каменогорска. В проекте будет вся необходимая коммуникационная структура для обслуживания клиентов.

Проект оценивается положительно, поскольку большинство заинтересованных сторон (предприниматель, клиенты, инвесторы, рекламщики, сотрудники) имеют высокий интерес и влияние на успешное развитие проекта. Взаимодействие с конкурентами и ограниченное внимание со стороны государства представляют собой вызовы, но они могут быть преодолены эффективным управлением и стратегическим планированием.

Научный руководитель: **Ю. В. Трофимова**

А. П. Белоусова

Режевской политехникум, г. Реж, Свердловская область

Сельский гостевой дом «Русская деревня» (ИП «Белоусова Алина Павловна»)

Ключевые слова: сельский туризм; самоцветная полоса Урала; экологически чистые продукты; конкурентоспособность; стратегия проникновения на рынок.

Цель проекта — развитие сельского туризма. Создание в Режевском районе сельского гостевого дома «Русская деревня» для организации досуга и отдыха жителей, гостей района, области на 10 чел. Организацию отдыха в сельской местности и знакомство с неторопливым укладом жизни в деревне, ценностями народной культуры, прикладного искусства, местными обычаями, природой.

Конкурентное преимущество — обеспечение круглогодичных качественных услуг для отдыха и туризма. Данный бизнес будет успешным по ряду обстоятельств.

Во-первых, этот вид туризма включает элементы познавательного, активного и экологического туризма.

Во-вторых, богатая природа. Режевской район — одно из богатейших мест для развития туризма и отдыха, географическая столица самоцветной полосы Урала.

В-третьих, доступность региона. Гостевой дом будет расположен в 70 км от областного центра и 30 км от города Реж.

В-четвертых, отсутствие конкуренции в районе. В Режевском районе имеется два санатория: «Липовка» и «Баден-Баден», которые оказывают услуги по лечению различных заболеваний.

Комплекс услуг включает в себя: организацию и проведение туристических маршрутов; посещение музеев; пешие прогулки в лес, горы; знакомство с минералами в естественных условиях; купание в речке (около дома небольшая, но чистая речка); рыбалку; русскую

баню; отдых в беседке на природе; сбор целебных трав, ягод, грибов; парковка; катание на лошадях.

Сильные стороны компании: низкие цены; отсутствие конкурентов в районе; разработка системы скидок. Слабые стороны: отсутствие опыта предпринимательской деятельности; значительное влияние фактора сезонности на прибыль; разграничение полномочий и обязанностей среди персонала; не до конца изучен спрос клиентов. Потенциальными потребителями являются: семьи с детьми; пожилые люди; люди, которым противопоказана смена климатических поясов. Стоимость проекта: 400 000 р. (сумма необходимая для организации предпринимательской деятельности).

Чистая прибыль за год составит 1 680 000 р.

Срок окупаемости проекта — 3 месяца.

Правовым статусом фирмы является ИП (индивидуальный предприниматель). Адрес: Свердловская область, Режевской район, село Липовское, ул. Ленина, д. 5.

Гостевой дом «Русская деревня» будет работать с понедельника по воскресенье, часы работы ежедневно 8:00 — 23:00.

Дом расположен на земельном участке площадью 1500 м². Для организации бизнеса в аренду будет взят гостевой дом в лизинг. Стоимость 1 м² составит 500 р. Общая площадь дома составляет 150 м². Дом оборудован электроснабжением, водопроводом, канализацией, газоснабжением. Есть санитарная комната, в которой находится душевая кабина и санузел. В доме одновременно можно принять до десяти человек. В доме имеются четыре жилые комнаты: две комнаты — двухместные и две комнаты — трехместные, столовая, комната отдыха, санитарная комната. На территории имеются надворные постройки, русская баня, беседка сад с плодовыми деревьями, огород, теплица, площадка для игр.

Единовременные затраты: обустройство жилого помещения (покупка мебели, сантехники и др.). Общая сумма: 400 000 р. Ежемесячные расходы: аренда (150 м² × 500); заработная плата сотрудников; страховые взносы 30 %; питание 500 р. × 10 чел. × 25 дн.; аренда транспорта для экскурсии; реклама и прочее продвижение; прочие расходы. Основной наплыв туристов: летний период. Разработано два направления молодежного туристического маршрута: спортивно-оздоровительный и краеведческий. При разработке ценовой стратегии необходимо придерживаться стратегии проникновения на рынок, т. е. установление низких цен (в отличии от конкурентов) и высокое качество оказываемых услуг.

Проект будет предлагать услуги по уровню цен и качеству сервиса в соответствии с ожиданиями клиентов среднего класса. Средняя цена проживания — 2 000 р. В стоимость входит проживание и оплата

питания. ИП «Белоусова Алина Павловна» будет работать по упрощенной системе налогообложения — УСН, объект обложения — доход, уменьшенный на величину расходов, который будет облагаться по ставке 7 %.

Методы рекламы: продвижение в наиболее популярных социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте»; размещение контекстной рекламы в «Яндекс» и Google; создание сайта с указанием информации о предоставляемых услугах и ценах на них, галереей с удачными фотографиями базы, местом для комментариев от довольных посетителей; налаживание партнерства с туристическими фирмами; размещение рекламы в СМИ: в студии «Панорама», газетах «Новости Режа» и «Режевская весть».

Преимущества развития сельского туризма:

- создание рабочих мест для сельского населения;
- увеличение инвестиций на благо природы;
- возможность получения навыков работы в сфере туризма и охраны природы для сельского населения;
- производство экологической продукции;
- развитие ремесел.

Научные руководитель: **С. А. Рубцова**

А. А. Валинурова

Уральский радиотехнический колледж им. А. С. Попова, г. Екатеринбург

Проект бизнес-плана языковой школы ООО «Мир языков»

Ключевые слова: языковые школы; услуги; клиенты; конкуренты.

Открытие языковых школ уже долгое время является востребованным и актуальным бизнесом, так как сегодняшний мир предполагает свободную интеграцию людей по Земному шару в связи с отдыхом, работой и поступлением в зарубежные вузы. Кроме того, люди имеют стремление к новым знаниям всю свою жизнь. ООО «Мир языков» поможет многим людям за короткое время изучить новый язык с участием квалифицированных специалистов. Сертификат нашей школы точно поможет множеству людей в будущем их профессий. Целью проекта является открытие в г. Екатеринбурге школы лингвистики, предоставляющей образовательные услуги в сфере иностранных языков. Мы планируем использовать совершенно новый подход к организации частного преподавания. Поэтому качество и доступность услуг нашего предприятия будут выгодно отличаться от предоставляемых услуг репетиторов.

рами и государственными общеобразовательными учреждениями. Мы имеем преимущество благодаря индивидуальному подходу к клиенту и возможностям финансирования разработки новых методик преподавания. С частными учебными заведениями мы можем успешно конкурировать по цене.

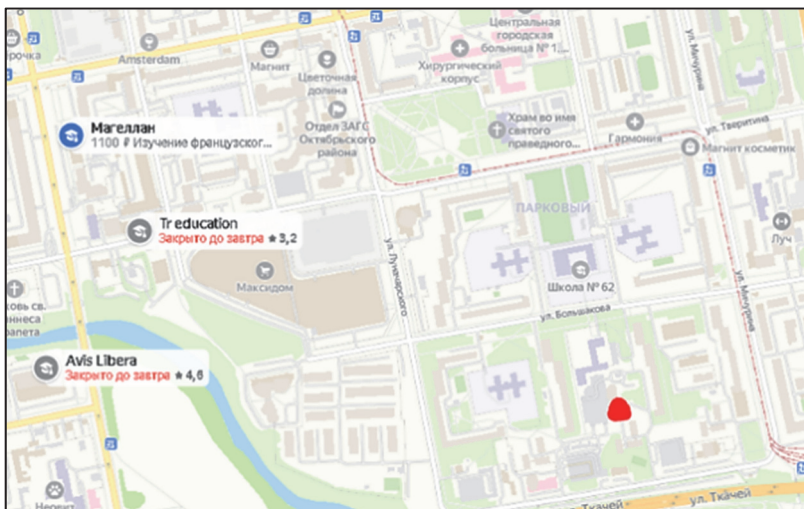
Наша главная цель — стать самой востребованной школой в г. Екатеринбурге. Наша миссия — дать людям знания, с помощью которых они смогут найти профессию или повысить квалификацию не имея трудностей, успешно пройти государственные экзамены по-иностранному языку, путешествовать без проблемы языкового барьера. Уникальность нашей школы — это применение «Технологии сотрудничества». Это одна из технологий личностно ориентированного обучения, которая основана на принципах: взаимозависимость членов группы, личная ответственность каждого члена группы за собственные успехи и успехи группы, совместная учебно-познавательная деятельность в группе, общая оценка работы группы.

В нашей школе будет пять разнообразных курсов. Основные языки — это китайский, английский и немецкий, а также курсы подготовки к ОГЭ и ЕГЭ и международным экзаменам. В первую очередь мы рассмотрели потенциальных покупателей нашей услуги. Наши курсы могут заинтересовать как детей дошкольного возраста, так взрослых людей.

Конкуренция есть в любом бизнесе, и нас она не обошла стороной. На данный момент работают 47 лингвистических центров в г. Екатеринбурге, они расположены по всему городу. Но ближайшие учебные заведения нашего формата находятся более чем в километре от нас, что даст нам большое преимущество (см. рисунок).

Процесс ценообразования охватывает многие стороны деятельности компании. Предполагается, что уровень цен будет соответствовать выбранному имиджу предоставляемой услуги: качественные и одновременно доступные для многих курсы для потребителей со средним и более высоким уровнем дохода. Стратегия маркетинга предполагает использование в перспективе системы скидок: клиентам, купившим сразу несколько курсов; социальная; на обучение детей из многодетных семей; для инвалидов, «Приведи друга и получи скидку». Образовательные услуги, оказываемые коммерческими организациями, облагаются НДС в соответствии с п. 3 ст. 164 НК РФ по ставке 20 %, никаких льгот по исчислению налога для них нет. По расчетам, с учетом издержек, связанных с оказанием услуг, прибыли и НДС средняя цена за 1 ч — 364 р.

Реклама и продвижение товара так же являются очень важным пунктом. Будут использоваться такие виды рекламы как интернет, медийные личности, инфо брошюры, инфо баннер.



Расположение трех ближайших организаций в микрорайоне «Парковый»

Школа будет работать в арендованном помещении. Организационно-правовая форма — ООО как наиболее подходящее предприятие и по простоте налогообложения, и по менее сложному процессу оформления документации. На начальном этапе будут работать 9 чел. Еще одним важнейшим пунктом является пакет документов для регистрации школы, но самое главное — это получение лицензии, которая позволит нам вести учебную деятельность.

Финансовые расчеты показывают: единовременные затраты/инвестиции составляют 1 000 000 р. Особое внимание при проектировании в бизнес-планах уделяют расчету доходов и расходов проекта: годовые затраты — 5 350 688 р., годовой доход — 7 555 140 р., чистая прибыль — 693 424 р., срок окупаемости — 1,4 года. В подведении итогов разработки проекта могу сказать, что открытие школы лингвистики является прибыльным и актуальным бизнесом. В наше время люди как никогда стремятся к образованию, в особенности к изучению зарубежных языков. Наша школа сможет грамотно подготовить население к туризму, экзаменам или же новой профессии. Много население города не оставит нас без клиентов, а наши нововведения привлекут людей абсолютно разных по возрасту и интересам.

Научный руководитель: **Т. А. Южанинова**

А. Р. Гимадеева, А. А. Шпагина

Казанский федеральный университет, г. Казань

Сервис для автоматического создания презентаций как часть цифровой трансформации образования

Ключевые слова: генерация презентаций; искусственный интеллект; цифровизация образования; нейронная сеть.

Ключевой тенденцией в современном образовании является цифровизация, частью которого является перевод образовательного контента в цифровой формат. Это требует определенных технических компетенций как со стороны образовательных учреждений в лице преподавателей, так и со стороны обучающихся.

Современное традиционное высшее образование, в отличие от онлайн-платформ, менее гибкое и медленно адаптируется к изменениям. В сфере высшего образования проблема быстрой адаптации материала под обучающихся и визуализация его для лучшего усвоения информации во многом зависит от загрузки и цифровых компетенций преподавателя. Для студентов также не менее важной частью демонстрации выполненной работы является его визуализация.

Для решения перечисленных проблем значимым инструментом может выступить сервис, позволяющий генерировать презентации из готового текста или по теме с помощью искусственного интеллекта. Внедрение такого сервиса в учебный процесс имеет методическую новизну, способствует ускорению и упрощению создания презентаций, благодаря чему передача информации от выступающего аудитории становится эффективнее и качественнее.

Сервис строится на четырех основных технологических решениях, перечисленных ниже.

Во-первых, использование нейросетевых языковых моделей, которые позволяют обрабатывать естественный язык и анализировать текст. Сервис работает с отечественной нейросетью GigaChat от Сбера.

Во-вторых, использование нейросетевых моделей для подбора и генерации картинок. В сервис интегрирована нейросеть Stable Diffusion.

В-третьих, использование облачных технологий для создания веб-сервиса и работы в браузере без необходимости устанавливать программное обеспечение на свой компьютер.

В-четвертых, использование технологии конвертации файлов в pdf, pptx и другие форматы.

Благодаря использованию всех указанных технологий преподаватели и обучающиеся могут значительно упростить свою работу, снимая с себя рутинную задачу по переработке и визуализации образовательных материалов, так как сервис делает презентацию из готового текста или по заданной теме буквально за несколько минут.

Проект имеет коммерческий потенциал. По нашим расчетам, рынок онлайн-презентационного обеспечения в России составляет 16,05 млн долл. США. Расчеты были проведены с учетом количества студентов по России, предполагаемого спроса и средней стоимости подписки на сервис.

В данный момент уже создан и работает в режиме тестирования первый прототип сервиса, который включает в себя:

- а) возможность вставить готовый текст или тему в сервис;
- б) возможность выбора шаблона презентации;
- в) обработку (резюмирование и структурирование) полученной информации через подключенный по API Giga Chat;
- г) генерацию изображений с помощью искусственного интеллекта на основе текстового запроса;
- д) создание презентации с помощью специально разработанного алгоритма;
- е) просмотр готовой презентации в сервисе;
- ж) выгрузку презентации в формате PDF или PPTX.

Составлен план комплексного тестирования с привлечением нескольких фокус-групп потенциальных пользователей. На данный момент заключен договор о лицензировании с Казанским федеральным университетом. Преподаватели Казанского федерального университета могут на протяжении года пользоваться сервисом по генерации презентаций в образовательных целях на безвозмездной основе.

Так, доцент кафедры инноваций и инвестиций института управления, экономики и финансов Казанского федерального университета М. С. Кузьмин был одним из первых преподавателей, кто протестировал и оценил работу сервиса: «У меня было 100 страниц лекционных материалов по дисциплине „Цифровые инновации в туризме“. С помощью сервиса я подготовил 5 презентаций на 200 слайдов. Текст был сокращен до минимально допустимых в презентации размеров, изображения подобраны удачно, в соответствии с текстом на слайде», — рассказывает Михаил Сергеевич.

Запланированы и уже проводятся мероприятия по доработке технической части сервиса, включая переход на отечественные нейросети от Сбера или Яндекса вместо Stable Diffusion, добавление функции редактирования.

Таким образом, сервис по автоматической генерации презентационных материалов ориентирован прежде всего на использование в образовательных учреждениях высшего образования, а также в колледжах и школах. Кроме того, сервис может использоваться в рамках тренингов, вебинаров, конференций и других образовательных мероприятий. Вне сферы образования сервис может быть полезен для специалистов коммерческих компаний, которые регулярно занимаются подготовкой презентаций.

Научный руководитель: **К. А. Ермолаев**,
кандидат экономических наук, доцент

С. А. Достовалова

Уральский радиотехнический колледж им. А. С. Попова, г. Екатеринбург

Проект бизнес-плана выставочного центра ООО «Беатриче»

Ключевые слова: выставочная индустрия; выставка; услуги; спрос.

Выставочная индустрия — это быстрорастущий сектор, который вносит значительный вклад в экономику. Одной из основных проблем, затрудняющих развитие выставочной деятельности в России, является нехватка современных выставочных площадей. Также существует проблема в организации архитектурно-пространственной среды выставок.

Цель проекта — открытие выставочного центра «Беатриче» в Екатеринбурге в сфере выставочных услуг как делового, так и развлекательного характера.

Миссия проекта — ориентация деятельности по оказанию выставочных услуг на удовлетворение спроса и запросов потребителей. Россияне стали чаще ходить в музеи и на выставки. Об этом свидетельствуют данные опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения, в котором проанализировали изменение культурного досуга за последние 30 лет с 1992 г. интерес к музеям и выставкам вырос в 1,5 раза. Если в 1992 г. раз в год и чаще музеи посещали 29 % граждан, то в 2023 г. это число увеличилось до 53 %.

Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в Екатеринбурге показывает, что в новых районах нет пространств для организации выставочных мероприятий. Все музеи и выставочные центры, располагаются в основном в центре. Поэтому расположение было выбрано в развивающемся и оживленном районе города — Широкая речка, на третьем этаже торгового комплекса «Светлореченский» (см. рисунок) по адресу: ул. Соболева, д. 5.



ТК «Светлореченский»,
где расположен выставочный центр ООО «Беатриче»

В выставочном центре «Беатриче» будут проводиться мероприятия разного характера — выставки. Для этого типа мероприятий будет выделено основное помещение площадью 300 м² и вместимостью до 280 чел. Пространство будет оборудовано управляемым освещением и легко перемещаемыми объектами (стенды, мебель, проекторы), лекции и конференции. Для данных мероприятий будут выделены несколько помещений размером 50–70 м². Данные комнаты ориентированы на небольшое количество людей (10–30 чел.). Специфика таких встреч подразумевает неформально-рабочую обстановку, поэтому такие комнаты должны быть комфортными и функциональными. В связи с 300-летием Екатеринбурга один зал площадью 60 м² будет выделен под проведение постоянной экспозиции выставочного центра. Данная экспозиция будет в формате фотовыставки. Ее идеей станет архитектурное развитие города Екатеринбурга с момента основания до наших дней. Также зал будет использоваться под проведение мастер-классов и тематических лекций, посвященных выдающимся личностям и событиям, оказавшим влияние на развитие города.

Выставочная индустрия включает в себя услуги, которые будут доступны в ООО «Беатриче»: полная организация мероприятий, которая проводится в несколько этапов. Услуги по организации позволяют, потенциальным экспонентам сэкономить силы, время и нервы. Реализация билетов через кассы выставочного центра Беатриче делает процесс продажи билетов более удобным для посетителей, а экспонентам

будет легче отслеживать динамику продаж и возвратов. В современном мире успешное проведение мероприятия во многом зависит от его технологической оснащенности. Выгода для клиентов в том, что им не нужно обращаться в сторонние компании для приобретения оборудования. Выставочный центр предоставит оборудование, избегая угрозы поломки при транспортировке.

Маркетинговая стратегия должна быть адаптирована к целевой аудитории и подчеркивать уникальные особенности объекта. Одним из наиболее важных аспектов является привлечение экспонентов. Это включает в себя маркетинг центра для компаний и организаций в соответствующих отраслях, также важно обеспечить превосходное обслуживание клиентов и поддержку экспонентов на протяжении всего процесса планирования и исполнения. В дополнение к привлечению экспонентов, также важно продвигать выставочный центр потенциальным посетителям: целевая реклама, охват в социальных сетях и другие рекламные мероприятия. Создание сайта даст пользователям информацию о выставочном центре, о его работниках и о доступных билетах.

Производственный план включает в себя оптимальные бизнес-процессы для налаживания контакта между экспонентами и посетителями. Благодаря правильному проведению предварительных работ по организации, обеспечению комфорта и высокого уровня сервиса, предприятие будет удовлетворять потребности своих клиентов и гостей.

Расчет финансовой составляющей деятельности предприятия складывается из инвестиционных взносов — 14 357 550 р. Операционные расходы — 12 140 064 р. в год. Общая выручка за год — 31 365 000 р. Годовая балансовая прибыль — 19 224 940 р. Чистая прибыль — 15 379 952 р. Срок окупаемости — 0,93 года. Рентабельности продаж — 26,69 %.

Открытие выставочного центра в Екатеринбурге представляет собой перспективное предприятие, которое будет способствовать развитию бизнеса и культурной сферы города.

Научный руководитель: **Т. А. Южанинова**

М. А. Ермаков

Алапаевский многопрофильный техникум, г. Алапаевск, Свердловская область

Бизнес-план электромонтажной и сварочной фирмы «Свет в окне каждого»

Ключевые слова: фирма; электромонтажные и сварочные работы; инвестиции; рентабельность.

Без электричества не обойдется ни один вид современной деятельности. Электропроводка нужна в жилых домах, в гаражах, в дворовых постройках, везде, где появляется человек. Электромонтажные и сварочные работы приносят солидный доход электромонтерам, сварщикам и организатору бизнеса. Бизнес-план электромонтажной и сварочной фирмы с расчетами и сметой представлен ниже.

Планируется организовать фирму «Свет в окне каждого» в г. Алапаевск и Алапаевском районе. Услуги электромонтажной и сварочной фирмы: электромастер на дом; услуги сварщика; монтаж греющего кабеля для водопроводных труб; установка видеонаблюдения; обслуживание и ремонт бытовой электропроводки; монтаж и замена электросчетчика; монтаж и замена электропроводки и др. Как дополнительные услуги фирма предлагает: составление сметы на электромонтаж помещения и составление сметы на сварочные работы. На реализацию бизнес-плана планируется потратить 2 месяца (с 1 апреля по 1 июня). До весны компания наберет обороты и на время строительных работ имеет все шансы получить выгодные и крупные заказы.

Для размещения небольшой электромонтажной и сварочной фирмы потребуется небольшой офис. Его расположение будет максимально комфортным для посетителей. Для офиса арендуем помещение от 40 м², которое делится на следующие зоны: 15 м² — место для приема посетителей; 10 м² — раздевалка для электромонтеров; 10 м² — место для проектирования и составления сметы; 5 м² — туалетная комната. В офисе планируются организационная работа, расчет сметы и составление технических планов.

Для электромонтажников и сварщика приобретаем следующие инструменты и оборудование: сигнализатор (4 шт.) — 300 р.; сварочный аппарат (1 шт.) — 3 700 р.; указатель напряжения однополюсный (4 шт.) — 200 р.; указатель напряжения двухполюсный (4 шт.) — 400 р.; перфоратор (1 шт.) — 12 000 р.; электродрель (2 шт.) — 10 000 р.; шуруповерт (2 шт.) — 10 000 р.; штроборез (2 шт.) — 20 000 р.; ручной инструмент (отвертки, молотки, пассатижи) — 45 000 р.; стремянка (2 шт.) — 10 000 р.; спецодежда (4 комплекта) — 5 000 р.

Таким образом, на начальное оснащение двух бригад электромонтеров из двух человек каждая понадобится 117 600 р. Ежемесячно компания будет иметь расходы: оплата коммунальных счетов, телефона, интернета — 5 000 р.; заработная плата сотрудников и выплаты в фонды — 221 000 р.; закупка недостающих инструментов, ремонт или замена сломанных — 15 000 р.; прочие расходы — 25 000 р.

На прибыль компания выйдет на 5–6-й месяц работы, но только при условии заказов. Окупится проект через 1–1,5 года. За это время часть чистого дохода будет уходить на расширение и рост фирмы. Это увеличит доход на 25–30 %. Рентабельность компании составит 20–24%, что говорит об успешности проекта в небольшом городе.

Научные руководители: **Е. Н. Егошина,**
С. И. Сивицк

Е. М. Комарова, А. Г. Яценко

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Бизнес-проект установки фитопанелей из стабилизированных растений

Ключевые слова: фитопанели; стабилизированные растения; устойчивое развитие.

Цель проекта — создание бизнеса по установке фитопанелей из стабилизированного мха с целью распространения экологически чистых и устойчивых материалов в дизайне интерьеров, что поможет клиентам делать более осознанный выбор в пользу экологически устойчивых решений. Идея создания бизнеса по установке фитопанелей соответствует основным принципам концепции устойчивого развития, и предполагает выполнение задач одновременно по трем направлениям: экономическому, социальному и экологическому. Фитопанели являются не только стильным решением для интерьера. Они, как и комнатные растения, делают воздух чище и благоприятно влияют на психологическое состояние тех, кто находится в комнате с фитодизайном. Для такой деятельности потребуется команда сотрудников, которых необходимо обучить всем тонкостям сборки фитопанелей. Можно сотрудничать с компаниями-производителями, заключив с ними договор на приобретение и реализацию их продукции по ценам ниже розничных.

Разработав календарный план запуска бизнес-идеи (табл. 1), отметим, что срок подготовительного периода составляет не более 4 мес.

Таблица 1

Календарный план запуска бизнес-идеи

Этап	Длительность исполнения, мес.			
	1	2	3	4
Поиск компании-производителя фитопанелей и заключение договора о сотрудничестве с ними				
Аренда помещения				
Поиск персонала				
Запуск деятельности				

Общие инвестиционные затраты проекта составляют 970 000 р., в том числе: регистрация и оформление — 30 000 р.; реклама и личный сайт — 100 000 р.; автомобиль (б/у) — 800 000 р.; прочие — 40 000 р. Для поддержания работы бизнеса следует нанять штат персонала. Размер заработной платы определен путем мониторинга вакансий на сайтах «Мой Донецк», «Работа ДНР» и Workdnr.ru (табл. 2).

Таблица 2

Расходы на оплату труда персонала

Персонал	Количество, чел.	Зароботная плата одного работника, р.	Общая сумма, р.
Ландшафтный дизайнер	1	27 000	27 000
Менеджер	1	26 000	26 000
Установщик	1	25 000	25 000
Водитель	1	25 000	25 000
Всего	3	78 000	103 000
<i>Отчисления в фонды (30 %)</i>			30 900
<i>Расходы за месяц</i>			133 900

Ежемесячные затраты по реализации проекта составляют: коммунальные услуги — 5 000 р.; коммерческие расходы 15 000 р.; непредвиденные расходы — 20 000 р.; фонд оплаты труда (включая отчисления) — 133 900 р.; затраты на рекламу — 15 000 р.; затраты на горюче-смазочные материалы — 10 000 р. Итого: 150 700 р. в месяц. Реализация представленного проекта характеризуется следующими показателями: выручка от реализации — 750 000 р.; затраты — 158 940 р.; прибыль до налогообложения — 591 060 р.; налог на прибыль — 118 212 р.; чистая прибыль — 472 848 р.; рентабельность реализаций — 64 %. Срок окупаемости проекта составляет 2 мес. Быстрая окупаемость и высокий уровень доходности проекта подтверждают высокую инвестиционную

привлекательность и экономическую целесообразность бизнес-идеи. Как на этапе подготовки, так и в период работы предприятия, деятельность связана с определенными рисками. Их оценка проведена с помощью матричного метода SWOT-анализа (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

SWOT-анализ

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Экологическая устойчивость: продукт создается из стабилизированного мха, что делает его экологически чистым и устойчивым материалом, что может привлечь клиентов, которые ценят экологическую ответственность. Креативный дизайн: мох можно использовать для создания уникальных и креативных дизайнерских решений, что может привлечь клиентов, ищущих оригинальные интерьерные элементы. Широкий спектр применения: фитопанели могут использоваться в различных типах помещений, включая офисы, рестораны, дома, магазины, выставки и другие места	Ошибка в выборе локации проекта. Вертикальное озеленение больше подходит для крупных городов, где есть серьезные компании, заинтересованные в услугах, и люди, желающие привнести в свое жилое или рабочее пространство экотивы. Избежать этого риска можно на стадии планирования бизнеса. Необходимость обучения клиентов. Некоторые клиенты могут не быть знакомы с концепцией фитопанелей и уходом за ними, и им может потребоваться обучение и просвещение
Возможности (O)	Угрозы (T)
Выход на новые рынки. Участие в событиях и выставках: продемонстрировать фитопанели можно на выставках и мероприятиях, чтобы привлечь новых клиентов и установить связи в индустрии дизайна. Онлайн-продажи: расширение на онлайн-рынок даст доступ к более широкой географии клиентов путем создания профессионального веб-сайта с каталогом продукции	Риск низкого спроса. Сложность заключается в том, чтобы донести до клиента все преимущества фитостен и предоставить достаточно информации для принятия ими решения о покупке. Этого можно добиться за счет активной и продуманной рекламной кампании

Таким образом, бизнес-проект является целесообразным и экономически эффективным. Его реализация позволяет получить весомый социальный и экологический эффект, который заключается в снижении негативного воздействия на окружающую среду и способствует зеленой экологической инициативе. Бизнес будет способствовать созданию новых рабочих мест в сфере монтажа и дизайна фитопанелей, а также предоставлять клиентам экологически устойчивые и креативные решения в дизайне интерьера, что будет способствовать повышению социальной ответственности и осознанности потребителей.

Научный руководитель: **А. В. Слюсаренко**

Бизнес-план создания флоатинг-студии

Ключевые слова: здоровье; флоатинг-студия; индивидуальный предприниматель.

Современный темп жизни можно охарактеризовать словом «спешка». Большое количество людей постоянно находятся в движении, работают, уделяют время своей семье, друзьям и т. д. В условиях ограниченного времени человек забывает о своих желаниях, перестает слушать себя и свое тело. Для того, чтобы восстановить отношения с собой, необходимо посвящать хотя бы немного времени себе самому. Одним из вариантов отвлечения человека от насущных проблем и забот может стать процедура флоатинга.

Флоатинг может восстанавливать как эстетическое, так и физическое здоровье. Так как плавание в воде с большим содержанием соли благотворно влияет на общее состояние человека.

Цель проекта: создание флоатинг-студии, места, которое поможет человеку понизить уровень тревожности и избавиться от стресса.

Миссия проекта: распространение флоатинг-процедур и их популяризация среди населения.

Проведен сравнительный анализ организационно-правовых форм по нескольким релевантным критериям. На основании результатов анализа была принято решение об организации деятельности по форме ИП (индивидуальный предприниматель).

Преимущества ИП: во-первых, процесс регистрации в качестве ИП проще и дешевле; во-вторых, простой вывод денег из бизнеса; в-третьих, относительно просто прекратить деятельность в качестве ИП (необходимо оплатить госпошлину и подать заявление).

Флоатинг подразумевает под собой плавание в камере (капсуле или комнате с бассейном), в которую не проникает звук, свет и запах. Благодаря раствору, содержащему соль в высокой концентрации, тело человека находится на поверхности воды. Человек испытывает чувство невесомости и полной свободы от каких-либо воздействий.

Флоатинг можно отнести к новинкам индустрии. Он популярен в столице, а в других крупных городах представлен несколькими игроками или вообще отсутствует. Следовательно, конкуренция в нише минимальная.

Одним из преимуществ предлагаемого проекта «Флоатинг-студия» является наличие флоат-комнат, вместо флоат-капсул, что позво-

лит клиентам с боязнью замкнутого пространства пользоваться услугами нашей студии; относительно новая услуга; высокий спрос; широкая и разнообразная аудитория; большой процент посетителей становится постоянными клиентами.

К минусам можно отнести неосведомленность населения о данной услуге, увеличение конкурентов, неприятие со стороны клиентов, снижение доходов населения.

Наш проект ориентирован на сегмент B2C, т. е. наша компания ориентирована на потребителя, на частное лицо. Наши услуги будут рассчитаны на широкий круг потребителей, так как мало кто на сегодняшний день не нуждается в релаксации и отдыхе. Нашей целевой аудиторией являются люди, которые сильно устают на работе, часто переутомляются, люди, страдающие бессонницей, частыми стрессами. Также флоатинг показан людям, занимающимся спортом, так как он позволяет мышцам и суставам отдохнуть после интенсивных нагрузок. Кроме того, данная процедура полезна для кожи и фигуры. Тем самым наша целевая аудитория не имеет границ. Для детей флоатинг показан с 12 лет, или в терапевтических целях (в сопровождении взрослых). Процедуру можно проходить пожилым людям, инвалидам и даже беременным женщинам. В качестве системы налогообложения мы выбрали патентную систему, так как для нас она наиболее привлекательна. В качестве регистра учета будем вести книгу учетов доходов. В проекте: проведен расчет первоначальных инвестиций; определены источники финансирования; изучены требования к помещениям, которые могут быть оборудованы под данные процедуры; сформированы ежемесячные текущие расходы; спрогнозирован период выхода на окупаемость.

Таким образом, наш проект поможет человеку понизить уровень тревожности и избавиться от стресса, который в свою очередь негативно влияет на здоровье, нарушает обменные процессы, вызывает дисбаланс гормонов и провоцирует серьезные болезни. Представленный проект реализуем.

Научный руководитель: **Д. Х. Бухарова**,
кандидат экономических наук

Д. И. Морозова, С. А. Бондарева

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород

Проект создания школы-студии анимации

Ключевые слова: анимация; план рекламы; потенциальные клиенты; программа обучения; видеоролик.

Наша цель заключается в создании школы-студии анимационного искусства для детей в возрасте от 7 до 17 лет, где они смогут научиться рисовать и монтировать мультфильмы. Основная ценность нашего проекта заключается в том, что мы стремимся повысить нравственность и духовность молодежи, используя анимационные и педагогические технологии. Мы разработаем учебную программу, которая поможет полноценно развить личность каждого ребенка. Наши занятия развивают образное мышление, художественные способности и учат выражать свои мысли. Наши ученики смогут изучить основы теории и практики классической и современной анимации. Во время обучения каждый ребенок освоит технологический процесс создания мультфильма, включая монтаж видео и запись звуковой дорожки.

Кроме образовательных занятий, наша студия анимации предоставляет услуги по созданию различных социальных, рекламных и других анимационных продуктов, как для юридических лиц, так и для рекламных агентств.

План рекламы включает в себя: ведение социальных сетей (открытие группы «ВКонтакте»), ведение Телеграм-канала; работа промоутеров (размещение листовок в общественных местах); создание сайта (регулярное ведение площадки с размещением фото, видео, примеров сделанных работ); реклама на билбордах; размещение вывески на здании и при входе в студию; медийная реклама; реклама в детских центрах, школах.

Потенциальные клиенты — дети в возрасте от 7 до 17 лет; ребенок ходит в учебное заведение (школа, колледж, техникум).

Программа обучения: основные темы, которые будут рассмотрены на курсе, включают в себя основы анимации, создание персонажей, анимационная техника, сюжет и монтаж, звук и музыка в анимации, компьютерная анимация и многое другое. Каждая группа будет иметь своего куратора, который будет следить за успехами студентов, помогать им в трудных моментах и вдохновлять на творчество. Также будут проводиться выездные мастер-классы и лекции от известных

аниматоров, чтобы студенты могли познакомиться с профессионалами и узнать о последних тенденциях в мире анимации.

Наша цель — не только научить детей и подростков создавать анимацию, но и развить их творческие способности, логическое мышление, коммуникативные навыки и умение работать в команде.

Мы уверены, что анимация способна не только увлечь детей, но и стать для них увлекательным и познавательным хобби, а возможно, и будущей профессией.

Процесс обучения включает несколько этапов, каждый из которых направлен на развитие конкретных навыков и способностей учащегося: разработка сюжета; создание отдельных кадров; работа с звуковым сопровождением; озвучивание. Для разнообразия учебного процесса возможно организовывать мастер-классы и открытые уроки время от времени. Они могут быть организованы в связи с различными праздниками или значимыми событиями. Для участия в таких мероприятиях в первую очередь приглашают опытных специалистов и родителей учеников школы-студии.

Основные способы применения видеороликов: включение анимации в телевизионную рекламу; использование как вирусного видеоролика в социальных сетях; отправка электронной открытки на день рождения или юбилей; создание общественных видеороликов, демонстрирующих различные общественные ситуации; использование в видеорекламной кампании.

Научный руководитель: **А. А. Бобок**,
кандидат экономических наук, доцент

А. В. Слюсаренко

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Бизнес-проект организации фермерского хозяйства

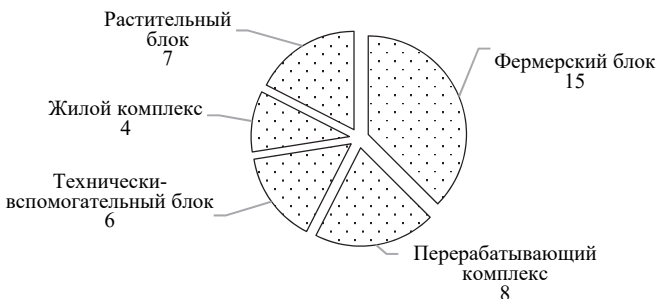
Ключевые слова: фермерское хозяйство; экоферма; продукты питания; производство.

Мода на здоровый образ жизни подхватывает современное общество в свое течение, люди отказываются от вредных привычек, фаст-фуда, генно-модифицированных продуктов. Тут берут начало экофермы, повышается их значимость, поэтому их развитие определяется как приоритетное бизнес-направление. Особенностью экологического фермерства является то, что в процессе выращивания продукции не применяются синтетические удобрения, пестициды и прочая химия.

Цель проекта — организация фермерского хозяйства на территории для реализации продукции в свежем виде мелким перекупщикам, продуктовым магазинам под реализацию. Как утверждают аналитики, процент населения, потребляющего органическую сельскохозяйственную продукцию, в ближайшее десятилетие вырастет с 1 % до 15–20 %, что сформирует огромную целевую аудиторию для предприятий данной отрасли. Чтобы обеспечить такой спрос, ежегодно в течение 10 лет в Российской Федерации должно открываться около 2–3 сотен сертифицированных предприятий. Кроме того, целесообразность организации фермы подтверждается поддержкой отрасли на государственном уровне в Российской Федерации в порядке и формах, предусмотренных Федеральным законом от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства». Если говорить о целевой аудитории, то потребителями являются граждане независимо от пола и возрастной категории. Однако самой представительной группой потребителей являются женщины и мужчины 25–50 лет со средним и высоким достатком.

Для полноценной фермы нужно создать (см. рисунок):

- фермерский блок — помещения для выращивания крупного рогатого скота: дойных коров, свиней, куриц, птиц и кроликов;
- перерабатывающий комплекс — цеха для переработки мяса и молока, колбасно-копильный цех и т. п.;
- технический вспомогательный блок — помещения для убоя, разделки туш, складские помещения, подсобные помещения, гараж для сельскохозяйственной техники;
- жилой комплекс — административный блок с домами для персонала, помещениями для отдыха и т. д.;
- растительный блок — тепличные участки, сады и огороды.



Функциональные блоки экофермы, %

Понадобятся крупные инвестиции и время для возведения построек, подготовки всего необходимого, поэтому на первом этапе целесообразно организовать только часть плана, а в случае успешного функционирования — постепенно расширяться. Так, можно начать дело с фермерского блока, специализируясь на производстве и сбыте молока, молочной продукции, а также периодическом сбыте мясной продукции. Согласно календарному плану запуска бизнес-проекта подготовительный период организации экофермы составляет не более 4 мес. (табл. 1).

Таблица 1

Календарный план запуска бизнес-проекта

Этап	Длительность исполнения, мес.			
	1	2	3	4
Покупка земельного участка				
Поиск персонала				
Строительство коровника, складов, забора				
Запуск бизнес-процесса				

Первый шаг — регистрация бизнеса. Для регистрации ИП понадобятся следующие документы: копия паспорта; СНИЛС; ИНН; заявление по установленной форме; заявление по выбранной форме налогообложения и номер ОКВЭД, а также разрешение Роспотребнадзора и пожарной службы. Кроме того, для ведения деятельности необходимо разрешение от ветеринарной станции, а также придется периодически проходить проверку для получения сертификата.

Как на этапе подготовки, так и в период работы экофермы, деятельность связана с определенными рисками. Их оценка проведена с помощью матричного метода SWOT-анализа (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ рисков и возможностей бизнес-проекта

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Рост спроса на органический товар. Регенеративный эффект на окружающую среду	Возможная конкуренция со стороны существующих фермерских хозяйств, иностранных поставщиков
Возможности (O)	Угрозы (T)
Расширение экофермы: строительство теплиц и помещения для выращивания кроликов, кур; посадка сада и др.	Снижение покупательной способности, рост издержек на энергию, природные бедствия, эпидемии

Таким образом, организация фермерского хозяйства является целесообразным и экономически эффективным процессом. Также это обусловлено весомым социальным эффектом, который заключается в предоставлении натуральной продукции, поддержании здорового образа жизни населения, отсутствии загрязнения окружающей среды, увеличении количества и качества плодородного слоя почвы.

Научный руководитель: **Н. И. Алексеева**,
доктор экономических наук, профессор

Е. А. Сорокопудова

Уральский радиотехнический колледж им. А. С. Попова, г. Екатеринбург

Проект бизнес-плана ООО База отдыха «Простор»

Ключевые слова: база отдыха; озеро Таватуй; модульные домики.

Целью проекта является создание ООО База отдыха «Простор» на берегу озера Таватуй в Невьянском районе Свердловской области в 50 км от Екатеринбурга и 100 км от Нижнего Тагила, содействие развитию семейного отдыха в России и пропаганда здорового образа жизни. Деятельность создаваемого предприятия направлена на оказание услуг в сфере «Деятельность по организации отдыха и развлечений» для людей со средним и невысоким уровнем дохода.

Миссию проектируемой базы отдыха можно сформулировать так: «Мы работаем, чтобы предложить нашим клиентам исключительное обслуживание и комфорт для удовлетворения любых вкусов и запросов при организации отдыха на природе». На озере Таватуй чистейшая вода и живописные окрестности. Те, кто здесь побывал, отзываются о природной достопримечательности как об одной из уникальных уральских жемчужин.

Основная услуга базы отдыха — предоставление временного проживания. Здесь можно будет арендовать беседки, модульные домики (рис. 1), коттеджи.

Строительство современных модульных домиков позволит возводить объекты без фундамента и сохранить экологию региона. Они будут органично вписаны в окружающий ландшафт и привлекать внимание своим дизайном.

Кроме того, на базе отдыха будут организованы различные варианты для проведения активного отдыха: волейбольная площадка, футбольное поле, детская площадка, спортивная площадка и др.



Рис. 1. Модульные домики

Дополнительные услуги: мангал, рыбалка, парковка, кемпинг, баня, сауна, бассейн, пляж, прокат лодок, катамаранов, рыболовных снастей и другого туристического инвентаря.

Целевая аудитория ООО Базы отдыха «Простор»: дети дошкольного и школьного возраста, студенты, молодые люди, занимающиеся в спортивных и танцевальных секциях, офисные сотрудники, участвующие в семинарах, тренингах, родители с малышами, пенсионеры¹.

Для анализа конкурентов были взяты организации наиболее схожие с проектом ООО Базы отдыха «Простор»: «Зеленая горка», «Загорье», База отдыха РЖД, база отдыха «Таватуй» (рис. 2).



Рис. 2. Расположение организаций-конкурентов

Проведенный анализ конкурентов, показывает, что конкуренция средняя. При создании перечня услуг и разработки инфраструктуры базы отдыха «Простор» были учтены данные с сайтов и отзывы клиен-

¹ Как определить целевую аудиторию: самая подробная инструкция. — URL: <https://in-scale.ru/blog/kak-opredelit-celevuyu-auditoriyu> (дата обращения: 02.03.2024).

тов данных баз отдыха, следовательно, данный проект является конкурентоспособным на рынке¹.

Ценовая стратегия продаж будет сочетать в себе учет издержек оказания услуг, платежеспособный спрос потребителей и ценовую политику конкурентов². Стратегия маркетинга предполагает использование в перспективе системы скидок: к дням рождения посетителей, для пенсионеров, детей и студентов.

Будут использоваться следующие виды рекламы:

- вывеска, размещенная у въезда на базу отдыха;
- телевизионный ролик;
- публикация статей на региональных новостных сайтах³.

Создание и ведение групп в социальных сетях. Главное — создание сайта и его продвижение за счет заключения контрактов с организациями, занимающимися современными средствами продвижения. Затраты на рекламу составят 240 000 р. за год.

База отдыха будет работать на арендованной территории. Площадь — 5 га. Для организации предприятия выбрана организационно-правовая форма — ООО как наиболее подходящее по простоте налогообложения и по менее сложному процессу оформления документации. Будет выпущено две привилегированные акции стоимостью 7 000 000 р. и шесть простых номинальной стоимостью 5 500 000 р.⁴ Планируется восемь собственников. Уставный капитал в размере 47 000 000 р. Предполагаемая выручка 38 991 600 р. в год, годовые затраты 22 101 696 р., чистая прибыль 14 550 408 р. Конечно, нельзя ожидать такой объем прибыли с первых же месяцев работы. Но в перспективе вполне реально достичь этого уровня, что позволит окупить первоначальные вложения за 3,2 года. Рентабельность продаж — 37 %.

Научный руководитель: **Т. А. Южанинова**

¹ Анализ конкурентов на практике. — URL: <https://vc.ru/marketing/181297-analiz-konkurentov-na-praktike-10-shagov-shablon> (дата обращения: 02.03.2024).

² *Ценообразование*: стартовый гайд для маркетолога, предпринимателя и руководителя. — URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/tsenoobrazovanie> (дата обращения: 03.03.2024).

³ *Что такое реклама*: полный обзор понятия и виды. — URL: <https://neiros.ru/blog/ads/chto-takoe-reklama-polnyy-obzor-ponyatiya-i-vidy/> (дата обращения: 03.03.2024).

⁴ *Расходы* на старте бизнеса для ИП и ООО. — URL: <https://arenza.ru/blog/> (дата обращения: 03.03.2024).

А. А. Федин

Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Новосибирск

Рыбоводческий комплекс: специфика метода индустриальной аквакультуры

Ключевые слова: аквакультура; рыбоводство; бизнес-проект.

В рамках бизнес-проекта планируется создание рыбоводческого комплекса, выращивающего форель методом индустриальной аквакультуры. Расчеты учитывают две инвестиционные очереди на открытие двух производственных цехов равной мощности. По итогам построения финансовой модели наличие второй очереди повышает показатели эффективности проекта.

В данный момент мы можем наблюдать значительные социально-экономические, политические и иные тенденции в российском обществе. Часть их вызвана ростом уровня благосостояния граждан Российской Федерации и культурным влиянием государств Азии, другие же возникли в результате значительного перестроения внешнеэкономических связей нашей страны. Рассмотрим некоторые тенденции, важные для оценки актуальности проекта по созданию рыбоводческого комплекса, выращивающего форель методом индустриальной аквакультуры (табл. 1).

В силу роста благосостояния многие граждане начинают склоняться к посещению заведений общественного питания или заказу готовой еды с целью повышения уровня комфорта или экономии времени. При этом в силу популяризации японской, китайской, вьетнамской и паназитской кухни мы видим все больше заведений, важным продуктом для которых является красная рыба. При этом мы можем отметить уход с рынка норвежской форели, вызывавший рост цен на российском рынке.

Стоит отметить, что политика обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации в сфере сельского хозяйства также распространяется на сферу рыбоводства. Это позволяет подобным предприятиям брать льготные кредиты под 1–5 % годовых. Еще более значительной является возможность получить грант на развитие производства «Агропрогресс» при работе более 24 мес.

По итогам анализа целевой аудитории проекта с помощью «Контур-Фокус» мы можем выделить наличие более 2 900 компаний, испытывающих значительную потребность в красной рыбе и почти 950 компаний, специализирующихся на данном продукте. Подробное распределение целевой аудитории по видам деятельности представлено в табл. 2.

Таблица 1

Общественные тенденции, показывающие актуальность проекта

Социальная сфера	Технологии
<p>Популяризация азиатской кухни, неотъемлемой частью которой является красная рыба.</p> <p>Тенденция к отказу от самостоятельной подготовки. Все большее число молодых людей питается вне дома или заказывает доставку готовой еды.</p> <p>Популяризация здорового образа жизни и правильного питания</p>	<p>В последние годы появился ряд отечественных производителей оборудования для установок замкнутого водоснабжения и автоматизации производственных процессов</p>
Экономика	Политика
<p>Уход норвежской форели с российского рынка вызвал рост цен и снизил конкуренцию на рынке.</p> <p>Транспортировка дальневосточной форели значительно снижает качество и повышает цену продукта</p>	<p>Благодаря политике импортозамещения и продовольственной безопасности проект подходит под ряд грантовых программ федерального и регионального уровня, а также программу льготного кредитования сельского хозяйства под 1–5 % годовых</p>

Таблица 2

Анализ потребителей

Целевая аудитория	Потенциальная целевая аудитория, компаний	Фактическая целевая аудитория, компаний	Доступная целевая аудитория, компаний
Рестораны, кафе, бистро, служба доставки еды (ОКВЭД 56.10)	3 264	1 632	490
Оптовая торговля рыбой и морепродуктами (ОКВЭД 46.38.1)	5 200	1 040	416
Розничная торговля рыбой и морепродуктами (ОКВЭД 47.23)	798	240	31
<i>Итого</i>	<i>9 262</i>	<i>2 912</i>	<i>937</i>

Примечание. Потенциальная ЦА — компании, имеющие целевой продукт в ассортименте. Фактическая ЦА — компании, имеющие значительную потребность в целевом продукте. Доступная ЦА — компании, для которых целевой продукт является основным.

Прямых конкурентов, производящих аналогичный продукт, на территории Новосибирской области нет. Косвенных конкурентов, производящих продукты-заменители или аналогичные продукты, вне Новосибирской области — 1 794.

Производственный процесс в установках замкнутого водоснабжения позволяет выращивать рыбу в бассейнах круглогодично, без эффекта сезонности, автоматизируя систему кормления и контроля состояния рыбы. Установка замкнутого водоснабжения характеризуется высокой степенью интенсификации производства. Норма посадки форели в рамках данного проекта составляет 72 кг/м³, что позволит производить до 66 т радужной форели.

Далее перейдем к показателям эффективности проекта. Расчетный срок окупаемости составляет шесть лет. Накопленный свободный денежный поток по итогам 10 лет работы составляет более 81,8 млн р. Индекс доходности — 1,184; *IRR* — 18,6 %; *NPV* — 15 млн р.

Бизнес-модель показывает высокую расчетную устойчивость к изменению основных показателей проекта. Ближайшей критической точкой является цена производимой продукции. Допустимое отклонение составляет 48 %.

Финансирование первой инвестиционной очереди составляет 48,9 млн р. Структура финансирования: льготный кредит для сельскохозяйственных предприятий (под 5 % годовых на пять лет) — 61 %, частные инвестиции — 39 %. Финансирование второй очереди — 32,5 млн р. Структура финансирования: грант «Агропрогресс» — 92 %, частные инвестиции — 8 %.

Подводя итог хочется отметить, что данный проект рыбководческого комплекса является жизнеспособным и перспективным в силу: его соответствия современным тенденциям, отсутствию прямых конкурентов производящих свою продукцию на территории Новосибирской области при внушительном числе потребителей, устойчивой и эффективной бизнес-модели, а также возможности привлечения 74 % финансирования в виде льготного кредита и государственного гранта.

Научный руководитель: **Н. Г. Филатова**,
кандидат экономических наук, доцент

В. А. Хижняк

Казахстанско-Американский свободный университет, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

Развитие психологического туризма в Восточно-Казахстанской области (ИП «Shanti»)

Ключевые слова: психологический туризм; гештальт-терапия; внутренние конфликты; психологическое здоровье.

ИП «Shanti» предоставляет услуги психологического туризма, объединяя отдых и достижение внутренней гармонии с помощью организованной туристской услуги через психологическое сопровождение клиентов, выраженное помощью в ориентации в психологическом пространстве реальности.

Психологический туризм — это вид рекреационного туризма с профессиональным психологическим сопровождением группы туристов, целью которого является совмещение организованного отдыха и профессиональных восстановительных технологий в условиях целебных ресурсов природы и адекватного экстрима, восстанавливающих психологические и духовные резервы «Я» [3]. Благодаря сопровождению клиента высококвалифицированным специалистом в области психологии происходит полное погружение в собственную личность, происходящие психологические и психические процессы и восприятие окружающей действительности.

Психологический туризм дает возможность заняться деятельностью, способствующей психическому и эмоциональному благополучию. Такая деятельность может включать медитацию, йогу, сеансы терапии и другие оздоровительные практики, позволяющая людям в новой обстановке вырваться из привычных шаблонов и найти новые способы управления своими внутренними конфликтами. Также одним из преимуществ данного вида туризма является возможность общения с другими людьми, которые могут испытывать схожие проблемы. Сеансы групповой терапии или группы поддержки могут дать людям чувство общности и поддержки. Это может быть особенно полезно для тех, кто чувствует себя изолированным или одиноким в своей борьбе.

Актуальность организации психологических туров представляет выбор психотерапевтической программы и технологий, исходя из психологических проблем клиентов, часть которых может реализовываться в виде потенциального запроса клиента, а часть может находиться в неосознаваемом для него поле внутренних конфликтов.

Методологической сущности психологического туризма отвечают три основных принципа гештальт-терапии — принцип концен-

трации на настоящем, принцип активного участия клиента в терапии, выражающийся в непрерывном поиске новых психологических выходов из проблем и принцип комплексного понимания человека в единстве психологического и телесного. Психологический туризм дает возможность человеку существовать «здесь и сейчас», иногда разрывая связь с прошлым и будущим, погружая личность в новую для нее реальность. «Реальность» является ключевой метафорой гештальт-терапевтической практики, заставляя человека воспринимать возникшую ситуацию как данность [1; 2].

Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития данного вида туризма на рынке. Туристический потенциал рекреационных ресурсов и историко-культурного наследия позволяет достичь интенсивного развития психологического туризма в стране с разнообразными возможностями для его реализации в зависимости от особенностей спроса предприятий и населения, а также от ресурсов туристических предприятий и организаций. На данный момент в Восточно-Казахстанской области низкая конкуренция на рынке предприятий, предоставляющих услуги психологического туризма, что позволяет открыть компанию в данной сфере, имея при этом высокие перспективы развития.

Библиографический список

1. *Елисеев О. П.* Гештальтпсихология личности: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2024. 289 с.
2. *Козуб А. А.* Гештальтпсихология: история и современность // Роль инноваций в трансформации современной науки: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. (Волгоград, 5 декабря 2016 г.): в 4 ч. — Волгоград: Аэтерна, 2016. — Ч. 4. — С. 215–219.
3. *Фаерман М. И.* Психологический туризм как направление интегративной психологии // Ярославский психологический вестник. — 2014. — № 30. — С. 63–66.

Научный руководитель: **Ю. В. Трофимова**

В. В. Шавель, Т. В. Карнюхина, Д. Р. Кадушкевич
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Беларусь

Создание книг семейных баек и историй

Ключевые слова: эмоциональный маркетинг; год семьи, связь поколений; технологии VR и AI.

Самый важный аспект связи поколений — это передача ценностей и идеалов, которые обогащают жизнь и общество.

Дж. Уэзерилл

Проблема поколений сопровождает человечество на протяжении всей его истории, оставаясь актуальной и важной. Именно на этой универсальной идее, пронизывающей всю человеческую память, основан наш стартап, что делает его современным и востребованным. Эта идея касается высокой ценности, придаваемой воспоминаниям о близких, и глубокого уважения к тем моментам, которые помогают сохранить эти неоценимые памятные моменты. Не случайно в культуре различных народов существуют традиции, олицетворенные в праздниках, таких как Радоница, Дзяды, День мертвых в Мексике и др., посвященные увековечиванию памяти о предшествующих поколениях.

Актуальность идеи данного проекта подтверждается еще и тем, что 2024 г. в России объявлен годом семьи. А именно Россия и другие постсоветские страны — основные рынки, на которые будет ориентироваться стартап.

Целью исследования является объединение поколений, создание и поддержание общих семейных ценностей и попытка разрешения проблемы «отцов и детей». Гипотезой исследования является тот факт, что старшему поколению интересно будет рассказывать о своих приключениях и проделках в молодости, а младшему поколению будет это интересно воспринимать через использование современных информационных технологий.

Мы стремимся найти инструмент, который позволит мамам, папам, бабушкам и дедушкам сохранить свои жизненные истории для будущих поколений, делиться своим опытом с ними, и передать понимание о том, что и они, как и все, были молодыми, допускали ошибки, сталкивались с трудностями и не всегда следовали советам.

Задачи, которые намеревается решить проект:
— установление связи между поколениями;

- содействие в общении и воспитании;
- сохранение семейных историй и увековечение памяти близких;
- создание персонализированных подарков;
- воспитание ценностей;
- укрепление семейных связей.

Целевая аудитория нашего стартапа будет представлена тремя основными сегментами: образованным населением с доходами на уровне среднего, выше среднего и высокого, для которого семейные ценности занимают одно из центральных мест в жизни. Мы планируем провести сегментацию аудитории по уровню доходов, чтобы адаптировать конечный продукт и сделать его доступным для более широкого круга людей. Наша цель — решить проблему «связи поколений» не только среди элитарных слоев общества, но и среди более широкой аудитории.

Проблему «связи поколений» наш проект намеревается решить с помощью предложения рынку услуги по составлению увлекательных семейных баек и историй в виде персонализированных книг, способных пронести истории родных сквозь века. Варьироваться будут только функции книг, которые в самом премиальном варианте, например, будут дополняться возможностью увидеть своих родных с помощью дополненной реальности.

На рынке уже присутствуют компании, которые предлагают решения для проблемы «связи поколений». Однако основным недостатком их услуг является их элитарный характер, что отражается в высокой стоимости и отсутствии доступных вариантов для потребителей, желающих удовлетворить свою потребность, но ограниченные в финансовых возможностях. Соответственно, потенциальные компании-конкуренты проекта, следующие:

- компания «Проект жизнь», работающая в сфере генеалогии, восстановления истории и сохранения фамильных ценностей;
- «Издательский дом Акимовых», создающий семейные книги.

Проект презентует себя как инновационный, так как предлагаемые книги семейных баек и историй будут дифференцироваться по различным сегментам, посредством добавления в более премиальные варианты функций, которые для большего эмоционального эффекта будут использовать современные технологии:

- сегмент потребителей со средним уровнем доходов: предполагается реализация мини книги, созданной под конкретное событие в семье, где для оживления фотографий будет использоваться функция дополненной реальности;
- сегмент потребителей с доходами выше среднего: полноценная книга, в которой также будет использоваться функция дополненной ре-

альности, но сопровождаемая еще и запахом родного человека, который будет добавляться с помощью микрокапсул с ароматом, добавленных на страницы;

— сегмент потребителей с высоким уровнем дохода: полноценная книга из второго варианта будет укомплектовываться еще и мини-игрой/мини-сериалом, в котором сын, дочь, внуки смогут будто бы участвовать в самом ярком воспоминании своего близкого человека, что будет достигаться очками виртуальной реальности.

Делая выводы, можно заявить, что условия для реализации стартапа сейчас наилучшие, учитывая социальную значимость проекта. Книжки семейных баек и историй, усовершенствованные современными технологиями, являются именно тем, что способно решить целый ряд разнообразных задач и, что самое главное, решить проблему «связи поколений».

Научный руководитель: **О. Н. Шкор**,
PhD

А. С. Эвинян, К. Р. Пичкурено, А. А. Зауголкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социальный проект «Производство хлеба и хлебобулочных изделий»

Ключевые слова: хлеб; социальный проект; инвестиции; социальная значимость.

Хлеб — это продукт человеческого труда, символ благополучия и достатка. Именно хлебу отведено главное место на столе и в будни, и в праздники. Хлеб является продуктом первой необходимости.

На уровне генетической памяти в нас заложено, что это главный продукт на столе. Было время, когда караваи пекли самостоятельно, а у каждой хозяйки был свой фирменный рецепт. Но сейчас редко кто может похвастаться хлебом домашней выпечки, хлебопечение превратилось в бизнес, выбор перед потребителем огромный — от поставленной на конвейер продукции хлебозавода до штучного товара из маленькой пекарни.

Представленный проект представлен в рамках участия в конкурсе: приоритетного инвестиционного проекта Свердловской области «Строительство производство — логистического комплекса по выпуску хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий» (см. рисунок).

Таблица 1

Базовый ассортимент хлеба, планируемые доходы, себестоимость

Наименование изделия	Себестоимость производства единицы изделия (АТС), тыс. р./шт.	Структура производства, (коэффициент)	Планируемые доходы от продаж (ТР), тыс. р.	Себестоимость продаж (ТС), тыс. р.	Объем производства и продаж в месяц, ед.	Объем производства и продаж в день, ед.
Хлеб бездрожжевой, в нарезке, 350 г	52,96	0,10	842 703,91	775 287,60	14 638	488
Батон нарезной, первого сорта, в нарезке, 350 г	24,39	0,10	842 703,91	775 287,60	31 791	1 060
Батон, в нарезке, 230 г	34,84	0,10	842 703,91	775 287,60	22 252	742
Хлебец подовый с зернами и семенами, в нарезке, 300 г	55,76	0,05	421 351,96	387 643,80	6 952	232
Хлеб ржано-пшеничный, половинка, 375 г	24,39	0,05	421 351,96	387 643,80	15 891	530
Хлеб с цельнозерновой мукой, 330 г	33,45	0,05	421 351,96	387 643,80	11 587	386
Батон нарезной, в нарезке, 195 г	27,88	0,08	674 163,13	620 230,08	22 247	742
Хлеб формовой, в нарезке, 650 г	19,52	0,17	1 432 596,65	1 317 988,92	67 537	2 251
Хлеб ржано-пшеничный, половинка, 375 г	20,91	0,02	168 540,78	155 057,52	7 416	247
Хлебцы ржано-пшеничные, 240 г	38,33	0,02	168 540,78	155 057,52	4 045	135
Хлеб ржано-пшеничный, в нарезке, 400 г	41,82	0,05	421 351,96	387 643,80	9 270	309
Хлеб подовый, в нарезке, 780 г	35,55	0,11	926 974,30	852 816,36	23 992	800
Хлеб, в нарезке, 750 г	29,27	0,10	842 703,91	775 287,60	26 485	883
<i>Итого</i>	—	<i>1,00</i>	<i>8 427 039,11</i>	<i>7 752 875,98</i>	<i>264 104</i>	<i>8803</i>



Социальная значимость проекта

В рамках реализации проекта будет организовано 26 рабочих мест, что (обеспечивает занятость населения территории); средний уровень оплаты труда на предприятии 45 580 тыс. р. в месяц, что является условием развития домашних хозяйств работников, вовлеченных в хозяйственный процесс, также на слайде можно видеть налоговые обязательства, перечисляемые предприятием. На первом этапе планируется организация производства хлеба 13 сортов (табл. 1).

Общий размер инвестиционных вложений в реализацию социальной идеи 43 797 тыс. р. Инвестиции направлены на возведение помещения завода по производству хлеба и хлебобулочных изделий, а также необходимого высокотехнологичного современного оборудования, благодаря которому, максимально автоматизированный процесс производства. Окупаемость инвестиционных вложений достигается по итогам седьмого года реализации проекта (табл. 2).

Таблица 2

Расчет окупаемости инвестиций

Показатель	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год	6-й год	7-й год
Доходы от продаж, тыс. р.	101 124	202 248	303 373	404 497	505 622	606 746	707 871
Себестоимость продаж, тыс. р.	93 034	186 069	279 103	372 138	465 172	558 207	651 241
В том числе:							
Амортизация, тыс. р.	2 551	5 102	7 654	10 205	12 757	15 308	17 860
Прибыль от продаж, тыс. р.	8 089	16 179	24 269	32 359	40 449	48 539	56 629
Налог на прибыль, тыс. р.	1 617	3 235	4 853	6 471	8 089	9 707	11 325
Чистая прибыль, тыс. р.	6 471	12 943	19 415	25 887	32 359	38 831	45 303
Чистый финансовый итог, тыс. р.	9 023	18 046	27 070	36 093	45 117	54 140	63 164
Дисконт, %	5	5	5	5	5	5	5

Показатель	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год	6-й год	7-й год
Дисконтный множитель	0,9524	0,907	0,8638	0,8227	0,7835	0,7462	0,7107
Дисконтированный доход, тыс. р.	8 593	16 368	23 383	29 694	35 349	40 399	44 890
Чистая приведенная стоимость, тыс. р.	-35 202	-27 428	-20 413	-14 102	-8 447	-3 397	1 093

Следует обозначить основные риски, связанные с производством хлеба и хлебобулочных изделий. Во-первых, этот вид бизнеса, который тесно связан со стоимостью на сырье, в случае роста цен вырастет себестоимость продукции, а, следовательно, уменьшится прибыль. Во-вторых, риском является высокая конкуренция на рынке Свердловской области, поэтому для снижения риска необходимо расширение ассортимента производства.

Научный руководитель: **О. В. Мустафина**,
кандидат экономических наук

К. А. Ястребцова

Уральский радиотехнический колледж им. А. С. Попова, г. Екатеринбург

Проект бизнес-плана предприятия ООО «ЭкоРоспись»

Ключевые слова: художественная роспись; декорирование; услуги; дизайн.

Открытие компании по росписи стен — бизнес-идея весьма актуальная, поскольку создание подобного предприятия — это не только прибыльно, но и способствует развитию художественной культуры, эстетического вкуса у современного общества¹. Любому из нас хочется создать эксклюзивный, запоминающийся интерьер, подчеркнуть индивидуальность заведений, где мы работаем, учимся и отдыхаем.

Целью проекта является создание в г. Верхняя Пышма компании ООО «ЭкоРоспись» по оказанию услуг декорирования пространства помещений с использованием художественной росписи². Деятельность создаваемого предприятия направлена на оказание услуг в сфере дизайна для людей с разным уровнем дохода и предприятий. Основную миссию

¹ *Эко-стиль* в современном искусстве. — URL: <https://masterkrasok.ru/blogs/eko-stil-v-sovremennom-iskusstve> (дата обращения: 01.04.2024).

² *Роспись* стен как бизнес. — URL: <https://biznes-prost.ru/rospis-sten-kak-biznes.html> (дата обращения: 01.04.2024).

проектируемой компании можно сформулировать так: создать комфортную и неповторимую атмосферу помещения, повышающую настроение с помощью интерьерной росписи. Уникальностью ООО «ЭкоРоспись» является создание стильного, эксклюзивного, экологичного, долговечного интерьера с помощью росписи стен. В течение первого года компания может работать без офиса — удаленно с клиентами Орджоникидзевского района г. Екатеринбург и клиентами г. Верхняя Пышма¹. Целевая аудитория определена методикой сегментирования «5w Шеррингтона»: семьи, доход которых средний или выше среднего, торговые и развлекательные центры, учебные заведения и заведения общественного питания.

Анализ потенциальных заказчиков услуги проведен методом опроса в торговых центрах, строительных магазинах². Результаты опроса показывают, что на услуги предприятия будет спрос.

Анализ компаний, занятых росписью стен, показывает, что их в г. Екатеринбурге не так много: Odinecart, Mescrew, Graffiti24. В г. Верхней Пышме подобных компаний нет.

Также при анализе рынка было выявлено, что работу в данной сфере предлагают в основном самозанятые художники.

Покупатели склонны обращаться к официальным компаниям, потому что у них имеется большое портфолио, высокое, стабильное качество исполнения работы и гарантия на предлагаемые услуги. Так как ООО «ЭкоРоспись» займет практически пустующую нишу на рынке услуг в сфере дизайна и росписи стен, то серьезной конкурентной борьбы не предполагается. С точки зрения географии выбранные микрорайоны будут нуждаться в данной услуге, так как они возникли недавно и являются новостройками.

Цена росписи за квадратный метр зависит от нескольких факторов: материала поверхности, вида росписи, наличия эскиза, требований реалистичности изображения, расположения росписи, а также предоставляемых скидок³. Средняя стоимость росписи составляет 2 800–4 000 р./м². ООО «ЭкоРоспись» для привлечения потенциальных клиентов будет применять информационную и стимулирующую рекламу (см. рисунок).

¹ Кто ваши потенциальные потребители и как их найти. — URL: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/potentsialnye-potrebiteli/ (дата обращения: 01.04.2024).

² Анализ конкурентов в 2023 г. — URL: <https://vc.ru/marketing/862688-analiz-konkurentov-v-2023> (дата обращения: 01.04.2024).

³ Ценообразование. — URL: <https://www.1cbit.ru/blog/otkrytie-fitness-kluba-biznes-plan-i-priblizitelnye-raschyety/> (дата обращения: 01.04.2024).



Рекламный плакат и листовка ООО «ЭкоРоспись»

Для организации предприятия выбрана организационно-правовая форма — ООО. Уставный капитал в размере 250 000 р. В начальный период работы предприятия численность работников будет минимальна — 5 чел., для ускорения сроков выполнения заказов вместе с художниками будут работать руководитель и дизайнер-художник.

Для определения примерного объема годовой выручки необходимо рассчитать цену одного заказа площадью 4 м² по средней стоимости за квадратный метр 3 000 р. Цена за заказ — 16 200 р. При этом учитываем, что цена росписи колеблется от 2 800 до 6 440 р. в зависимости от повышающих коэффициентов, скидок за большой объем заказа. Таким образом, предполагаемая выручка за год составляет 4 070 115 р. Полученные расчеты показывают, что рентабельность предприятия составляет около 54%, срок окупаемости — примерно 2,5 мес.

Научный руководитель: **Т. А. Южанинова**

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ, СТРАНАХ БЛИЖНЕГО И ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

Международный конкурс научных проектов



Е. А. Воронцова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Учетно-аналитическое обеспечение управления безубыточностью субъекта малого предпринимательства в сфере торговли

Ключевые слова: субъект малого предпринимательства; управление безубыточностью; ABC-анализ; XYZ-анализ; финансовое состояние.

Малое предпринимательство — неотъемлемый элемент рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Эффективность деятельности субъектов малого предпринимательства во многом зависит от принятия управленческих решений, информационной основой которых служит учетно-аналитическое обеспечение. Оно является современным инструментом управления, при помощи которого формируется информация для проведения управленческого анализа [1].

В состав учетно-аналитического обеспечения включают управленческую и финансовую отчетность. Отличительной особенностью финансовой отчетности субъектов малого предпринимательства является упрощенный состав ее основных форм. При этом малому предприятию необходимо исходить из того, что бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о его финансовом положении, изменениях в нем, а также о финансовых результатах деятельности ПБУ 4/99.

Анализ финансовой отчетности позволяет оценить финансовое состояние субъекта малого предпринимательства, его ликвидность, платежеспособность, деловую активность [2]. Отчет о финансовых результатах служит источником информации о доходах и расходах предприятия, позволяет проводить анализ рентабельности и безубыточности. Анализ безубыточности проводится с целью определения критического объема продаж, при котором организация не получает ни прибыли, ни убытков. Также в результате анализа безубыточности производится расчет запаса финансовой прочности. Положительная динамика данного показателя свидетельствует об увеличении прибыли от продаж в результате осуществления деятельности хозяйствующего субъекта.

Для малых предприятий в сфере торговли важнейшим элементом учетно-аналитического обеспечения является отчет о продажах. Он позволяет проанализировать товарооборот, изучить ассортимент в целях поиска резервов повышения прибыли, увеличения запаса финансовой прочности. Широко применяемыми методами анализа ассортимента являются ABC-анализ и XYZ-анализ. ABC-анализ позволяет изучить ассортимент по двум характеристикам: объем продаж и получаемая прибыль. Метод XYZ-анализа позволяет анализировать и прогнозировать стабильность продаж отдельных видов товаров [3].

Автором проведен анализ безубыточности, а также анализ ассортимента магазина обуви Gala Shoes в Новоуральске. За анализируемый период с 2021 по 2022 г. было выявлено снижение товарооборота, увеличение затрат, и, как следствие, уменьшение прибыли и запаса финансовой прочности. Также был проанализирован объем продаж обувного магазина методами ABC- и XYZ-анализа. Анализ показал, что 26,7 % ассортиментных позиций имеют нестабильный спрос и низкий товарооборот. Реализация товаров из данной группы по цене приобретения позволит высвободить оборотные средства, увеличить выручку, а также повысить запас финансовой прочности (см. таблицу).

Анализ безубыточности

Показатель	До внедрения	После внедрения	Абсолютное изменение, тыс. р.	Относительное изменение, %
1 Выручка	1 029,00	1 163,00	134,00	1,13
2 Расходы	971,00	971,00	0,00	1,00
3 Валовая маржа	308,7,	442,00	134,00	1,43
4 Критическая выручка	835,67	658,82	-177,00	0,79
5 Запас финансовой прочности	193,33	503,95	311,00	2,61
6 Планируемая прибыль	58,00	191,77	133,77	0,13

В результате проведенного исследования необходимо отметить, что, использование учетно-аналитического обеспечения в процессе анализа управленческой информации позволяет принимать обоснованные решения по повышению эффективности деятельности субъектов малого предпринимательства в сфере торговли.

Библиографический список

1. *Мустафина О. В.* Теоретические аспекты учетно-аналитического обеспечения управления доходами и расходами // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2020. — № 1. — С. 127–139.

2. *Шарапова В. М., Шарапов Ю. В., Горбунова О. С. и др.* Бухгалтерская (финансовая) отчетность экономического субъекта источник для анализа финансовых рисков // Образование и право. — 2023. — № 6. — С. 304–309.

3. *Yan D., Ahmad S. Z., Yang D.* Matthew effect, ABC analysis and project management of scale-free information systems // Journal of systems and software. — 2013. — Vol. 86, no. 2. — P. 247–254.

Научный руководитель: **В. М. Шарапова**,
доктор экономических наук, профессор

А. Ж. Жолдошбекова

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва

Эффективное использование технологий в бухгалтерском учете: автоматизация и искусственный интеллект

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, искусственный интеллект, технологии, эффективность, цифровизация, инновации, прогнозирование.

Современный мир бухгалтерского учета претерпевает глобальные изменения под влиянием быстро развивающихся технологий. Автоматизация, цифровая экономика и искусственный интеллект переформируют классические процессы, предоставляя новые возможности и вызывая новые вызовы для бухгалтеров и финансовых специалистов. В данной работе автор предлагает взглянуть на эти трансформации более внимательно, проанализировать преимущества и риски, связанные с применением современных технологий в бухгалтерском учете, а также рассмотреть возможности последующего развития этой области. Автор остановится на трех ключевых аспектах: автоматизации, цифровой экономике и искусственном интеллекте, и рассмотрит их влияние на современную практику бухгалтерского учета.

Актуальность данной работы определена тем, что исследования по эффективному применению технологий в бухгалтерском учете, включая автоматизацию и искусственный интеллект, является крайне актуальным в современном деловом мире. С развитием цифровых технологий и цифровой модификации бизнеса предприятия сталкиваются с необходимостью адаптироваться к новым реалиям [1]. Использование современных технологий в бухгалтерском учете становится ключевым фактором успешной работы на рынке [4].

Технологии автоматизации и искусственного интеллекта позволяют повысить результативность бухгалтерского учета путем автоматизации рутинных задач, увеличения скорости и точности обработки данных, а также усовершенствования аналитических возможностей [2; 3]. В условиях строгих требований к отчетности и борьбы с рисками и мошенничеством использование технологий становится необходимостью для обеспечения надежности и точности финансовой отчетности. Кроме того, потребители услуг и партнеры ожидают от организаций высокого уровня сервиса и доступности информации [5]. Технологии в бухгалтерском учете помогают удовлетворить эти потребности, обеспечивая своевременное предоставление информации и повышая уровень сервиса для клиентов.

Все эти факторы подчеркивают актуальность и значимость исследования по эффективному использованию технологий в бухгалтерском учете, поэтому необходимо обратить внимание на раскрывающиеся перспективы применения передовых технологий в области бухгалтерского учета. Ведь именно эти инновации помогут существенно упростить рутинную часть наших задач, открывая новые ресурсы для более полного и креативного подхода к работе. Это также содействует повышению престижа специальности бухгалтера, который выступает важным звеном в управлении первостепенными аспектами деятельности предприятий.

Библиографический список

1. *Агамаян Н. Х.* Автоматизация в бухгалтерском учете // E-Scio. — 2020. — № 7 (46). — С. 535–540.
2. *Афанасьев М. О., Буянова Т. И.* Цифровизация учетных процессов в крупных российских IT-компаниях // Цифровая экономика и онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18 мая 2023 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. — С. 11–14.
3. *Белов Р. А.* Использование искусственного интеллекта в бухгалтерском учете и аудите: новые возможности и вызовы // Научные высказывания. — 2023. — № 8 (32). — С. 51–55.
4. *Протасова О. Н., Те О. Ю., Мамонова В. И.* Влияние цифровизации на бухгалтерский учет // Тренды социально-экономического развития в условиях ре-

ального и виртуального мира: материалы Нац. студенч. науч.-практ. конф. с международным участием (Элиста, 22 апреля 2021 г.). — Элиста: КалМГУ, 2021. — С. 23–24.

5. *Цифровая реальность: субъекты, практики: монография* / Л. А. Мясникова, Е. В. Шлегель, А. В. Дроздова и др.; под общ. ред. А. В. Дроздовой. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2021. — 315 с.

Научный руководитель: **О. Н. Протасова**

А. И. Крайнова

Сибирский государственный университет науки и технологий им. М. Ф. Решетнева,
г. Красноярск

Анализ производственно-сбытовой деятельности предприятия на основе данных бухгалтерской отчетности

Ключевые слова: прибыль; положительный финансовый результат; бухгалтерская отчетность; экономические показатели.

В условиях рыночной экономики анализ производственно-сбытовой деятельности проводится с целью принятия наиболее действенных стратегических решений, а также для обеспечения развития прибыльного и конкурентноспособного производства и сбыта продукции. Информационной базой анализа производственно-сбытовой деятельности является информация, отраженная в бухгалтерской отчетности, достоверность которой может существенно повлиять на качество выводов и обоснованность управленческих решений [2].

Одним из основных требований функционирования предприятий в условиях современной экономики является безубыточность производственно-сбытовой, финансово-хозяйственной и другой деятельности предприятия, т. е. получение положительного финансового результата от реализации продукта (получение прибыли).

Подходы разных авторов к определению прибыли организации представлена в таблице.

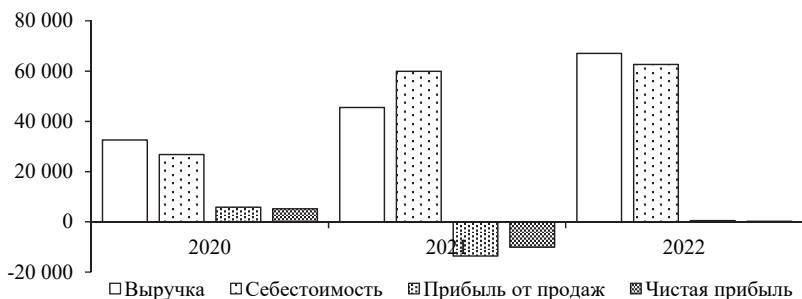
Объектом исследования является предприятие ООО «Х». Отраслевая принадлежность фирмы — деревообрабатывающая. Предприятие специализируется на производстве деревянной тары, рам для картин и зеркал.

Для оценки эффективности деятельности ООО «Х» был проведен анализ финансового состояния предприятия. Информационной базой финансового анализа является бухгалтерская отчетность.

На рисунке отражена динамика основных экономических показателей ООО «Х» за 2020–2022 гг.

Различные подходы к определению термина «прибыль организации»

Автор	Определение
В. В. Ковалев [3]	Расчетный показатель, отражающий финансовые результаты хозяйственной деятельности за отчетный период
Л. М. Бурмистрова [1]	Часть добавленной стоимости, полученная в ходе реализации продукции или осуществлении иной деятельности коммерческой организации
Э. С. Хендриксен, М. Ф. ван Бреда [4]	Результат применения капитальных ресурсов



Динамика основных экономических показателей ООО «Х»

По данным рисунка можно сделать вывод, что выручка от продаж растет с каждым годом, что обусловлено ростом объемов производства основной продукции предприятия. С увеличением объемов производства увеличилась и себестоимость произведенной продукции. Большую часть затрат в 2022 г., образующую себестоимость, составляют материальные затраты предприятия. Увеличение материальных затрат является следствием роста цен на ресурсы.

Предприятие характеризуется низким уровнем прибыли от продаж при небольших объемах производства, а также низкой рентабельностью.

За последний год получена прибыль от продаж в размере 448 тыс. р., причем наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+14 063 тыс. р.).

Для повышения экономической эффективности ООО «Х» необходимо разработать мероприятия по расширению товарной линии предприятия и совершенствованию сбыта продукции.

Для расширения товарной линии было предложено производить деревянные подарочные ящики. Спрогнозировано, что мероприятие

по освоению производства деревянных ящиков принесет предприятию дополнительную прибыль в размере 24 311,06 р.

Таким образом введение нового продукта в ассортимент позволит предприятию увеличить прибыль организации. Следовательно, разработанное мероприятие является экономически обоснованным и верным.

Библиографический список

1. *Бурмистрова Л. М.* Финансы организаций (предприятий): учеб. пособие. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 224 с.
2. *Буянова Т. И., Власова И. Е., Мустафина О. В.* Контроль достоверности бухгалтерского учета и финансовой отчетности: учеб. пособие. — Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. — 253 с.
3. *Ковалев В. В.* Прибыль: трактовка и виды // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. — 2003. — № 4. — С. 86–105.
4. *Хендриксен Э. С., ван Бреда М. Ф.* Теория бухгалтерского учета: пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 574 с.

Научный руководитель: **Ж. В. Абакумова**,
кандидат экономических наук

М. Н. Курбанов

Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала

Влияние ESG-трансформации на стоимость компании

Ключевые слова: ESG-трансформация; факторы устойчивого развития; денежные потоки.

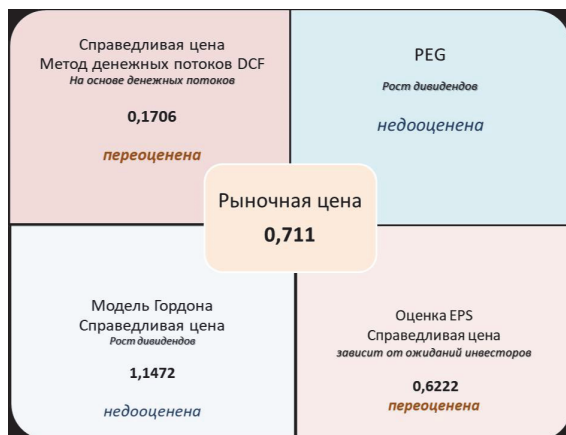
ESG-трансформация представляет собой стратегический подход, который может прямо влиять на финансовые результаты и стоимость компании, а также отражает обязательства компаний перед обществом и окружающей средой. Экологические, социальные и управленческие факторы стали неотъемлемой частью оценки бизнес-процессов и стратегий компаний, поскольку влияют на их репутацию, легитимность, доступ к капиталу и долгосрочную устойчивость [1]. Компании, которые успешно интегрируют ESG-подходы в свою деятельность, могут рассчитывать на большее доверие со стороны инвесторов, клиентов и общества в целом, что способствует их росту и конкурентоспособности в современной бизнес-среде.

Факторы устойчивого развития оказывают влияние на EV (стоимость предприятия) через финансовый рычаг, ROA, ROE и прирост выручки. Больше всего центров устойчивого развития мы наблюдаем у предприятий электроэнергетики. В качестве примера возьмем крупное

предприятие отрасли электроэнергетики ПАО «Русгидро», которое занимает 27-е место в рейтинговой оценке, и имеет рейтинг BBB¹.

Несмотря на увеличивающийся рост уровня задолженности за последние три года, акции компании стоят дороже их справедливой стоимости, так как пользуются спросом благодаря привлекательности инвестиционной политики. То есть акции переоценены по сравнению с отраслью в целом. На это повлияла рентабельность корпорации, то есть инвесторы ожидают увеличения доходности в долгосрочном периоде. Однако, рост уровня задолженности корпорации привел к тому, что чистые денежные потоки за последние три года отрицательные.

При высокой закредитованности фирмы снижается финансовая устойчивость, и цена акции должна снижаться. Итоги расчетов справедливой стоимости акций разными методами [2] и выводы обобщены наглядно на рисунке, где показана рыночная стоимость акции в сравнении с расчетной стоимостью.



Расчет «справедливой» цены акции по нескольким методикам²

Автор предлагает при расчете справедливой стоимости ценной бумаги предприятия, имеющего ESG рейтинг ввести новый экологический коэффициент «Гриниум». Для «ответственных» инвесторов справедливая цена складывается несколько выше, чем расчетная по методике FCF. За счет данного экологического коэффициента ставка дис-

¹ ESG-рейтинги российских компаний // РАЭК. — URL: https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2023.8/ (дата обращения: 18.03.2024).

² Составлено по: Финансовая отчетность ПАО «Русгидро». — URL: <https://rushydro.ru/investors/disclosure/reports/otchetnost-msfo/> (дата обращения: 18.03.2024).

контрирования будет ниже, и справедливая цена также повысится. Это справедливо, так как «зеленые акции» более привлекательны по сравнению с простыми («коричневыми»).

Библиографический список

1. Буянова Т. И., Кардашина М. С. Отчет о деятельности в области устойчивого развития как вид публичной нефинансовой отчетности компании // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 27 мая 2021 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. — С. 31–34.

2. Спиридонова Е. А. Оценка и управление стоимостью бизнеса: учебник и практикум. — 3-е изд., испр. — М.: Юрайт, 2024. — 257 с.

Научный руководитель: **В. В. Кремлева**,
кандидат экономических наук, доцент

Р. Ф. Муслимова

Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа

Разработка организационно-методических положений по формированию ESG-отчетности в соответствии с международными стандартами

Ключевые слова: ESG-отчетность; нефинансовая отчетность; международные стандарты; устойчивое развитие; ESG-повестка; экология; социальная ответственность; корпоративное управление.

Современным мировым трендом компаний выступает ориентир бизнес-единиц на экологическую составляющую, социальную ответственность и эффективность корпоративного управления¹. Учитывая актуальность данного направления все большее распространение получают международные стандарты, регламентирующие порядок раскрытия информации в нефинансовой отчетности по темам, касающихся аспектов ведения бизнеса и его влияния на изменение климата и экологию, соблюдения прав человека, повышения социальной ответственности бизнеса и учета заинтересованности сторон в области корпоративного управления.

Раскрытие информации через публикацию нефинансовой отчетности или отчетов об устойчивом развитии в Российской Федерации

¹ 17 целей для преобразования нашего мира / Организация Объединенных наций. — URL: <https://www.un.org/ru/climatechange/17-goals-to-transform-our-world> (дата обращения: 20.02.2024).

имеет добровольный характер. В 2023 г. был принят нормативный акт Банка России «Модельная методология ESG-рейтингов»¹, определяющий порядок гармонизации ESG-рейтингов на базе системности подходов к раскрытию показателей в нефинансовой отчетности и стандартизации методологии их расчета.

Проанализировав современные требования международных стандартов финансовой отчетности и международных стандартов по формированию нефинансовой отчетности, было выявлено, что в российской практике компаниям затруднительно соблюдать данные требования по причине отсутствия установленной базы системности подходов к раскрытию показателей в нефинансовой отчетности и стандартизированной методологии их расчета².

Дискуссионные обсуждения профессиональных сообществ легли в основу разработки модельной методологии ESG-рейтингов в формате доклада для общественных консультаций, которая также использовалась в моем научном исследовании для систематизации ключевых индикаторов, характеризующих ответственное ведение бизнеса в области экологии, социальной ответственности и корпоративного управления. В основе рекомендаций банка России лежит дифференциация показателей не только характеризующих их содержание по существенным темам, но и по формату представления (количественные и качественные индикаторы).

В работе представлена универсальная авторская система ESG-показателей для российских компаний, содержащая специальные элементы раскрытия информации об устойчивом развитии. Предлагаемая система, по мнению автора, должна быть обязательной для раскрытия всеми российскими компаниями в рамках глобальной повестки в области устойчивого развития, возможности получения льготного финансирования от инвестиционных фондов и банковского сектора для реализации инвестиционных проектов, возможности выходы на новые рынки.

¹ *Модельная методология ESG-рейтингов. Доклад для общественных консультаций* // Банк России. — URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/144085/Consultation_Paper_17012023.pdf (дата обращения: 20.02.2024).

² *GRI 1: Foundation 2021*. — URL: <https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-1-foundation-2021/> (дата обращения: 20.02.2024); *GRI 2: General Disclosures 2021*. — URL: <https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-2-general-disclosures-2021/> (дата обращения: 20.02.2024); *GRI 3: Material Topics 2021*. — URL: <https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-3-general-disclosures-2021/> (дата обращения: 20.02.2024); *GRI 11: Oil and Gas Sector 2021*. — URL: <https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-11-general-disclosures-2021/> (дата обращения: 20.02.2024); *Международные стандарты финансовой отчетности*. — URL: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/> (дата обращения: 23.02.2024).

В связи с мировым запросом с направлением по зеленой экономике, учитывая стремление к наиболее прозрачной и качественной информации, а также с отечественной методологией от банка России, на примере крупной нефтегазовой компании автором был разработан паспорт ESG-показателя на примере крупной нефтегазовой компании, позволяющий определять методику расчета показателя, его ответственных за сбор, а также сроки представления в соответствующие департаменты, принимающие решения об отражении показателей в нефинансовой отчетности в части элементов ESG. Подразумевается, что такие паспорта помогут специалистам из базовых уровней предоставления информации эффективно производить сбор и корректно рассчитывать показатели для корректного формирования нефинансовых отчетности на уровне холдинга компании.

Таким образом, авторы считают, что компаниям необходимо создавать унифицированную информационную среду, тем самым активно использовать современные подходы к формированию нефинансовой отчетности для повышения уровня доверия стейкхолдеров, а также для развития компании в целом.

Научный руководитель: **Э. А. Халикова**,
кандидат экономических наук, доцент

М. Н. Нурланбекова

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова (НИУ),
г. Бишкек, Кыргызстан

Роль бухгалтерского учета в обеспечении экологической безопасности

Ключевые слова: экологический учет; экологическая безопасность; экологизация учета; социальная ответственность; отчетность.

Среди многочисленных проблем социально-экономического развития государства особую актуальность приобрела проблема сохранения благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала в целях удовлетворения потребностей ныне живущего и будущих поколений людей. В Кыргызской Республике переход к экологически безопасному устойчивому экономическому развитию определен указами Президента Кыргызской Республики от 23 ноября 2007 г. УП № 506 «О Концепции экологической безопасности Кыргызской Республики» и от 31 октября 2018 г. УП № 221 «О Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018–2040 гг.».

В настоящее время при регулировании бухгалтерского учета и отчетности экологические аспекты отражаются в некоторой степени бессистемно, при отсутствии разъяснений учетной терминологии, комплексной методике экологизации учета, требований к раскрытию в отчетности экологической информации¹. Отсюда возникает необходимость рассмотрения экологических аспектов бухгалтерского учета как составной части информационной системы организаций и роли бухгалтерского учета в экологической безопасности предприятий.

Сегодня вопросы экологического учета и аудита являются в нашей стране самыми неразработанными, малоисследованными сегментами экологического менеджмента и находятся в стадии становления. В то же время особая значимость экологического учета и аудита вполне очевидна и подчеркивается в работах целого рода авторов.

Конкретного определения «экологизации бухгалтерского учета» в специальной литературе не приводится. По нашему мнению, к этому вопросу можно подойти с позиций характеристики бухгалтерского учета как науки и его функций в сфере экологии.

Следовательно, экологизацию бухгалтерского учета можно представить как процесс отражения в его системе экологических затрат и обязательств, а также социо-эколого-экономических результатов хозяйствующих субъектов с целью управления бизнесом и достижения экоэффективности и экосправедливости.

Система учета экологической деятельности должна включать в себя четыре основные составляющие: учет экологических расходов, учет экологических обязательств, отчетность о природоохранной деятельности и аудит соответствующей информации, каждая из которых имеет экономическую значимость.

Цель экологического учета — это координация экологической и экономической составляющей бизнеса, обозначение возможных экологических рисков и затруднений, определение путей их преодоления.

Предлагаем выделять в составе объектов экологического учета две группы:

- 1) объекты бухгалтерского учета, связанные с экологической деятельностью;
- 2) объекты — антропогенные экологические факторы.

На уровне предприятия экологический учет ведется в контексте действующих международных стандартов финансовой отчетности.

В рамках научной работы исследовано методическое обеспечение бухгалтерского учета экологических обязательств угледобывающего

¹ Асанканов А. З. Учет экологических затрат в условиях рыночной экономики в Кыргызской Республике // Актуальные вопросы современной экономики. — 2021. — № 11. — С. 862–868.

предприятия ГП «Кара-Кече». На разрабатываемых угольных месторождениях Кыргызстана лежит большая ответственность не только за обеспечение углем предприятий и населения страны в необходимых объемах и по обоснованной цене, но и за сохранение природы и окружающей среды.

На основе обобщения существующих подходов к определению и классификации экологических обязательств автором разработана методика бухгалтерского учета экологических обязательств угледобывающего предприятия. Прежде всего определены основные условия признания экологических обязательств как объекта бухгалтерского учета. С этой целью выделены условия признания экологических обязательств относительно:

а) групп однотипных хозяйственных операций и событий за период;

б) остатков по счетам бухгалтерского учета, учитывающих экологические обязательства, на конец отчетного периода;

в) представления и раскрытия информации об экологических обязательствах в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Порядок признания в бухгалтерском учете и отражения в бухгалтерской отчетности экологических обязательств организации показан на рисунке.

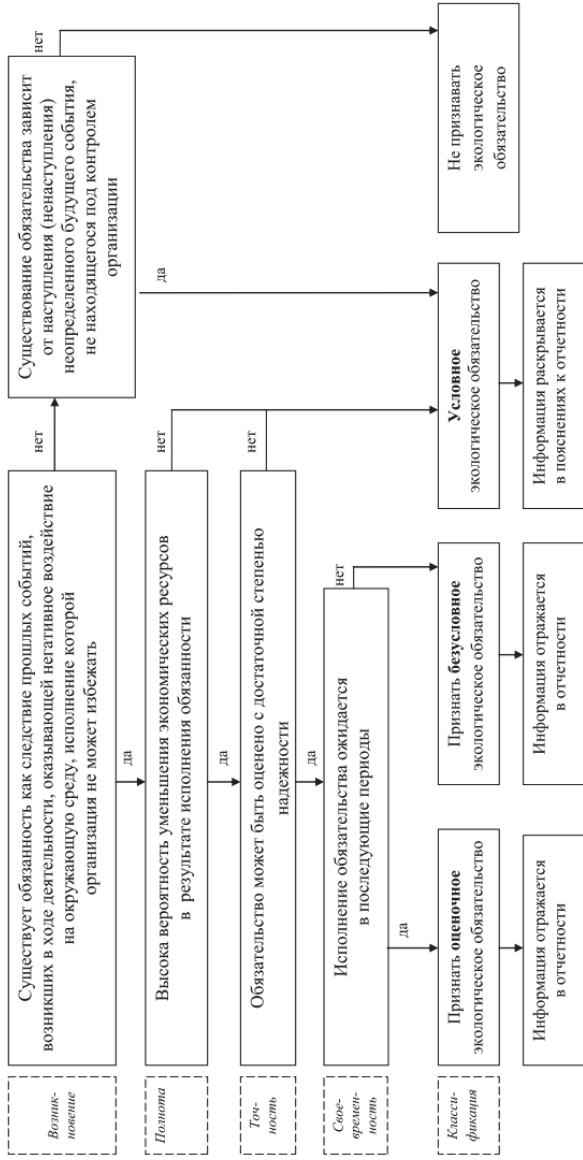
Для учета экологических обязательств угледобывающих предприятий считаем достаточным создание счетов группы 3800 «Экологические обязательства» с открытием дополнительных счетов. Корреспонденции счетов по учету экологических обязательств угледобывающих предприятий, возникающих на основании договоров, являются типовыми и составляют следующим образом:

Дебет счетов Расходов отчетного периода
Кредит счетов 3800 «Экологические обязательства».

Начисление суммы страховых платежей по договорам добровольного экологического страхования, включаемых в себестоимость добытого угля, по которым срок начала договора не наступил или носит длительный характер, отражается записью:

Дебет 1800 «Расходы будущих периодов»
Кредит 3800 «Экологические обязательства».

Заключительный блок методики бухгалтерского учета экологических обязательств предполагает раскрытие информации о них в бухгалтерской отчетности.



Алгоритм признания в бухгалтерском учете и отражения в бухгалтерской отчетности экологических обязательств ГК «Кара-Кеч»

Несомненно, в рамках экологического учета должна формироваться экологическая отчетность. На наш взгляд, главным отличительным признаком экологической отчетности должна стать ее тесная взаимосвязь с финансовой отчетностью предприятия, доступность для понимания различным пользователям.

Научный руководитель: **Э. К. Ногойбаева**,
кандидат экономических наук, доцент

С. С. Овсянникова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Совершенствование учета прибылей и убытков (на примере ООО «УБТ-Отель»)

Ключевые слова: отчет о финансовых результатах; доходы; расходы.

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что каждое коммерческое предприятие для получения более значительной суммы дохода выбирает вид деятельности, который обеспечит стабильный и высокий уровень прибыльности предприятия.

Целью данной работы является исследование теоретических и практических вопросов учета прибылей и убытков в организации.

Отчет о финансовых результатах является одним из основных финансовых отчетов и содержит информацию о доходах и расходах компании за определенный период времени [3] и, таким образом, служит основным измерителем прибыльности.

В соответствии с нормативными документами в отчете о финансовых результатах раскрывается общая выручка и общие расходы за рассматриваемый период, результатом является либо прибыль, либо убыток за вычетом налогов на прибыль [1]. Анализ отчета позволяет определить, насколько успешной была деятельность компании за соответствующий отчетный период.

В ходе исследовательской работы был проведен анализ доходов и расходов предприятия ООО «УБТ-Отель» и предложены для внедрения рекомендации и предложения по совершенствованию учета (бухгалтерского и налогового) прибылей и убытков.

В ходе анализа было выявлено следующее — деятельность исследуемого предприятия в 2023 г. является прибыльной, в первую очередь влияние на увеличение выручки оказало увеличение объема продаж абсолютно по всем номенклатурным группам, вторым фактором стало улучшение маркетинговой политики, третьим фактором установлено

при анализе уменьшение себестоимости продаж, а также увеличением потока потребителей.

Внимательно и регулярно отслеживая финансовые показатели, владельцы предприятия могут лучше понимать эффективность бизнеса и оценивать прогресс в достижении целей по продажам и доходам, а также принимать более обоснованные бизнес-решения и определять области улучшения [2].

Для повышения чистой прибыли предприятия и совершенствования бухгалтерского учета финансовых результатов ООО «УБТ-Отель», были предложены следующие основные рекомендации:

— улучшить ценовую политику, посредством увеличения стоимости проживания на 4 %;

— снизить общие прямые затраты. Один из способов снизить прямые затраты — или стоимость товаров — это договориться о более выгодных ценах с вашими поставщиками и исключить ненужные покупки;

— устранить убыточные продукты и услуги. Важно проанализировать данные о дополнительных услугах, чтобы определить, как наиболее прибыльные, так и убыточные услуги;

— улучшить контроль запасов. Тщательное управление запасами может увеличить денежный поток и улучшить чистую прибыль;

— осуществлять контроль «за правильностью учета и формирования себестоимости продукции, работ, услуг, отражение выручки от продаж, а также прочих доходов и расходов».

Таким образом, посредством оптимизирование производственной деятельности предприятия, происходит воздействие на его финансовые результаты. Благодаря экономически грамотному управлению руководства и менеджмента ООО «УБТ-Отель», предприятие конкурентоспособно и финансово устойчиво.

Библиографический список

1. Аксенова А. Е., Шарапов Ю. В. Особенности раскрытия информации о доходах и расходах в финансовой отчетности // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации: сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 8–9 декабря 2023 г.). — Пенза: ПГАУ, 2023. — С. 21–24.

2. Бахолдина И. В., Гольшева Н. И. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 277 с.

3. Попов А. Ю., Шарпова Н. В., Сергиенко А. Н. Бухгалтерский финансовый учет: продвинутый курс. — Екатеринбург: Ажур, 2022. — 262 с.

Научный руководитель: **В. М. Шарпова**,
доктор экономических наук, профессор

Ш. О. Омонов

Ташкентский государственный экономический университет, г. Ташкент, Узбекистан

Совершенствование бюджетирования в управленческом учете

Ключевые слова: бюджет; бережливое производство; прикладное программное обеспечение; повышение эффективности.

Бюджет является основным инструментом во всех отраслях хозяйственной деятельности предприятий, который при правильном использовании дает положительный рост этим компаниям. Все действия, осуществляемые в рамках бюджета, такие как планирование, распределение, анализ и др., называются бюджетированием. Таким образом бюджетирование становится ключевым элементом управленческой деятельности, позволяющим не только просчитать будущие расходы и доходы, но и предусмотреть различные экономические сценарии, которые могут повлиять на стабильность и развитие компании [2]. Это своего рода финансовый компас, который указывает направление движения предприятия в море рыночной экономики, помогая избежать ненужных рисков и оптимизировать процессы внутри организации.

Существуют различные стратегии по ведению управленческого учета в предприятиях и большинство из них заостряют внимание именно на бюджетировании [4]. Ярким представителем одной из стратегий по ведению управленческого учета является стратегия «бережливого производства», которая, в свою очередь, делится на несколько элементов.

Метод единичного потока предполагает, что на станке или в процессе одновременно обрабатывается только одно изделие, что ведет к увеличению эффективности производства.

Система канбан — это подход к организации производства и обеспечению, гарантирующий поставки продукции вовремя.

Всеобщий уход за оборудованием (TPM) — это методика поддержания и развития производственных систем, обеспечивающая продолжение работы, безопасность и высокое качество продукции с помощью машин, оборудования, процессов и участия персонала.

5S — это подход к организации рабочего пространства, цель которого — создание наилучших условий для выполнения задач, поддержание порядка, чистоты, аккуратности, экономии времени и ресурсов.

SMED — концепция, направленная на ускорение процессов переналадки и переоснастки оборудования, что позволяет существенно уменьшить время на эти операции.

Кайдзен — ключевая менеджмент-идея, заключающаяся в непрерывном совершенствовании производственных процессов.

Пока-эке — механизмы или процедуры, которые исключают возможность возникновения дефектов в ходе производственного процесса.

Отдельного внимания заслуживает методология или философия Кайдзен, ее ключевой принцип — это экономия ресурсов, т. е. исключение из системы тех аспектов, которые приводят к потерям (например, избыточное производство, ненужные операции и прочее), повышение эффективности труда каждого работника и внимание к потребностям клиента.

Прикладное программное обеспечение стало неотъемлемой частью бюджетирования на предприятиях, обеспечивая точность и эффективность финансовых операций. Интеграция данных из различных источников в единую систему упрощает доступ к информации и ее обработку, что особенно ценно для крупных компаний. Программное обеспечение также позволяет быстро адаптировать бюджеты и прогнозы, что необходимо для отклика на изменения внешней среды или внутренних условий компании [3]. Кроме того, оно обеспечивает соответствие бюджетирования требованиям законодательства и стандартам учета, поддерживая доверие инвесторов и партнеров.

В целом, использование прикладного программного обеспечения для бюджетирования повышает точность управленческого учета и помогает руководству компании эффективно управлять финансами [1]. Примерами таких прикладных программных обеспечений являются:

- Excel (Google Sheets, Numbers). Эти приложения являются основными инструментами для ведения управленческого учета, особенно популярны среди предприятий малого и среднего бизнеса;

- ERP-системы. Это всесторонние системы, которые способны автоматизировать многие процессы управления компанией, включая учет;

- SAP. это немецкая платформа, предлагающая готовые решения для малого и среднего бизнеса, обеспечивающая интеграцию с 1С;

- 1С:ERP. Эта система позволяет создавать финансовые модели, планировать платежи, осуществлять контроль за расходами в рамках установленных квот;

- WA:Финансист. Это еще один инструмент, который может быть применен для учета и планирования финансовых операций.

Библиографический список

1. *Афанасьев М. О., Буянова Т. И.* Цифровизация учетных процессов в крупных российских IT-компаниях // Цифровая экономика и онлайн-образование: ключ-

чевые тренды и препятствия: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18 мая 2023 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2023. — С. 11–14.

2. *Михеева А. В., Буянова Т. И.* Бюджетирование и его роль в управленческой деятельности организации // Бухгалтерский учет, анализ и аудит: современное состояние и перспективы развития: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 20 апреля 2020 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. — С. 74–77.

3. *Цифровая реальность: субъекты, практики: монография / Л. А. Мясникова, Е. В. Шлегель, А. В. Дроздова и др.; под общ. ред. А. В. Дроздовой.* — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2021. — 315 с.

4. *Шатунова Ю. В., Буянова Т. И.* Управленческие технологии создания устойчивых конкурентных преимуществ // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 28 мая 2020 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. — С. 257–259.

Научный руководитель: **Н. Б. Абдусаломова**,
доктор экономических наук, профессор

Р. З. Тимралиева

Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Анализ влияния внешнеэкономических рисков на результаты деятельности компании железнодорожного транспорта

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность; железнодорожный транспорт; логистика; анализ.

В современных геополитических условиях российский транспорт подвергается внешнему давлению. Под влиянием введенных санкций со стороны недружественных стран транспортная система вынуждена подстраиваться под современные реалии. Новые угрозы и вызовы неблагоприятно отражаются на деятельности всех видов транспорта Российской Федерации.

Особое внимание необходимо уделить железнодорожному транспорту, так как он оказывает существенное влияние на уровень развития страны. Железнодорожный транспорт имеет стратегическое значение для экономики всего государства. Современная сложившаяся экономическая ситуация приводит к тому, что происходит изменение основных железнодорожных маршрутов и логистических систем, переориентация направлений на юг. Данные обстоятельства требуют огромных вложений со стороны государства и ведущих железнодорожных компаний.

Помимо существенного влияния внешних факторов, железнодорожный транспорт регулярно испытывает воздействие со стороны

внутренних факторов. Наличие естественной монополии, высокой конкуренции среди перевозочных компаний, постоянно меняющихся тарифов и законодательства страны приводит к особому подходу в обеспечении устойчивого развития логистики железнодорожного транспорта. С учетом современного существенного влияния внешних и внутренних угроз инструменты и методы управления стратегическим развитием организации логистики нуждаются в регулярном совершенствовании.

Цель исследования — оценка состояния железнодорожной логистической компании с применением риск-ориентированного подхода. В рамках достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- проанализировать современное состояние железнодорожного транспорта РФ на макроуровне;
- определить современные угрозы устойчивому развитию железнодорожного транспорта Российской Федерации;
- выявить угрозы, риски и их влияние на деятельность АО «РЖД Логистика»;
- предложить рекомендации по совершенствованию методики оценки эффективности деятельности организации с применением риск-ориентированного подхода.

Предмет исследования — экономические отношения, складывающиеся в процессе деятельности компаний железнодорожного транспорта.

Объект исследования — АО «РЖД Логистика» дочерняя компания ОАО «РЖД».

Анализ современного состояния железнодорожного транспорта в России показал, что данное направление способно отразить влияние внешних и внутренних факторов риска за счет:

- повышения объема внутренних железнодорожных перевозок;
- активного внедрения импортозамещения в данной сфере экономики;
- переориентации логистических путей на сотрудничество с центральной и юго-восточной Азией;
- выхода на новых покупателей и поставщиков;
- строительства новых железнодорожных путей и пограничных пунктов;
- внедрения квантовых и новейших технологий.

Вышеперечисленные мероприятия позволяют повысить уровень устойчивого развития железнодорожного транспорта. Однако большое количество угроз по-прежнему оказывают существенное влияние на деятельность транспорта.

Для выявления основных современных угроз железнодорожного транспорта был проведен анализ деятельности компании АО «РЖД Логистика». В ходе анализа был использован риск-ориентированный подход. Он позволил выявить основные риски, которым подвержена компания. Определить сильные и слабые стороны. Составленная карта-рисков выявила наиболее существенные угрозы.

В работе предложен дополнительный метод оценки деятельности организации, который могут использовать внешние пользователи компании. Предложенные рекомендации по совершенствованию методики оценки эффективности деятельности организации с применением риск-ориентированного подхода могут быть использованы при проведении качественного анализа устойчивого развития предприятия. Методика может видоизменяться в зависимости от специфики деятельности оцениваемой организации и целей, преследуемых внешними пользователями. Перечень подобранных показателей может быть различен.

Научный руководитель: **Т. А. Корнеева**,
доктор экономических наук, профессор

М. Траоре

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Учет нематериальных активов по новым правилам

Ключевые слова: нематериальные активы; НМА; признаки НМА; амортизация; признание; оценка; переоценка; обесценение; гудвил.

Российские компании с 2024 г. начали применять новый стандарт по учету нематериальных активов (НМА) — ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы»¹. Следует отметить, что новый стандарт — результат работы профессионального сообщества по сближению стандартов по бухгалтерскому учету с МСФО — IAS/IFRS.

Введение ФСБУ 14/2022 потребовало соответствующих изменений в ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения», так как новые внеоборотные активы предварительно существуют в виде капитальных вложений и учитываются на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы». Единицей учета капвложений в НМА является «приобретаемый, создаваемый или улучшаемый объект НМА».

¹ *Об утверждении* Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы»: приказ Минфина России от 30 мая 2022 г. № 86н.

Определение НМА, данное в ФСБУ 14/2022, в первую очередь, соответствует подходу МСФО — IAS/IFRS, как к активу, а именно: наличие контроля и способность приносить доходы в будущем. Специфическими признаками НМА являются:

- отсутствие материально-вещественной формы;
- возможность идентификации, т. е. выделения из других активов или отделения от других активов;
- предназначение для использования в обычных видах деятельности;
- предназначение для использования в течение периода более 12 мес.

Кроме этого, компании вправе устанавливать лимит стоимости объектов НМА (по аналогии с учетом основных средств, исходя из уровня существенности, например, 100 тыс. р., как в налоговом учете), закрепив это положение в приказе об учетной политике. При этом компании обязаны обеспечить надлежащий контроль наличия и движения НМА. Стоимость «малоценных» НМА (ниже установленного компанией лимита) списывается на расходы в момент ввода в эксплуатацию с одновременной постановкой на забалансовый учет.

Амортизацию НМА в соответствии с новым стандартом начисляют с месяца ввода в эксплуатацию по месяц выбытия, что соответствует положениям IAS 38 «Нематериальные активы»¹ и всей практике МСФО по учету внеоборотных активов. Компании могут использовать российскую практику начисления амортизации НМА.

После признания объекты НМА могут оцениваться двумя методами (модели учета после признания): по первоначальной стоимости или по переоцененной стоимости.

Выбранная модель оценки НМА применяется ко всей группе. Модель по переоцененной стоимости можно использовать не по всем видам НМА при наличии активного рынка.

Тестирование НМА на предмет обесценения компании должны не реже одного раза в год по правилам МСФО(IAS) 36 «Обесценение активов»².

Еще одной немаловажной, с нашей точки зрения, новацией ФСБУ 14/2022, направленной на соответствие правилам МСФО, является закрепленный подход в признании и оценке гудвила. В предыдущем стандарте по учету НМА похожий актив назывался «деловая репутация», од-

¹ *Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н).*

² *Там же.*

нако признание и оценка такого актива давно не соответствует действующим правилам и практике МСФО¹.

В МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнесов»² под гудвилем понимают «будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, такие выгоды не идентифицируются и не признаются отдельно». Гудвил можно характеризовать следующими основными, по нашему мнению, признаками:

- возникает только при объединении бизнесов;
- отражается только в консолидированной финансовой отчетности;
- для оценки используется особый подход с применением справедливой стоимости;
- не амортизируется, однако тестируется на обесценение.

К «новым» видам НМА, соответствующим правилам МСФО, можно отнести: лицензии на отдельные виды деятельности; неисключительные права на лицензионное программное обеспечение; любые успешные НИОКР.

Следует отметить, что дискуссионным в отечественной науке и практике остается вопрос, каким признакам лицензий на отдельные виды деятельности следует отдавать предпочтение при их признании в качестве НМА, а какие признаки лицензий все же свидетельствуют о расходах. Пока эти вопросы решаются на уровне профессионального суждения каждой компанией самостоятельно.

Научный руководитель: **И. Е. Власова**,
кандидат экономических наук, доцент

¹ Рабинович А. М. ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы»: основные новации. Лекция. — URL: <https://video.consultant.ru/online/video/5637-fsbu-142022-nematerialnye-aktivny-osnovnye-novatsii> (дата обращения: 18.03.2024).

² *Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов»* (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н).

А. В. Тюленева

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Формирование и учет фактической себестоимости выпущенной готовой продукции

Ключевые слова: фактическая себестоимость; готовая продукция; затраты; методы учета; калькулирование.

Вопросы формирования и учета фактической себестоимости выпущенной готовой продукции сохраняют и повышают свою актуальность, поскольку себестоимость является показателем экономической эффективности производства, позволяет достоверно определить финансовый результат и принимать обоснованные управленческие решения.

Фактическая себестоимость готовой продукции представляет собой сумму всех затрат, которые были понесены на производство и реализацию данной продукции. Это затраты на сырье, материалы, заработную плату рабочих, амортизацию оборудования, общепроизводственные и общехозяйственные расходы [2].

Существует несколько методов калькулирования себестоимости.

Показанный метод применяется при производстве уникальных изделий или мелкосерийном производстве. При этом методе учет ведется по каждому заказу отдельно, косвенные расходы распределяются между заказами.

Попроцессный метод калькулирования себестоимости продукции используется на предприятиях, технологический процесс на которых делится на отдельные стадии или процессы. Этот метод подходит для массового производства с небольшим разнообразием производимых товаров.

Попередельный метод используется в случае непрерывного производственного процесса. Затраты учитываются по стадиям производства (переделам), а себестоимость представляет собой сумму затрат по переделам.

Нормативный метод основан на расчете себестоимости исходя из установленных норм затрат на единицу продукции. Метод позволяет контролировать и анализировать отклонения от норм [3].

Затраты можно классифицировать по-разному в зависимости от цели. По способу включения в фактическую себестоимость затраты можно разделить на две группы: прямые и косвенные. Прямые затраты непосредственно связаны с производством конкретной продукции и могут быть прямо отнесены на ее себестоимость. Косвенные затраты свя-

заны в целом с производством и не могут быть прямо отнесены к какой-либо продукции.

Учет фактической себестоимости ведется на счетах бухучета третьего раздела Плана счетов. Прямые затраты по основному производству относятся на счет 20, по вспомогательному — на счет 23, косвенные затраты аккумулируются на счетах 25, 26. После завершения производственного цикла и выпуска готовой продукции полученная фактическая себестоимость списывается с кредита счета 20 в дебет счета 43 «Готовая продукция».

При учете готовой продукции по нормативной себестоимости по дебету счета 43 отражается ее выпуск, а по дебету счета 40 «Выпуск продукции» отражается фактическая себестоимость в корреспонденции со счетом 20. В конце отчетного периода определяется отклонение фактической себестоимости от нормативной [1], которое полностью списывается на финансовый результат.

Формирование и учет фактической себестоимости продукции могут столкнуться с такими проблемами, как недостаточная оперативность информации, трудоемкость процесса и отсутствие единого подхода к учету затрат. Себестоимость продукции поддается влиянию различных внешних и внутренних факторов.

Одной из целей любого предприятия является снижение себестоимости продукции без ущерба для ее качества. Это можно достичь путем оптимизации затрат, улучшения производственных процессов и повышения эффективности использования ресурсов. Например, сокращение материальных затрат за счет более рационального их использования вследствие совершенствования технологии производства, а также за счет снижения цены материальных ресурсов вследствие выбора поставщиков, предлагающих сырье и материалы по более выгодной цене. Сокращение трудовых затрат за счет повышения технической оснащенности труда, сокращение постоянных затрат через уменьшение административно-управленческих расходов.

Перспективы развития учета фактической себестоимости связаны с использованием современных информационных технологий, которые позволяют автоматизировать процесс сбора, обработки и анализа данных о затратах. Также важным направлением развития является интеграция учета фактической себестоимости с другими аспектами управления предприятием, такими как планирование и контроль производства:

- автоматизация производственных и управленческих процессов;
- использование технологий Интернета вещей (IoT);
- применение методов Activity-Based Costing (ABC);
- проведение анализа жизненного цикла продукции.

Таким образом, учет фактической себестоимости выпущенной готовой продукции является важной составляющей бухгалтерского и управленческого учета на предприятии, требующей постоянного совершенствования методов и подходов.

Правильный расчет и контроль затрат позволяют оптимизировать производственный процесс, повысить эффективность использования ресурсов и, в конечном итоге, увеличить прибыль организации.

Библиографический список

1. *Никандрова Л. К., Акатьева М. Д.* Финансовый учет: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 280 с.

2. *Попов А. Ю., Шарипова Н. В., Сергиенко А. Н.* Бухгалтерский финансовый учет: продвинутый курс. — Екатеринбург: Ажур, 2022. — 262 с.

3. *Черных А. Е., Буянова Т. И.* Система «стандарт-кост»: проблемы использования // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики: сб. науч. тр. 5-й Междунар. науч.-практ. конф. (Курск, 16–17 мая 2019 г.): в 2 т. — Курск: ЮЗГУ, 2019. — Т. 2. — С. 247–249.

Научный руководитель: **А. Ю. Попов**,
кандидат экономических наук, доцент

С. В. Якунин

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Социально ориентированный учет: зарубежный опыт и российская практика

Ключевые слова: социально ориентированный учет; социальная отчетность.

Ведение социально ориентированного бухгалтерского учета и формирование социальной отчетности является стратегически важным направлением деятельности организации, позволяя ориентировать ее на долгосрочность ее целей и задач.

Социально ориентированный учет появился в ответ на необходимость отражать для различных категорий пользователей информации нефинансовые результаты деятельности организации, влияние данных результатов на общество, окружающую среду и социальное развитие. Социально ориентированный учет позволяет организациям не только участвовать в формировании общественного блага, но и нести социальную ответственность перед нынешними и будущими поколениями [4].

Социально ориентированный учет включает в себя оценку социальных и экологических аспектов деятельности организации, учет затрат и результатов в этих областях, а также отчетность перед заинтере-

сованными сторонами о выполненных социальных и экологических инициативах. Он помогает организациям оценить свое положение в обществе, повысить свою репутацию, снизить риски и привлечь к себе больше внимания со стороны партнеров, инвесторов и клиентов.

Социально ориентированный учет в России и в США может различаться по ряду аспектов:

Нормативно-правовая база: В России и в США существуют разные нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы социально-ориентированного учета. Например, в США существует множество стандартов и нормативов в области устойчивого развития (например, Global Reporting Initiative, GRI), в то время как в России еще разрабатывается соответствующее законодательство [2].

Подход к социальному учету: В США социально-ориентированный учет и учет устойчивого развития компании широко распространены и интегрированы в финансовую отчетность, а также осуществляется под влиянием требований инвесторов, стейкхолдеров и общественности [1; 5]. В России подход к социально-ориентированному учету начинает активно развиваться, однако его интеграция в финансовую отчетность еще не столь широко распространена.

Сознание и понимание: в американском бизнес-сообществе более распространено сознание необходимости социальной ответственности и учета социальных показателей, чем в российском. В России еще существует определенная доля компаний, которые не придают должного значения социальным аспектам деятельности [6].

В России социально-ориентированный учет обычно означает учет социальных расходов и издержек государства на обеспечение социальной защиты населения. Это включает в себя финансирование здравоохранения, образования, социальной помощи и пенсионных выплат. В России функционируют государственные социальные программы, направленные на снижение уровня неравенства и повышение уровня жизни граждан [3].

В США социально-ориентированный учет также включает оценку социальных программ и расходов, но в более масштабном и диверсифицированном масштабе. В США действует много различных федеральных, штатных и муниципальных программ по социальной защите и помощи нуждающимся гражданам.

Интересно отметить, что в России более акцентировано внимание на государственной поддержке социальной сферы, в то время как в США больше роли играют частные некоммерческие организации и благотворительные фонды.

Библиографический список

1. *Бессарабов В. О.* Социальная отчетность: особенности, этапы составления, качественные характеристики // *Торговля и рынок*. — 2020. — № 1 (53). — С. 132–138.
2. *Буянова Т. И., Кардашина М. С.* Отчет о деятельности в области устойчивого развития как вид публичной нефинансовой отчетности компании // *Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф.* (Екатеринбург, 27 мая 2021 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. — С. 31–34.
3. *Малей Е. Б., Ковалева О. В.* Алгоритм внедрения социального учета в рамках формирования корпоративной социальной отчетности организации // *Вестник Полоцкого государственного университета*. — 2020. — № 13. — С. 52–58.
4. *Прядкина Е. А.* Тенденции развития социальной отчетности российских компаний в условиях цифровизации // *Учет. Анализ. Аудит*. — 2019. — Т. 6, вып. 2. — С. 60–67.
5. *Титова А. В.* Нефинансовая отчетность как фактор инвестиционной привлекательности организации // *Финансовые и правовые аспекты социально ориентированного инвестирования: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф.* (Екатеринбург, 24–25 ноября 2020 г.). — Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. — С. 176–180.
6. *Чепулянис А. В., Иванова А. А.* Роль социально ориентированной отчетности при оценке устойчивого развития компании // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. — 2022. — № 12. — С. 128–133.

Научный руководитель: **А. В. Титова**

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СВЯЗИ КАК ОСНОВА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ

**Международный конкурс
научно-исследовательских работ
молодых ученых и студентов на иностранном языке**



N. M. Agababaeva, M. A. Bikhtiyarova
Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Opportunities for young international managers from Russia in the global world

Keywords: international management; international managers; career opportunities; global economy; globalization.

In the modern world, international management plays a key role in the global economy. It is responsible for the effective management of organizations and business processes in the context of globalization and the interaction of socio-economic entities of different countries. International management is a complex and multifaceted research subject that requires specialists not only to have business and management skills, but also to understand the peculiarities of culture, the legal system and economic policies of various countries.

The process of globalization, which is becoming more and more active, forces participants in international economic relations to obey common standards of behavior, form new innovative development strategies and is an essential prerequisite for the accelerated development of the theory and practice of international management. The intensity of integration processes creates the basis for the movement and widespread use of the achievements of international management in various countries of the world and regional cen-

ters, creates conditions for improving the efficiency of all business entities¹. As businesses expand internationally, they face a variety of unique challenges such as cultural differences, regulatory environments, currency fluctuations, political instability, and varying levels of economic development. Effective international management requires a deep understanding of these challenges and the ability to adapt strategies and operations accordingly.

In recent decades, Russia's role in the international arena has increased significantly, which creates unique opportunities for young international management professionals. Russian companies are actively expanding their global presence, participating in international projects and interacting with foreign partners. This requires highly qualified specialists with knowledge of international business, who are able to work in a multilingual environment and make decisions, taking into account the diversity of cultural and legal aspects.

Numerous factors influence the career opportunities for young Russian specialists in international management. First, it is important to note the growth of the global economic market, which provides new prospects for foreign investment and international business development. Secondly, significant changes in the political and economic sphere, such as Russia's accession to the WTO (World Trade Organization) and the development of economic unions, contribute to the expansion of the labor market for international managers from Russia. Thirdly, the growth of multinational companies and the opportunity for young professionals to take part in their management provides excellent exits to the international labor market². By the end of 2023, there were 116,400 companies with foreign participation in Russia, compared to 185,000 in 2017, when the figure was at its maximum³. Young specialists also have the opportunity to work in Africa, Asia and Latin America, as Russia is increasingly developing its relations with these countries.

We conducted a survey of USUE students who major in International Management. The survey was conducted via online Google Form in March 2024. To distribute the link to the survey snowball sampling method was used.

¹ *Foreign companies in Russia* // Tadviser. — 2024. — April 10 — URL: https://tadviser.com/index.php/Article:Foreign_companies_in_Russia (дата обращения: 11.04.2024).

² *Dauthadzhieva M., Akhmiyeva G., Yakubov T.* Integration processes as prerequisite for improving business entities efficiency // Social and cultural transformations in the context of modern globalism. — 2019. — Vol 58. — P. 356–365.

³ *Manno B. V.* Career pathways and opportunity pluralism for young people // Forbes. — 2024. — April 22. — URL: <https://www.forbes.com/sites/brunomanno/2024/04/22/career-pathways-and-opportunity-pluralism-for-young-people/?sh=1ed744187f1f> (дата обращения: 23.04.2024).

The questionnaire consisted of 11 closed-type questions. Overall, 32 responses were received: 13 second-year students, 11 third-year students and 8 fourth-year students. As for gender composition, there were 18 female and 14 male respondents.

As a result of the research, we found out that the majority of the surveyed students majoring in International management consider this profile promising. The students highlighted that manager's most important qualities include stress resistance, organizational skills, responsibility, communication skills and flexibility. Students note the importance of learning foreign languages and consider working in other countries. Most of the students combine their studies with work related to management. But only half of the surveyed students are looking for a job in their specialty on various websites.

Also we conducted a selective analysis of current vacancies in the Russian labor market. As of March 15, 2024, according to the query «international management» on a popular job search site hh.ru 4776 vacancies were identified. We found out that the following requirements are most often set for the applicant: higher education (preferably in economics/management); the ability to build communication with the project team and customer representatives; experience; punctuality, discipline and multitasking; proficiency in English and/or other foreign languages.

Education and professional development can enhance career opportunities of Russian specialists in international management. Targeted training and career orientation begin at the stage of higher education, where students gain knowledge in the field of international management, study foreign languages and cultures, and master intercultural communication skills. An important aspect is also the possibility of internships in foreign companies, which allows young professionals to immerse themselves in international business processes and gain valuable experience.

In conclusion, it can be emphasized that the modern world provides unique opportunities for young specialists from Russia in the field of international management. With the development of globalization and digitalization of business, the chances of successful career development abroad are increasing.

Scientific adviser: **T. L. Markova**,
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

Relevance and demand for Asian cuisine in the Russian market

Keywords: demand; consumer preferences; target audience.

This research work is devoted to studying the phenomenon of the growing popularity of Asian cuisine in modern Russia. The choice of this topic is due to the relevance and importance of the topic for understanding trends in the field of gastronomic culture and the food market.

Research on this topic will help to better understand the needs and preferences of consumers, identify promising areas for business development in the field of Asian cuisine in the Russian market and make informed decisions for the successful development of this segment.

Today, Asian cuisine is popular all over the world. It is loved not only by adults, but also by children and teenagers. It attracts consumers with a variety of colorful dishes. It is customary to distinguish three main Asian culinary cultures:

- Southwestern (India, Myanmar, Pakistan, Sri Lanka);
- Eastern (China, Korea, Japan);
- Southeast (Thailand, Laos, Cambodia, Vietnam, Indonesia, Malaysia, Singapore and Brunei)¹.

We can also highlight the prospects for the development of Asian cuisine in Russia:

— further growth in the popularity of Asian cuisine. According to a survey conducted by Nielsen in 2021, 62 % of Russians regularly eat Asian cuisine²;

— development of the Asian food delivery segment. During the COVID-19 pandemic, the food delivery segment has become one of the fastest growing³;

— new concepts of Asian restaurants and cafes. In the coming years, we can expect the emergence of new concepts for Asian restaurants and cafes that will adapt unique dishes to Russian tastes.

¹ *Asian cuisine: why it is so popular and what are its features* // Nur.kz. — URL: <https://www.nur.kz/food/useful-tips/2041115-aziatskaya-kuhnya-pochemu-tak-populyarna-i-v-chem-ee-osobennosti/> (дата обращения: 21.04.2024).

² *Audience-measurement* // Nielsen. — URL: <https://www.nielsen.com/solutions/audience-measurement> (дата обращения: 21.04.2024).

³ *Food delivery: how the pandemic accelerated market growth* // RBC. — 2023. — June 16. — URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14230/> (дата обращения: 21.04.2024).

For this study, we conducted a survey to find out the target audience who most often visits Asian restaurants; the purpose of the study was also to find out people's food preferences and price criteria, namely how much they are willing to spend in such restaurants. It included questions on gender, age, and social status to determine the audience's ability to pay and their interest in Asian cuisine. For the survey, a questionnaire was created in Google Forms, consisting of 7 key questions. The link to this survey was posted on social media and personally sent to students in China. It included questions on gender, age, and social status to determine the audience's ability to pay and their interest in Asian cuisine. To more clearly understand the target audience of such cuisine, we conducted a survey among 36 people.

According to the data provided, 33.3 % of Asian restaurant patrons are men and 66.7% are women. These numbers indicate that Asian cuisine appeals to both genders, but women prefer it more than men. The age structure of Asian restaurant visitors is as follows: 94.4 % are from 18 to 25 years old, 2.8 % are from 25 to 30 years old and another 2.8 % are from 30 to 45 years old. These data indicate that young people aged 18 to 25 years constitute the main audience for Asian restaurants in Russia. Among the visitors to this cuisine, 41.7 % are students, also 47.2 % combine work and study, and only 11.1 % work. Based on these data, we can conclude that Asian restaurants do not offer only expensive dishes; everyone can afford this cuisine, regardless of social status. The acceptable budget that visitors are willing to spend on lunch ranges from 300 to 1,500 rubles. Preferences for Asian cuisine developed as we expected: of all respondents, 75 % noted that they love Asian cuisine, while 25 % said that they were not fans of it.

Among the favorite dishes of visitors to Asian restaurants, Tom Yam ranks first, followed by Wok and Ramen. Portion sizes have played a major role in the popularity of Asian cuisine in the restaurant scene. As a rule, when ordering Ramen, for quite reasonable money the client receives almost a half-liter portion with various toppings in the form of vegetables, meat or tofu. This information confirms the popularity of these dishes in Asian cuisine, and their attractiveness to the target audience.

Analysis on this topic helped to better understand preferences of consumers identify promising areas for business development (organizing culinary master classes; sale of products, spices, seasonings and ingredients through online stores; launching food trucks with street food; offer Asian cuisine for events, festivals; creation of cookbooks) in the field of Asian cuisine in the Russian market and make informed decisions for the successful development of this segment. Factors contributing to this are:

- growing demand for Asian dishes among the population;
- presence of a large and diverse audience;
- relatively low level of competition in some market segments.

Based on the research, we can say with confidence that Asian cuisine is in demand in Russia.

Scientific adviser: **T. L. Markova**,
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

A. A. Dorokhina

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Educational migration of students: factors, drawbacks, perspectives

Keywords: international student educational migration; migration impact; knowledge exchange; international cooperation in education.

International student educational migration is the process of students moving from one country to another for educational purposes [1]. This type of migration includes movements of students at various levels of education: schoolchildren and higher school students, postgraduates, professionals seeking to enhance their qualifications at various educational institutions, structures, and companies.

There are various factors influencing the growth of educational migration, such as globalization, technological development, economic conditions, cultural differences, and political circumstances.

According to statistics from the Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Russia ranks sixth globally in terms of the number of foreign students¹. The leading positions are held by the USA, UK, Canada, France, and Australia. Studying the demand for educational programs in Russia has shown that the largest number of foreign students choose to study in the field of medicine, with the majority of students (around 49.9 thousand) majoring in Medicine [3].

Educational migration, or migration of students and scholars, has a significant impact on Russia. This process affects various aspects of education, science, and the country's socio-economic development [1]. First, educational migration contributes to the exchange of knowledge, experience, and technologies. The increase in the number of foreign students and scholars in Russian universities contributes to the unification of the educational systems of differ-

¹ *Russia* ranked sixth in the world in terms of the number of foreign students // *Vedomosti*. — 2023. — March 13. — URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2023/03/13/966139-rossiya-zanyala-6-e-mesto-po-chislu-inostrannih-studentov?ysclid=lsiw6dfyj-011585053> (дата обращения: 21.04.2024).

ent countries, which in turn promotes international integration. The country's economic development can significantly increase as a result of educational migration to Russia. Educational migration involves the movement of highly qualified specialists with the latest knowledge and skills to the country for education, scientific research [2]. The cultural development of a country can be significantly enriched and expanded as a result of educational migration, especially with an influx of highly qualified specialists and scholars.

Thus, it is important for the state that foreign specialists stay in Russia after obtaining their higher education. However, at present, only 8–9 % of educational migrants stay in our country after completion of their studies¹. There are several factors influencing this figure. The main one is bureaucratic difficulties. Firstly, obtaining a work permit for foreign students can be a complex and lengthy process. The presence of a language barrier can hinder communication with Russian colleagues, employers, and clients. Foreign students may find it difficult to fully participate in team work. One of the main problems in integrating foreign students into Russian society is the cultural differences. The solution to this problem should be addressed not only by the government, but also by every citizen. In this regard, we have identified the following measures that will contribute to socio-cultural exchange and facilitate this process for foreign citizens.

One of the key measures can be launching a program for foreign students, enabling them to travel around Russia and get acquainted with various regional cultures. To implement this program, the following steps are taken:

- establishing partnerships with foreign universities and educational organizations. This may include signing cooperation agreements, organizing meetings, and exchanging information about the program;

- creating an educational program that includes classes in the Russian language, history, and culture. It is also possible to organize lectures, seminars, and excursions to various regions of Russia;

- designing exchange programs in such a way that they include visits to museums, theaters, exhibitions, folk festivals, and other cultural events that will help foreign students immerse themselves in Russian culture and better understand local traditions and customs. It is of great importance to ensure that the university or organization that is responsible for the exchange program has all the necessary permits and documents for hosting foreign students;

- after the program is completed, it is necessary to evaluate its effectiveness and gather feedback from participants.

¹ *The ministry of education and science said that about 9 % of foreign graduates remain to work in Russia // TASS. — 2023. — October 12. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/18989465?ysclid=lsiyvqcoqc628679159> (дата обращения: 21.04.2024).*

By conducting this campaign for foreign citizens, we will contribute to their integration into our society and attract their attention to the possibility of continuing their lives in Russia, which will have a positive impact on the economy of our country and enable the creation of a multicultural society.

References

1. *Nekhoroshikh I. N., Katykhin A. I.* International migration and development trends // Region: systems, economics, management. — 2020. — No. 2 (49). — P. 90–96.
2. *Patsukevich O. V.* International educational migration of foreign students on the example of Russia: historical aspect // Bulletin of the Belarusian state agricultural academy. — 2019. — No. 2. — P. 286–289.
3. *Rostovskaya T. K., Skorobogatova V. I.* Challenges of Educational Migration at the Present Stage // University Management: Practice and Analysis. — 2022. — Vol. 26, no. 2. — P. 105–113. (In Russ.).

Scientific adviser: **T. L. Markova**,
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

S. González-Rojas, M. L. Ysla-Sosa, Y. Yera-García

Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez, Provincia Ciego de Ávila, Cuba

Influencia de los aportes de científicos rusos en la estimulación del lenguaje de educandos de la primera infancia en Cuba

Palabras clave: científicos rusos; estimulación del lenguaje; primera infancia.

La sociedad cubana para garantizar su sostenibilidad confiere gran importancia a la formación de las nuevas generaciones, por lo que dedica grandes esfuerzos en esa dirección, se trabaja de manera prioritaria con las primeras edades, como etapa decisiva en la formación del individuo. Según refiere el Centro de Referencia Latinoamericano para la Educación Preescolar (CELEP) [1] y el Ministerio de Educación (MINED) [2], el Sistema Nacional de Educación en Cuba se organiza por niveles educativos, entre los que se encuentra la enseñanza preescolar, que incluye la atención educativa a los educandos de la primera infancia, la cual se subdivide en infancia temprana (de cero a tres años) e infancia preescolar (de cuatro a seis años).

Los informes del CELEP y MINED exponen que la enseñanza preescolar se organiza en dos modalidades de atención educativa: la institucional (círculos infantiles y aulas de preescolar en las escuelas primarias) y la no institucional o Programa “Educa a tu hijo” (PETH) donde interactúa la promotora como agente educativo. En ambas, interviene el

maestro logopeda que incluye dentro de sus funciones profesionales, la atención logopédica a los educandos de la primera infancia: la prevención, estimulación, corrección y compensación de los trastornos de la comunicación y el lenguaje; a través de la aplicación del método integral.

La primera infancia es crucial para sentar las bases del crecimiento y desarrollo armónico de cada ser humano. Es considerada como un momento crítico del desarrollo del niño, donde experimenta rápidos cambios en lo físico, cognitivo, emocional y social. Es un momento decisivo para la formación y desarrollo del lenguaje, la motricidad y los procesos cognoscitivos. Sin embargo, no todos los niños transitan por esta etapa madurativa al mismo ritmo, por lo que necesitan de una atención que de manera oportuna y precisa estimule y potencie su desarrollo máximo.

El programa Educa a tu hijo, implementado por el MINED en Cuba, por su carácter preventivo, desarrollador, orientador y de acompañamiento, tiene extraordinaria significación para los niños que presentan insuficiencias en su desarrollo. Este programa tiene como objetivo proporcionar a los padres y cuidadores, las herramientas necesarias para estimular el desarrollo cognitivo, emocional y social de los niños que reciben atención educativa por la vía no institucionalizada.

El programa favorece la identificación de aquellos niños con dificultades en el curso de su desarrollo y por ende garantiza su estimulación oportuna. Una de las dimensiones más afectadas es la comunicación, a partir de evidentes insuficiencias en el lenguaje, caracterizadas por su limitado desarrollo del lenguaje verbal. Lo que, constituye un signo de alerta que demanda la atención de los adultos que interactúan con el niño, de manera especial la familia por ser la institución, que asume mayor responsabilidad con la educación y estimulación del desarrollo integral del niño.

La estimulación temprana tiene como meta evitar que surjan y se desarrollen conductas secundarias o asociadas que pueden aparecer, si no se proporciona un ambiente educativo adecuado, estimulador y potenciador. En este, Vigotsky [6] planteó que el hombre al nacer hereda toda la evolución filogenética, pero el resultado final de su desarrollo estará en correspondencia con las características del medio social en el que viva y de las condiciones de educación que reciba. En ello, desempeñan un rol primordial las acciones dirigidas a estimular el lenguaje en niños de la primera infancia.

El lenguaje como función psíquica actúa como mediador en la formación de otros procesos. Es un instrumento base en la comunicación humana que fomenta la realización del individuo con el mundo que lo rodea. Para que el niño asimile el lenguaje debe recibir una orientación constante por parte de los adultos que le guíen en su relación con todo lo que lo rodea,

lo que el niño aprovecha para asimilar fonemas, palabras, frases y oraciones hasta llegar a comprender y expresar la lengua materna.

Los estudios acerca del origen del lenguaje, las etapas de su desarrollo y la influencia del adulto en este proceso, constituyen el centro de debate de este trabajo. Se destacan los aportes de Vigotsky, insigne psicólogo ruso que sentó, junto a sus seguidores, las bases para la comprensión histórica y cultural en la que subyace la génesis y desarrollo del lenguaje. Se asumen además, como antecedentes los aportes de Sojin et al. [5], Roque et al. [4] y Ramírez y Bermúdez [3].

La ponencia tiene como objetivo compartir reflexiones teóricas sobre la influencia de los aportes de científicos rusos en la estimulación del lenguaje de educandos de la primera infancia en Cuba. Se realizan varias investigaciones acerca de este tema, de las que se tomó información que fue compilada para la realización de este trabajo. En esta investigación se aplicaron los métodos teóricos: histórico-lógico, analítico-sintético e inductivo — deductivo.

Referencias

1. *Centro de Referencia Latinoamericano para la Educación Preescolar (CELEP). Perfil del proyecto: acercamiento de los niños, las niñas de la primera infancia y sus familias a una cultura audiovisual.* — La Habana: Instituto Central de Ciencias Pedagógicas, 2016.
2. *Ministerio de Educación de la República de Cuba (MINED). Plan educativo de la Primera Infancia.* — Editorial Pueblo y Educación, 2017.
3. *Ramírez Y., Bermúdez B.* Teoría de Luria y su relación con los fundamentos pedagógicos de la evaluación en la infancia preescolar // *Gaceta Médica Espirituana.* — 2022. — Vol. 24, no. 3. — P. 1–12.
4. *Roque E., Guirado V. C., Rey C.* Recursos pedagógicos y didácticos para la atención a las preferencias comunicativas en la infancia preescolar // *Revista Conrado.* — 2020. — Vol. 16, no. 76. — P. 471–476.
5. *Sojin F. A., Maksakov A. I., Fomicheva M. F., Popova M. I.* El desarrollo del lenguaje en los niños de edad preescolar. — Editorial Pueblo y Educación, 1976.
6. *Vigotsky L. S.* Fundamentos de Defectología. Obras Completas. — Editorial Pueblo y Educación, 1989.

Tutor científico: **M. de la C. Sánchez Herrera,**
Dr.C., Profesor Auxiliar

Historical and cultural ties between Russia and Kazakhstan as a tool for deepening mutual understanding and developing economic cooperation

Keywords: Russia; Kazakhstan; international cooperation; history; economy.

Russia and Kazakhstan can confidently be called close neighbors on the geopolitical map of the world. The two countries are connected not only by a common border, but also by a rich history with many cultural integration processes. Over the centuries, our countries have faced a wide variety of challenges and achieved great victories. At one time, a common disaster — the Great Patriotic War — brought our nations so close together that to this day we honor the memory of each other's heroes, erect monuments, and make common efforts to preserve historical memory and spiritual closeness.

Most of the youth of the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan were born in new, relatively young countries. Despite this, there is no sense of isolation between peoples, but on the contrary, there is a sense of cultural closeness and a high level of mutual understanding. This makes it possible not only to freely discuss existing ways of interaction, but also to build broad prospects for the future.

After the events of 1991, new legal procedures followed, which could only slow down the usual pace of life. However, the process of cooperation between the two largest republics of the former USSR was not interrupted. Trends towards rapprochement are based on stable historical background: the geopolitical situation, the importance of ensuring strategic security, and the huge resource potential of both countries.

Import from Russia consists mainly of such points as food products, ferrous metal pipes, petroleum products and wood. Kazakhstan sends mostly transport and equipment, inorganic chemical products, and iron products to the Russian Federation¹. The fuel and energy sector is a key area of economic cooperation between the two countries.

The general dynamics of trade turnover growth between Russia and Kazakhstan can be traced. At the same time, we cannot say that there is a balance

¹ *Kazakhstan* – Russia: trade relations. The structure of trade between Russia and Kazakhstan in the year 2023, with a focus on imports and exports // Sputnik News Network Agency. — 2023. — November 9. — URL: <https://ru.sputnik.kz/20231109/kazakhstan--rossiya-torgovye-otnosheniya-39942529.html> (дата обращения: 15.03.2024).

between export and import. In monetary terms, the Russian side sends significantly more goods than it receives¹.

The development of partnership and the policy of strengthening bilateral relations is directly related not only to the economy or other multi-vector interests of the countries. First of all, we are connected by extensive kinship threads, for which there are no borders. According to the 2020 census, about 600,000 Kazakhs live in Russia. The number of Russians in Kazakhstan in the same year is about 3.5 million. Of course, the inter-regional relations of the once unified state have a great influence on the desire of citizens to interact with each other.

Kazakhstan is the leader in the number of Russian schools among the Central Asian states. There are approximately 6,950 public schools in Kazakhstan. Of these, more than two thousand are in mixed education, and 1,121 schools teach only in Russian. Russians make up more than 15 % of the total population of Kazakhstan, which makes this ethnic group the second largest, so Russian-speaking schools are in great demand. Over time, proven and new principles of cooperation find their legal formalization, and then they are confidently implemented in modern spheres of public life².

Based on all the above aspects, it can be argued that the dialogue between the Republic of Kazakhstan and the Russian Federation is unstoppable and has everything necessary to strengthen ties. In this regard, the aim of our research is a detailed study of the historical and political factors of positive interaction, as well as an in — depth analysis of existing modern contractual acts and cultural aspects of citizen's life.

Global international conflicts, information wars, tendencies towards separation between neighbors — all these are concepts that, to our great regret, have become part of the modern society's life. Given all this, we consider it absolutely important to emphasize the foundations of friendly relations between our countries and identify the most promising areas of further cooperation. Crisis times do not become a point of contention, and the desire to maintain an established political course meets the statements.

Scientific adviser: **M. V. Zinchenko**

¹ *Statistics of foreign, mutual trade and commodity markets* // Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, Bureau of National Statistics. — URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/foreign-market/spreadsheets/?year=&name=76549&period=&type=> (дата обращения: 15.03.2024).

² *Cooperation between Russia and Kazakhstan: inter-university partnership, new university branches, joint scientific and technical projects* // Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation. — URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/46685/> (дата обращения: 15.03.2024).

Cultural barriers for Russian companies to enter foreign markets

Keywords: cultural differences; entering foreign market; Life Mart; Arab culture; Kazakh culture.

Expanding into a foreign market holds immense potential for growth and profitability. However, such endeavors are not without challenges, particularly when it comes to cultural barriers. By understanding these barriers and implementing appropriate strategies to overcome them, a company can pave the way for a successful entry and sustainable growth in this new market.

There are hundreds of countries in the world and each has its own cultural peculiarities. The United Arab Emirates and Kazakhstan have been popular among Russian entrepreneurs for the last couple of years due to the rapid development of the industry and migration of the Russian population. To identify possible difficulties due to the differences between cultures we analyzed the experience of a chain of healthy food stores Lifemart from Ye-katerinburg, Russia in entering these markets.

To begin with understanding foreign culture a person should know specifics about their own. Russian business culture differs from other in relying on familial and friendly connections, focusing on common goals and paying less attention to the methods of achieving them, acting cautiously and avoiding taking risks.

Arab culture has some similarities to Russian culture. However, there are also a lot of differences. Firstly, all laws, customs, and traditions in the UAE are dedicated to serving Islam. Out of this came the difference in dressing. It is customary to dress modestly, especially in the business environment. Arab culture is similar to Russian culture in focusing on establishing friendly and long-term relationships between partners. In the UAE, significant emphasis is placed on establishing trust between partners.

In terms of greetings, it is customary to greet by extending the right hand, as the left hand is considered “impure”. When meeting someone of the opposite sex, you should wait for them to initiate the handshake to respect local traditions. When addressing an Arab partner, it is important to mention their title such as “Doctor” or “Sheikh” before their name.

Analyzing the process of entering foreign market by Russian company Lifemart in 2022 we outlined a list of difficulties which Russian companies may face. Firstly, the entrepreneur talked in his interviews about the enormous bureaucracy. The second issue that the entrepreneur found in Dubai is the complete lack of transparency. In the UAE there were difficulties in ob-

taining the license. The company also had difficulties in changing their products to the liking of local people. It is difficult because in Dubai 80% of the population consists of Indians, Pakistanis, Filipinos and other origins, and each culture has its own preferences in food.

Referring to Kazakhstan, the barrier to enter the Kazakh market is minimal, legal regulations are close to those in Russia. At the same time, the level of automation tools there like electronic digital signatures and others is very high. There is no language barrier as such, all procedures can be conducted in Russian, and this absolutely complies with the law in this country.

The founder had a question as to whether the format of LifeMart shops would be in demand in Kazakhstan because there is a well-developed culture of preparing home-cooked food. That is why the entrepreneur decided to develop a master franchise proposal and found a Kazakh partner who would be the only person representing the interests of the company.

The Ministry of Health in Kazakhstan acknowledges that the traditional diet is high in meat, flour, and dairy products but low in fruits and vegetables. Measures are being taken to promote healthy nutrition, including promoting rational eating and increasing access to healthy foods. Kazakhstan's government initiatives to popularize healthy nutrition among the population favor the opening of LifeMart shops.

In the process of writing this work, we have identified strategies to overcome barriers when a company enters a foreign market:

1) market Research: LifeMart should conduct extensive research to understand consumer preferences, local regulations, cultural norms, and competitors. This knowledge will help tailor their entry strategy effectively;

2) localization: Hiring local employees and partnering with local companies can provide cultural expertise and align products and services with the local context;

3) sensitivity Training: Training employees on cultural awareness, religious sensitivity, and local languages (Arabic and Kazakh) can help build trust and positive relationships;

4) flexibility and Adaptability: Being open to adapting business practices to meet cultural and societal needs is crucial for success

Overall, entering foreign markets like the UAE or Kazakhstan offers exciting opportunities for LifeMart. Understanding and addressing cultural barriers are key to success. By investing in market research, localization, sensitivity training, and adaptability, LifeMart can successfully penetrate the new markets, build strong relationships, and achieve long-term success.

Scientific adviser: **I. A. Skvortsova**,
Associate Professor

K. R. Levchenko

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Postcrossing as a way of intercultural communication

Keywords: intercultural communication; postcards; postcrossing; respondents.

Human is a social being, so communication has always been one of the most important activities, and with globalization, communication with representatives of other cultures has become a necessity. There are many ways to immerse yourself in other people's culture: learning languages, listening to music, reading books, getting to know works of art, etc.

According to the data from Worldometer, there are 195 countries in the world today, but each country is home to representatives of more than just one culture. Indeed, there are countless cultures and subcultures in the world: each has its own history, its own language and religion, its own art. For example, Price's Atlas of Ethnographic Societies records more than 3,814 different cultures described by anthropologists [1]. Any interruptions between so big number of cultures are possible thanks to the existence of the fundamentals of intercultural communication.

One of the possible ways of communication, along with immersion in culture, is an exchange of postcards. The card may depict something related to the culture of a person, to his country: some kind of national ceremony, dance, costume, dish or symbol. On the back of the postcard, the sender can write anything, even something unrelated to the image, but this text may contain information that will help the recipient of the postcard at least partially immerse himself in the atmosphere and culture of a person. The text may not contain any such information, but even the manner of writing, greeting, or closing phrase can tell a lot.

The opportunity to send a postcard to a complete stranger on the other side of the planet and be sure that he/she will receive it helps a project called Postcrossing — an online project that allows its members to send and receive real postcards from all over the world. The idea of this project was created in 2005 by Paulo Magallanes, he wanted to connect people from all over the world regardless of their location, age, gender, race or beliefs.

The principle of postcard exchange is based on a single database of all project participants, as well as a mechanism for issuing addresses aimed at ensuring that the difference between sent and received postcards for each participant is minimal.

In 2021, we conducted a study on the degree of awareness of people about postcrossing, which was attended by 81 people, among them 5 men and 76 women [2]. As part of the research, we asked questions that could

help identify the goals of the project participants, their interests, as well as the difficulties faced by postcrossers during the exchange.

As a result, we found out that the most common goals of the participants are: getting positive emotions; the ability to make different collections; English language practice; the opportunity to make new friends; discover new cities and countries. As for the difficulties faced by the project participants, the following was noted: the loss of postcards on the way; a rather expensive hobby; a long wait for answers.

This year we conducted a new study of Postcrossing as a form of intercultural communication, only participants in international exchange were studied. The study involved 11 postcrossers — users of an international website. All of them are female, aged from 18 to 45 years old. In the new study, the questions also related to the goals of the project participants, their interests and difficulties that arose during the exchange process. In addition, we asked the participants what information they usually receive and write on the back of the postcard. Also, one question related to changes in the initial purpose of participation.

64% of the respondents identified their main goal of participating in this project as familiarization with new cultures. The participants also noted the following goals: communicating with people, improving the English language, receiving new postcards, as well as getting positive emotions.

As for the text that postcrossers write or receive on postcards, these are usually the same topics, most often participants read or write about themselves, their family, city, country, hobbies, travel or pets. Someone can also describe their day, something meaningful that happened to them, or talk about what is depicted on the card. In general, usually each postcrosser has a questionnaire in which the author writes that he wants to read about the sender.

All postcrossers have different experiences regarding cultural differences and familiarity with traditions. Some participants shared stories about national holidays, dishes, and festivals, which were told by postcrossers. Someone even sent photos of the received postcards.

In the questionnaire, we asked about changes in the goals of participation, 82% of the respondents did not change them. We were also interested in the difficulties faced by postcrossers during the exchange, it turned out that a little more than half had difficulty communicating, and, mostly, they were related to the sender's handwriting.

To sum up, it can be said that intercultural communication is an integral part of modern life. Postcrossing can become a guide to the world of intercultural relations and gives people the opportunity to communicate, share their experiences and characteristics.

References

1. *Foley R. A., Lahr M. M.* The evolution of the diversity of cultures // Philosophical transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological sciences. — 2011. — Vol. 366, no. 1567. — P. 1080–1089.

2. *Tikhomirova A. M., Levchenko K. R.* Postcrossing as a new form of social interaction in the digital era // BI technologies and corporate information systems in optimizing business processes in the digital economy: Materials of the IX International Scientific and Practical In-Line and Correspondence Conference (Ekaterinburg, December 2, 2021). — Ekaterinburg: Ural State University of Economics, 2022. — P. 165–167.

Scientific adviser: **I. A. Skvortsova**,
Associate Professor

D. M. Makarova, E. A. Pertli
Ural State University of Economics, Ekaterinburg

How interpersonal communication has changed under the influence of technology

Keywords: communication; technologies; society.

Radio, television and the internet enabled the transmission of information over vast distances within seconds, accelerating communication process dramatically.

Technologies may lead to a decrease in quality of face-to-face communication, as well as a dependence on these technological platforms which can be detrimental to interpersonal relationships.

The internet has become an essential part of our daily lives, and it has many uses. The main reasons why people use the internet are shown in figure.

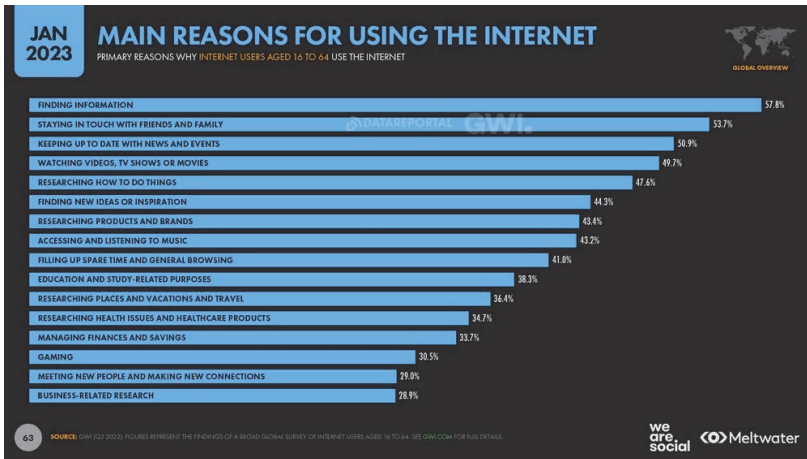
E-mail is one of the most widespread and fundamental means of communication which has become a crucial tool for communicating and exchanging information [3].

Social media platforms also play a significant role in communication. They allow users to send messages, make audio and video calls, and exchange files. With their widespread adoption, messengers have become a vital part of today [2].

Video conferencing platforms became essential tools for holding meetings and conferences. These platforms allow participants to interact with each other in real-time, sharing screens, documents, and files [4].

According to website traffic data, the most popular apps and websites are those that facilitate communication. By utilizing chats and messengers,

users can interact in real-time with others, while social media platforms allow users to stay in touch with family and friends from afar¹.



Main reasons for using the Internet

Modern technological advancements have significantly transformed the way in which people share information and communicate with each other. One of the primary advantages of utilizing technology in communication is its convenience and accessibility. Furthermore, technology has the potential to improve the quality of communication. Additionally, the use of technology can also help to save time.

Technologies such as artificial intelligence (AI) and machine learning can help users solve various communication problems, such as language barriers and difficulties in understanding. In certain cases, the use of technology can provide increased security and confidentiality in communication, especially when it concerns the transfer of personal or confidential data [1].

However, there are also several disadvantages, such as: addiction to technology, decreased communication quality, privacy concerns, distracting effects, lack of emotional empathy, social disconnection.

We conducted a survey using a Google form. It suggests that most respondents actively use social media to communicate with members of other cultures. Also, all respondents noted differences in communication styles be-

¹ Kemp S. Digital 2023: The Russian Federation // Datareportal. 2023. February 13. — URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-russian-federation> (дата обращения: 14.04.2024).

tween generations, and 30 % became less likely to "meet" in real life because of the internet.

Most likely, respondents believe that personal communication allows them to better understand the culture of another person, and establish deeper relationships.

The advent of the Internet, social media, and other digital technologies have led to significant changes in communication methods. In addition, new forms of virtual communication have emerged through video calls and social media platforms, further blurring the boundaries between personal communication and digital communication.

Nevertheless, it must be recognized that such communication can never completely substitute for personal interaction, and one should strive to maintain a balanced approach between these two modes of communication. Survey results indicate that the internet can decrease motivation for face-to-face communication, particularly among young people.

In general, technology has changed interpersonal communication, making it easier and faster, but it can also lead to negative consequences such as reduced personal contacts, changes in the structure and quality of social relationships, as well as simplification of thinking and feelings.

References

1. *Andrews J. L., Khin A. C., Crayn T., Humphreys K., Schweizer S.* Measuring online and offline social rejection sensitivity in the digital age // *Psychological assessment*. — 2022. — Vol. 34, no. 8. — P. 742–751.
2. *Chachis D. Yu.* Mobile applications: how they change our lives // *Bulletin of science*. — 2023. — Vol. 5, no. 7 (64). — P. 296–300.
3. *Makhamatov V. R., Boysunov B. P.* The influence of information technologies on human life // *Science and education*. — 2021. — Vol. 2, no. 5. — P. 384–389.
4. *Steed E. A., Leech N.* Shifting to remote learning during COVID-19: differences for early childhood and early childhood special education teachers // *Early childhood education journal*. — 2021. — Vol. 49, iss. 5. — P. 789–798.

Scientific adviser: **I. A. Skvortsova**,
Associate Professor

D. Mambwe, Z. R. Mtshali Bongmusa

North Caucasus Federal University, Stavropol

Historical and cultural ties as a tool for deepening mutual understanding and developing economic cooperation

Keywords: economics; cultural influence; innovation; sustainable development; economic cooperation.

Culture and history stand as pivotal forces shaping the landscape of economic cooperation between nations, wielding profound influence on diplomatic relations, fostering mutual understanding, and catalyzing economic growth. The entire globe has had its fair share of trade and economic cooperation. One of the key challenges in economic cooperation is the diversity of cultures and languages across world.

It is safe to say that economic cooperation in world has been shaped by cultural and historical factors, as well as the use of body language to bridge cultural divides. By understanding and respecting the customs and traditions of different countries, individuals can build trust and rapport with their counterparts, which is essential for successful economic cooperation [3].

International cooperation occurs when there is common interests among member countries. When a group or two countries have common goals, they may want to get together and work on the goals together. For example, if both countries want to create skilled specialists, they may work on policies to allow citizens of member countries to take part in educational institutions of either country. This way, they gain mutual benefit by working and agreeing on the goal together. Negotiation and agreement is a crucial part of developing economic cooperations as all member states must agree on the policies, terms of agreement, etc. This involves detailed discussions to outline the terms of cooperation, responsibilities of each party, the scope of work, and mechanisms for conflict resolution.

Through vibrant initiatives such as international festivals, art exhibitions, and language programs, Russia not only showcases its cultural richness but also fosters deeper connections with its global counterparts. By embracing cultural diplomacy, Russia builds cultural bridges with other nations, fostering a climate of mutual understanding and trust that forms the bedrock of successful economic cooperation.

Russia's proactive stance towards economic cooperation includes a robust embrace of digitalization and innovation. Recognizing the transformative potential of technology, Russia has made substantial investments in digital infrastructure, cybersecurity, and emerging technologies such as artifi-

cial intelligence (AI) and block chain. These investments not only bolster Russia's domestic economy but also position it as a leading hub for technology-driven cooperation on the global stage.

By embracing digitalization and innovation, Russia enhances its competitiveness in the global economy, fosters technological advancements, and creates new opportunities for economic cooperation with its partners worldwide. As technology continues to reshape industries and economies, Russia's proactive approach to digital transformation ensures its relevance and leadership in the digital age [1; 2].

Another innovative approach pursued by Russia is the strengthening of regional integration frameworks. Initiatives such as the Eurasian Economic Union (EAEU) and the Shanghai Cooperation Organization (SCO) serve as platforms for deepening economic ties with neighboring countries and beyond. These regional partnerships provide opportunities for collaboration in trade, investment, infrastructure development, and energy cooperation [4].

Russia has embraced the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) as a framework for promoting economic cooperation and addressing global challenges. By aligning its policies and initiatives with the SDGs, Russia aims to contribute to a more sustainable and inclusive global economy while fostering collaboration with other nations.

By embracing these innovative strategies to enhance people-to-people exchanges, Russia reaffirms its commitment to driving economic cooperation, fostering global prosperity, and shaping the future of international relations in the 21st century and beyond¹. Through cultural diplomacy, educational exchanges, and youth engagement, Russia seeks to build bridges between nations, promote mutual understanding, and create a more interconnected and harmonious world.

References

1. *Shatskaya E. Yu.* Development of resource support institutions for the sectoral implementation of the sustainable development goals: problems and mechanisms // Newsletter of North-Caucasus Federal University. — 2022. — No. 2 (89). — P. 138–143.

2. *Shatskaya E. Yu.* Necessary knowledge and justification of requirements for the level of competence of society in the conditions of digitalization // Power, business and society in the digital economy: global and national contexts: materials I International scientific and practical conference (Stavropol, February 28, 2022). — Stavropol: Publishing and information center “Fabula”, 2022. — P. 167–168.

¹ *The concept* for the development of creative industries and mechanisms for the implementation of their state support in large and major urban agglomerations until 2030 was approved by Decree of the Government of the Russian Federation dated September 20. — 2021. — No. 2613-r.

3. *Trade and civilization*. Economic networks and cultural ties from prehistory to the early modern era / ed. by K. Kristiansen, T. Lindkvitz, J. Myrdal. — Cambridge University Press, 2018. — 564 p.

4. *Trobbiani R., Pavón-Guinea A.* Navigating uncertainty: the future of EU international cultural relations // Cultural diplomacy in Europe. The European Union in International Affairs / ed. by C. Carta, R. Higgott. — Palgrave Macmillan, 2020. — P. 217–237.

Scientific adviser: **E. Yu. Shatskaya**,
Cand. Sc. (Economics), Associate Professor

D. A. Morozov

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Artificial intelligence in marketing: data collection and the public's attitude to it in different countries

Keywords: artificial intelligence; marketing; data collection.

In the modern world, socio-cultural factors often change how we see the world. Religion, nationality, quality of life and culture all impact our views. This also changes advertising around us, as companies attempt to cater to their target audiences, these audiences change from country to country. This becomes a problem once marketing campaigns become multi-national, as there's a strong possibility that lack of knowledge on another's culture might cause a misunderstanding, or even worse, an offense towards them. As the world wide web expands and companies look to efficiently offer customers their products, a lot of major corporations have begun utilizing artificial intelligence to optimize the process.

Artificial intelligence, a relatively new technology, takes its origin from big data, it's collection and analysis. By utilizing AI, companies can efficiently make decisions based on different factors that are given to it based on datasets and dataset training. It allows us to predict the possibility of a user interacting with an advertisement by taking into consideration their background. By extracting interest through analysis of each user, artificial intelligence can efficiently offer products to people based on what others like them have looked into. This allows for not only better sales, but also analysis of what each demographic is into, while also avoiding the mistake of cultural disconnect between the company and the customer, as the content the user will see will tie in with others like them. AI prediction models also allow us

to better visualize the connection between certain factors and their outcome, and also lets us study our target demographic.

To better understand the inner workings of artificial intelligence models, extensive research was done into incidents related to it in order to better understand its shortcomings. Things such as non-consensual data scraping and data poisoning can be avoided if the data is ethically sourced from our own platforms through user agreement. Things such as age, where a person is from, their gender and more give us the information we need, and their product history will be tied to it. Another problem is AI's probability, as while the correct answers have high probability there's still a chance it might choose the incorrect option — this is solved through bigger datasets and further training. A CTR prediction model created in China is looked into in detail, as one of the possible ways to implement artificial intelligence in marketing.

Research was done on the growth of artificial intelligence use in three different countries: India, China and Russia. In India, 73 % reported that they felt AI will significantly enhance marketing capabilities, but not replace human creativity¹. In Russia, 20 % of large companies are using solutions based on “ГенИИ”². And for China, it was reported by the 2024 digital marketing trends report, that approximately 30 % of advertisers use AI, with the Chinese electronic magazine claiming that by 2030, AI-driven marketing will drive 45 % of the global economy³.

For this paper, a survey was conducted in English-speaking communities. The survey was conducted via online Google Form in 2024, with its purpose being to determine how the general public feels about the use of artificial intelligence in the area of marketing. The sampling pool consisted of people above the age of 18, belonging to either IT or artistic communities, as both of these demographics are the most outspoken on the topic of artificial intelligence. The survey totaled 30 answers, with a total of 8 questions, with all of them being closed-type questions. As a result of the survey, we found out that generative models that use non-consensual data scraping such as GPT and DALL-E are viewed negatively due to the nature of their training process requiring to use someone else's work, while the public was generally much more favorable towards algorithms that use ethically sourced user data

¹ State of AI in Marketing // MMA Global. — URL: <https://www.mmaglobal.com/documents/india-state-ai-marketing-report> (дата обращения: 18.04.2024).

² *The AFL* unveiled a map of the generative AI ecosystem // Fintech Association. — URL: <https://www.fintechru.org/analytics/aft-predstavila-kartu-ekosistemy-generativnogo-ii/> (дата обращения: 18.04.2024).

³ *The role* of artificial intelligence in marketing // China electronic magazine media. 2023. — URL: <https://goo.su/bHgBuV> (дата обращения: 18.04.2024).

to better compliment or even improve user experience, such as CTR prediction. Additionally, surveys as the most popular method of acquiring data.

In conclusion, the fact that artificial intelligence can combine linear and non-linear data and make a connection between them is invaluable, and can be applied in many ways. Using it in marketing allows for an efficient way to understand what your customer wants without taking time learning about each customer. It can also supply companies with important data on what customers of different backgrounds want from their platform without it being intrusive. While generative models are unfavorable, ones that analyze user data and help improve your experience with a platform are not just important, but necessary for any large platform.

Scientific adviser: **M. V. Nikiforova**,
Cand. Sc. (Philology), Associate Professor

V. A. Shelginskaya

Ural Institute of Management – a branch of Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration, Ekaterinburg

Historical reenactment or “living history” events as a territory development tool: the specifics

Keywords: territory branding; historical heritage; event tourism; reenactment events; living history.

One of the key factors involving on increasing the competitiveness on a territory is its historical and culture legacy, which includes not only a collection of cultural artifacts the territory can offer in its institutional manifestations, but also some their alternatives, the market implications of those phenomena similar in form. Thus, as a number of researchers emphasize, it is important to ensure continuity between historical and cultural heritage and modern culture elements. In particular, this means updating methods of processes' control and coordination, which (being presented in a modern, modified form) are capable to ensure the achievement of integrating, developing and guiding goals of social and economic development. In the meantime, it allows such practices being perceived without the prejudice inherent in some familiar (“outdated”, “irrelevant”) methods.

In the context of this investigation mass events of “living history” movement (as it commonly called) attract increasingly attention not only as a tool of having fast commercial benefits or creative self-expression of a certain social group of enthusiasts, but also as unusual tool to interact, influence and manage relationships with target groups for the sake of development the

partnership within business society and cooperation between the government and commercial structures.

The contribution reenactment events bring in development of local socioeconomic space of a territory consists of the following: stimulating effect on local employment and business, strengthening the relationships between the sectors of public administration and business, forming the communicative zone for interregional and intercountry cross-cultural cooperation. The contribution reenactment events bring in development of local socio-cultural space of a territory conduct communicative, integrative, social functions.

The impact of social and cultural factors as well as strong market motives of human behavior should not be underestimated. Possessing the complex of so-called “simulated” values, which qualitative characteristics define by marketing stimulus and communicative work with target groups, but at the same time being subjectively to individually and socially determined features of the interpretation of meanings, the socio-cultural space of a territory where reenacting events take place are unstable and heterogeneous. In order to develop a further competitive strategy, the subject of reenactment event management needs to timely and clear establish what kind of situation he is dealing with — how much the authentic needs of the target visitors deviate from the simulative ones generated by creative culture and the practice of demonstrative consumerism? The following study take an attempt to make this uncertainty clear.

The study provided in this paper established the following results:

1) two-level specificity of event perception by the audience, due to the combination of simulative and non-simulative needs during the event periods (respectively) from making a decision to attend to actually attending the event;

2) dependence of the degree of expression the specificity on the type of territory;

3) features of the organizer’s communication policy and its relationship with the formation of expectations and its relations to the actual impact on the visitor;

4) features of the implementation of control action, taking into account the regularities from above.

Summing up the research, we are able to indicate that the perception of events (motives, preferences, visitor expectations, etc.) is ambiguous. It depends on the stage of interaction of the potential visitor with the organizing party (before, during and after the happening) and can be accordingly used by management subjects for the purposes of a competitive advantage (within the framework of event management or management of the organization) or socially responsible management.

Those identified features made it possible to justify potential management decisions aimed at increasing the efficiency of implementing the target functions of events, as far as increasing the controllability of processes and the sustainability of the organization's activities in unstable conditions.

In conclusion, it's important to note the following. The manifestation of genuine needs and motives, in particular social ones, increases the significance of the event activities of historical reenacting movement as a tool for the development of the territory. Due to the significance of interpersonal interactions, which has been demonstrated in the study, such activities can more effectively achieve their socio-cultural and socio-economical goals. It means that they can increase their attractiveness as a strategic investment in the territory development based on a historical and culture legacy and bonds. But this process associated with a certain changes in the existing to this moment practice of event management.

In order to improve approaches of managing “living history” movement events as a tool for territory development, which is based on the division of common historical and cultural foundations, in modern conditions it is advisable to pay attention for social factors of increasing visitor satisfaction. The main reason is that exactly visitors represent that audience which disseminates the information and impressions received in the event, that eventually leads to increase the investment attractiveness of this type of event, which contributes to the development and event branding of the territory.

Scientific adviser: **I. A. Koch**,
Dr. Sc. (Sociology), Associate Professor

E. A. Telminova, P. D. Yakimova
Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Assessment of the tourist attractiveness of the Sverdlovsk region for students from China

Keywords: tourism; China; routes; entertainment.

To begin with, Ekaterinburg students can notice how many students from China are among their group mates. For example, at Ural State University of Economics, on average, three to five Chinese students study in a group. Some students are well versed in the area and have a basic level of the Russian language, whereas it is quite difficult for others to navigate in an unfamiliar country, and they find the Russian language quite difficult to understand and to study.

Based on the above mentioned, there was revealed the need for Chinese students to get better acquainted with the local mentality, environment and, first of all, people. Such an acquaintance can become not only an impetus for rapid adaptation by getting to know Russia in general and, the Sverdlovsk region in particular.

In the course of the work, a study was conducted to identify the interest of Chinese students in tourism. The target group was determined during the survey.

The purpose of the study is to identify tourist routes for students from China for in-depth study of Russian culture. The result of the work is routes in the cities of the Sverdlovsk region.

For more effective cultural exchange and getting to know the Sverdlovsk region, the idea was put forward to develop a special "tourist map" containing information and routes to the most interesting and significant attractions, museums, parks and cultural centers that may be of interest to Chinese citizens.

To substantiate the relevance of the chosen topic, we conducted a survey among Chinese students. 29 students from both Ural State University of Economics and Ural Federal University took part in the survey. Firstly, it should be noted that the survey was compiled in two languages: Chinese and English, and attachments to some tourist sites were added to create associations during the survey. Based on the survey, the following results were achieved:

- the age of the survey participants ranges from 18 to 25 years old, most of the survey participants were Chinese citizens aged 20 (41,4 % of the total number of participants);

- it has been revealed that 28 out of 29 survey participants are interested in visiting new places in the region;

- over 69% of those who took part in the survey visited tourist sites and attractions only in Ekaterinburg, while at least half had heard of cities in the Sverdlovsk region such as Nizhny Tagil, Bereзовsky and Kachkanar;

- over 90 % of the respondents came to Russia to study. So, our goal is to involve students into local community and interact them that after studying it is worth staying in the region for longer period;

- 28 out of 29 respondents prefer an entertaining holiday, which means that cafes, cinemas and other entertainment places that will reveal the mentality of Russia should be included in the route.

The first route is to talk about is the route around Ekaterinburg, because it is the place where we live so it is the most acceptable place to visit. Ekaterinburg is a major cultural and historical center of Russia, which attracts tourists with its sights, rich history and beautiful nature.

We suggest starting the trip around the city by visiting 1905 Square. Next, Chinese tourists can stroll through the historical park, or the "Dam". The historical park is located on the site of the first dam built in Ekaterinburg in 1723, the year the city was founded. Tourists should visit one of the best restaurants in the city — the Lost and Found Office. Also, we think that it was interesting for Chinese tourists to visit the Temple on the Blood on Tsarskaya Street 10, which can be reached by walking along the city embankment, which offers a beautiful view of the city and the modern skyscrapers of the Ekaterinburg City complex. We recommend Chinese guests to visit the Ekaterinburg State Opera and Ballet Theater. We think that ballet would be of interest to tourists from abroad, so we recommend visiting the following productions: "One-act Ballets", "Tales of Perrault", "Selfida", "Giselle", "The Nutcracker", "Don Quixote", "The Snow Queen" and "Swan Lake".

Also, we suggest visiting Nizhny Tagil for familiarization. According to the survey, most Chinese students have heard of this city, so it is advisable to introduce it. The tourist route to Nizhny Tagil will take the whole day, so we advise you to go on a day off. Here we offer to use "Lastochka" electro train. The first place on arrival is to visit the Museum of Armored Vehicles. In the museum, you can see real tanks, hear their features and history, exhibits can not only be touched, but also viewed from the inside. As the second place, we suggest climbing Lisya Mountain, which offers an overview of the whole city.

In the course of our survey, we set a goal to study the tourist attractiveness of the Sverdlovsk region for students from China. Based on the data provided in 2024, students from China make up a significant part of the foreign residents of the region, and mainly they are students of Ural State University of Economics. Taking into account the academic load, we have determined a route where foreign students can study and understand in more detail the history of both the region and the country as a whole. In addition, exploring local attractions will allow them to better perceive the mentality of local residents. The main goal of the project is to involve Chinese students in understanding the history of Russia. Subsequently, this may contribute to strengthening cross-cultural exchange and friendship between Russia and China. From an economic point of view, it will allow the exchange of experienced specialists.

Scientific adviser: **I. A. Skvortsova**,
Associate Professor

T. Wu

Ural State University of Economics, Ekaterinburg

Bridging the gap: A study on teaching Chinese (Mandarin) to Russian university students

Keywords: Chinese language; opportunities; difficulties; university students.

Learning new languages has become increasingly important, as globalization continues to connect people from diverse cultural backgrounds. China and Russia have a long history of culture exchange, fostering economic, political and so on. As two countries continue to develop the cooperation with each other, learning Chinese is becoming rather important, especially in the sphere of business, economics and finance¹.

Although Chinese language is gaining its popularity nowadays in Russia, there are some problems and difficulties associated with Chinese language teaching/learning. First of all, it is lack of qualified teachers, so it is difficult for students to find a teacher who suits their needs. What is more, there are limited

resources and materials that are of great importance, given the grammatical structure and syntax of Chinese language are fundamentally different from Russian. Also, there is lack of exposure to native speakers due to geographical and cultural factors.

To create more effective educational environment for Chinese learners and teachers, schools and institutions should invest more funds in textbooks and materials, attract more experienced and competent local teachers able to teach grammar structures in a more logical and understanding way. At the same time native speakers should be involved in order to create a stimulating cultural environment for students to practice the acquired language skills².

I have conducted a survey with 3rd grade students from USUE who study Chinese language as the second foreign language. According to the survey findings, about 53 % of students study Chinese language for career development in the future. Most respondents think the difficulties they face while learning Chinese include pronunciation and characters at the beginning of study. 40 % of students prefer speaking practice, 20 % students like to study by textbooks, 25 % of students like to use interesting materials on the topics and the rest like to combine them both. Thus, we can see that stu-

¹ *How and why to learn Chinese: advice from a teacher.* — URL: <https://chinatutor.ru/about/article/item/2086-kak-i-zachem-uchit-kitajskij> (дата обращения: 18.04.2024).

² *Why study Chinese?* — URL: <https://www.bu.edu/wll/home/why-study-chinese> (дата обращения: 18.04.2024).

dents are more likely to study effectively when the lesson is flexible, lively and associated with daily life. Most of students prefer to study face to face and with native speakers, some like both. So, the majority of students need the cultural environment to feel the language itself.

All respondents agreed that learning Chinese helped them broaden their horizons, provided them with a wider vision in language learning. Strictly speaking, second language learners are cultivating new language habits, expanding the means of speech behavior, and gaining better familiarity with their mother tongue.

To enhance students' language learning experience, it is recommended:

1) practice regularly: set aside dedicated time each day or week to study and practice Chinese;

2) start with the basics: there are numerous online platforms, websites, apps, and videos, offering Chinese language lessons and practice exercises;

3) use different resources to supplement learning and gain exposure to different teaching styles and materials;

4) find a language partner or tutor, this helps you improve speaking and listening skills while gaining real-world exposure to the language;

5) watch Chinese movies, TV shows, and listen to Chinese music or podcasts. Start with simple Chinese books, newspapers, or online articles. Reading will expand vocabulary and expose you to different grammatical structures.

The great Chinese educator Confucius once said: "Education should be without distinction", meaning every student should be equally educated. This theory is also very important in teaching Chinese as a foreign language. Every student has equal rights to receive language training. It requires teachers to fully understand students, teach students in accordance with their aptitudes, and create equal opportunities for each student. Teachers should first analyze the teaching objects. Only by understanding the teaching object, they can determine the teaching style, type of courses, teaching objectives, content, principles, methods and so on¹.

The key recommendations for teachers are based on the theory of building a "third space"². This concept means that understanding the cultural environment of the target language and native language is not enough. We should aim at understanding one's own culture and target culture at the same time. Only through conflict, dialogue, and meaning sharing, one can obtain

¹ *Current issues of methodology Chinese language teaching*. — URL: <https://confucius.dvfu.ru/> (дата обращения: 18.04.2024).

² An analysis of the certificate examination syllabus for teachers of Chinese to speakers of other language: Confucius Institute Headquarters.

a “culture” which is beyond both these cultures, which is the “third vision”. It helps people to communicate in two or more different cultural environments peacefully and equally. And that is “the third space”. In practice, to build the third space the teachers of Chinese should be able to weaken, adapt and integrate cultural differences, as well as and innovate teaching methods for finding the similarities of Chinese and Russian culture, using different teaching method flexibly, implementing suitable classroom management and use suitable teaching materials.

Scientific adviser: **T. L. Markova**,
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

B. I. Zaidullina, S. E. Ivanova
Ural State University of Economics, Ekaterinburg

The role of the Russian language in the development of international business communications and cultural exchange

Keywords: Russian language; international business communications; cultural communications; cultural exchange.

Language plays a pivotal role in forging and facilitating international relationships. The Russian language belongs to the most widely spoken languages in the world. Russian is spoken by over 258 million people worldwide. The research is designed to explore how one of the world’s most spoken languages influences and shapes international commerce and cultural rapport.

The research aims to identify and analyze the role of the Russian language in the development of international business communications and cultural exchange, as well as to assess the impact of proficiency in the Russian language on access to educational and professional opportunities.

The role of the Russian language in international business communications and cultural exchange is considered. The main points include business expansion, cultural understanding, access to the Eurasian market, literary and scientific contribution, global diplomacy and politics, education, internet and technology, and cultural and media exchange. The Russian language plays an important role in these areas, promoting mutual understanding, economic growth, and enriching the global cultural discourse.

The importance of the Russian language shows constant growth in international relations and politics. It has a significant impact on the global political arena, education, and science, and stimulates international cooperation in various fields. Strengthening the position of the Russian language in the global community promotes the development of cultural, economic, and sci-

entific ties between countries, as well as expanding opportunities for dialogue and mutual understanding.

To analyze the significance of the Russian language in intercultural communication, we conducted a survey among USUE students. Based on the survey data from 35 participants, the following aspects were identified: 93 % of the respondents point out that mainly learn Russian for educational purposes. In addition, 63 % of the respondents are studying the language for future work, and 37 % for living in Russia (permanent residence in Russia). 21 % of the respondents have been studying Russian for 1 to 1.5 years, while 37 % have been studying for 1.5 to 2 years. The remaining 22 % have been studying for less than 4 months. Among the surveyed USUE students, 69 % were women, and 31 % were men. The main respondents are from countries such as China, Egypt and Africa.

The majority of respondents (82 %) perceive the difficulty of grammar as the main challenge in learning the Russian language. Speaking skills are considered to be the second most challenging aspect (70 %). The main perspectives that knowledge of the Russian language offers include the opportunity to find a prestigious job, set up one's own business in the future, and improve the quality of life.

The survey data supports the conclusions drawn from the research, emphasizing the importance of the Russian language for educational purposes, future career, and living in Russia. The high percentage of respondents studying Russian for educational purposes underscores the language role in accessing educational opportunities and resources in diverse fields. This highlights its relevance in academic settings and the potential for knowledge exchange and collaboration. The substantial number of respondents studying the Russian language for future work highlights its value in the business world. Proficiency in Russian can open up doors to employment opportunities in multinational corporations and organizations with ties to Russia. This further emphasizes the language's importance in international business communications and the potential for economic growth and development.

We think that it is necessary to expand Russian language teaching programs. It is proposed to make the teaching programs more accessible and qualitative in order to attract more students. For this purpose, interactive and innovative teaching methods should be developed, such as online courses and multimedia resources. Using infographics will help students better perceive information.

The research on the role of the Russian language in the development of international business communications and cultural exchange highlights its significance and impact in various aspects of global interactions.

Scientific adviser: **T. L. Markova**,
Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor

СОДЕРЖАНИЕ



КОНГРЕСС ЭКОНОМИСТОВ И ФИНАНСИСТОВ

ТЕЗИСЫ РАБОТ ФИНАЛИСТОВ КОНКУРСОВ (ЧАСТЬ 2)

РЕГУЛЯТОРНАЯ ПОЛИТИКА И GR-КОММУНИКАЦИИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
ПРИКЛАДНЫХ ПРОЕКТОВ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ

Аросланкина И. А. Улучшение процедур регулирующего воздействия в регионах в рамках клиентоцентричного подхода с позиции клиента.....	5
Баландин Е. Д., Куликова Е. Д., Обручникова Е. А. Развитие инструментов регуляторной политики путем привлечения профильных вузов (на примере цифрового сервиса Росфинмониторинга).....	7
Гарипова А. С. Green nudges как эффективный инструмент политики.....	9
Детко Д. В. Проблемы правового регулирования иностранных инвестиций в России: механизм защиты и ограничения	12
Зенитато Д. С. Развитие рыбохозяйственного комплекса России	14
Кожухова И. Л., Собянина С. А., Ибрагимова С. А. Разработка комплексных стратегий и программ, направленных на стимулирование устойчивого развития и улучшение жизни на сельских территориях Свердловской области.....	17
Комбаров М. А. Рекомендации по перераспределению налога на добавленную стоимость между уровнями бюджетной системы в концепции «Россия — Евразия — Мир. Интеграция — Развитие — Перспектива»	19

Круподер К. А. GR-технологии в процедуре оценки регулирующего воздействия.....	21
Кустьшев А. И. Исследование подсистемы управления социальным развитием коллектива организации.....	23
Мурашов В. С. Использование GR-технологий в деятельности вузов (на примере Уральского государственного экономического университета).....	25
Ставнийчук А. Ю., Маркова О. А. Эффекты изменения регулирования сделок экономической концентрации.....	27
Стафенчев А. А. GR-технологии предпринимательских объединений: институциональный аспект (на примере российских отраслевых ассоциаций).....	29
Ускенбаев А. А. Правовые аспекты регуляторной политики: совершенствование методологий.....	32
Филатов Д. В. Разработка инструмента автоматизации и поддержки при проведении оценки издержек исполнения требований регулирования.....	34
Эрман Ю. А. Исследование стратегии организации (на примере компании Ozon).....	36

СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ СТУДЕНТОВ

Бедрин С. Е. Новые реалии многополярного мира: развитие российско-латиноамериканских внешнеэкономических связей.....	38
Белоусова А. О. Рынок потребительских товаров и услуг, его особенности в России.....	42
Бирюкова Е. Р. Концепция подталкивания в повседневной жизни студентов экономического вуза.....	46
Вальтер К. А. Инфляция в России: современные особенности и регулирование.....	50
Ветошкина А. Д. Реклама как секрет успешного бизнеса: решения в условиях санкций.....	53
Гайсниа Р. Р. Исследование ключевой ставки и ее влияние на кредитные условия.....	56
Курбанова Е. А. Факторный анализ развития инфляционных процессов в Свердловской области.....	60
Лялина А. О. Тренды экономического поведения туристов.....	64
Полушина К. С. К вопросу о рекламе и иррациональном поведении покупателей.....	67
Субботина Ю. С. Психология принятия инвестиционных решений: влияние страха на поведение инвесторов.....	69

Сутягина Д. Р. Психология «человека информационного» и его роль в цифровой экономике	74
Торицына Д. И. Трансформация потребительского выбора молодежи в условиях санкций.....	78
Шайхелисламова З. А. Концептуальный анализ ключевых аспектов развития стратегического маркетинга в цифровой экономике	82
Якименко Д. Д. Возможности управления цифровыми финансовыми активами с использованием искусственного интеллекта	85

ТЕОРИЯ НООНОМИКИ КАК КЛЮЧ К ИССЛЕДОВАНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ XXI ВЕКА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ

Гусейнли К. М. Ноономика как фактор повышения конкурентоспособности университета в условиях ноотрансформации	89
Добренский Д. О., Любимова И. Р., Казанцев Д. С. Интеграция производства, науки и образования: опыт Уральского государственного экономического университета.....	91
Зверева В. В., Ермакова В. А. Шеринговые отношения в Российской Федерации: современное состояние и направления развития	94
Коростелев А. О., Удалов И. С. Ноономика как наука шестого технологического уклада.....	96
Рахманбердыев М. Ш., Джалилов Б. В., Шаназаров М. С. Оценка рисков предприятия в условиях нового времени.....	97
Сметаннина В. Е., Купрейчик С. Д., Павлова А. П. Предпосылки формирования ноообщества в Евразийском экономическом союзе	99
Сычев И. А., Прозоров А. М. Ноономика для России: возможности и барьеры реализации интеллектуальной модели экономики	101
Уткин А. И., Солбаков Р. К., Плотников В. А. Симулятивные и несимулятивные потребности в ноономике	103
Утробин И. А., Храмова Е. А., Замерова Н. И. Роль креативных профессиональных социальных сетей в ноономике	106
Фалин И. О. Ноономика: инновационная теория для гармоничного и духовного развития личности и общества.....	108
Чупина А. В. Роль знаний и процесса познания в человеческой деятельности и формировании потребностей	110
Шелгинская В. А. Управление ивент-деятельностью в бифуркационной точке развития: между консьюмеризмом и аутентичностью.....	113
Щенина А. А., Шевелева Е. П., Гараева Э. И. Изменение структуры занятости в условиях перехода к НИО.2.....	115

ФИНАНСОВЫЙ КОНСТРУКТОР

НАУЧНО-ПРИКЛАДНОЙ КОНКУРС

Антипина А. А., Чубачук Ю. А., Фильчак А. А. Страхование онлайн.....	117
Демидова В. Ю., Обухова В. П. iБолит: инвестиции в здоровье.....	119
Зырянов Н. А., Корюков Е. В., Демьяник Р. О., Мешечкова А. А., Ветрова Т. Ю. Страхование беспилотных транспортных средств	121
Кузнецов Д. М., Нагаева А. А. Материнский защитник: я хочу жить	124
Новикова П. Е. Инвестиции в здоровый образ жизни	126
Садретдинов Д. Р., Балабаев Е. Е., Бараковских Я. А. Золотой токен — цифровой инструмент для привлечения капитала	128
Саенко Е. В., Субботина Ю. С. Инвестиционные метры	131
Филимонов А. А. Нейроинвестиционный фонд.....	134

DeFi КАК ВЫЗОВЫ НОВОЙ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

КОНКУРС НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ

Анисимова К. Р., Коковина Д. М. SWOT-анализ выхода на рынок DeFi для коммерческого банка.....	137
Бобарыкин М. Ю. Цифровые технологии в страховом бизнесе	140
Глазунова А. А. Цифровые технологии в страховом бизнесе: современное состояние, проблемы и перспективы развития	142
Львова К. Е. Тренды взаимодействия финансовых технологий DeFi и государственного управления.....	145
Мананова В. С., Маргюшева А. В. Экосистема DeFi: опыт стран Латинской Америки.....	147
Мокеева Д. В. Обоснование внедрения в онлайн-сервисы для ведения портфеля ценных бумаг оценки вероятности банкротства публичных компаний	150
Посысаева А. Р. Финансовая бизнес-модель кредитного брокера в Российской Федерации	152
Садретдинов Д. Р., Балабаев Е. Е., Бараковских Я. А. Срочный рынок в децентрализованных финансах	154
Саенко Е. В., Попилин С. С., Ольховская А. Н. Модели финансирования стартап-проекта производства промышленного циклона в условиях развития DeFi культуры.....	156
Черкасов А. Ю., Янова Я. А. Перспективы использования криптовалют в международных расчетах в условиях санкций.....	159

ДЕЛОВАЯ ЕВРАЗИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
МОЛОДЕЖНЫХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

Астанин В. С. Проект создания библиотеки «Книгографика».....	162
Белоусова А. П. Сельский гостевой дом «Русская деревня» (ИП «Белоусова Алина Павловна»).....	164
Валинурова А. А. Проект бизнес-плана языковой школы ООО «Мир языков».....	166
Гимадеева А. Р., Шагина А. А. Сервис для автоматического создания презентаций как часть цифровой трансформации образования.....	169
Достовалова С. А. Проект бизнес-плана выставочного центра ООО «Бетриче».....	171
Ермаков М. А. Бизнес-план электромонтажной и сварочной фирмы «Свет в окне каждого».....	174
Комарова Е. М., Яценко А. Г. Бизнес-проект установки фитопанелей из стабилизированных растений.....	175
Кузнецова А. С., Леонтьева Д. С., Овсянникова С. С. Бизнес-план создания флотинг-студии.....	178
Морозова Д. И., Бондарева С. А. Проект создания школы-студии анимации.....	180
Слюсаренко А. В. Бизнес-проект организации фермерского хозяйства.....	181
Сорокопудова Е. А. Проект бизнес-плана ООО База отдыха «Простор».....	184
Федин А. А. Рыбоводческий комплекс: специфика метода индустриальной аквакультуры.....	187
Хижняк В. А. Развитие психологического туризма в Восточно-Казахстанской области (ИП «Shanti»).....	190
Шавель В. В., Карнюхина Т. В., Кадушкевич Д. Р. Создание книг семейных баск и историй.....	192
Эвиня А. С., Пичкурено К. Р., Зауголкова А. А. Социальный проект «Производство хлеба и хлебобулочных изделий».....	194
Ястребцова К. А. Проект бизнес-плана предприятия ООО «ЭкоРоспись»..	197

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ, СТРАНАХ БЛИЖНЕГО И ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС НАУЧНЫХ ПРОЕКТОВ

Воронцова Е. А. Учетно-аналитическое обеспечение управления безубыточностью субъекта малого предпринимательства в сфере торговли.....	200
Жолдошбекова А. Ж. Эффективное использование технологий в бухгалтерском учете: автоматизация и искусственный интеллект.....	202
Крайнова А. И. Анализ производственно-сбытовой деятельности предприятия на основе данных бухгалтерской отчетности.....	204

Курбанов М. Н. Влияние ESG-трансформации на стоимость компании	206
Муслимова Р. Ф. Разработка организационно-методических положений по формированию ESG-отчетности в соответствии с международными стандартами	208
Нурланбекова М. Н. Роль бухгалтерского учета в обеспечении экологической безопасности.....	210
Овсянникова С. С. Совершенствование учета прибылей и убытков (на примере ООО «УБТ-Отель»).....	214
Омонов Ш. О. Совершенствование бюджетирования в управленческом учете.....	216
Тимралиева Р. З. Анализ влияния внешнеэкономических рисков на результаты деятельности компании железнодорожного транспорта.....	218
Траоре М. Учет нематериальных активов по новым правилам.....	220
Тюленева А. В. Формирование и учет фактической себестоимости выпущенной готовой продукции	223
Якунин С. В. Социально ориентированный учет: зарубежный опыт и российская практика	225

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СВЯЗИ

КАК ОСНОВА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ

МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СТУДЕНТОВ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Agababaeva N. M., Bikhtiyarova M. A. Opportunities for young international managers from Russia in the global world	228
Apanasenko E. E., Bezmaternykh Yu. S. Relevance and demand for Asian cuisine in the Russian market	231
Dorokhina A. A. Educational migration of students: factors, drawbacks, perspectives	233
González-Rojas S., Ysla-Sosa M. L., Yera-García Y. Influencia de los aportes de científicos rusos en la estimulación del lenguaje de educandos de la primera infancia en Cuba.....	235
Karelin M. A., Khoroshko E. A. Historical and cultural ties between Russia and Kazakhstan as a tool for deepening mutual understanding and developing economic cooperation	238
Lebedeva T. E., Markova M. D. Cultural barriers for Russian companies to enter foreign markets	240
Levchenko K. R. Postcrossing as a way of intercultural communication.....	242
Makarova D. M., Pertli E. A. How interpersonal communication has changed under the influence of technology	244
Mambwe D., Mtshali Bongmusa Z. R. Historical and cultural ties as a tool for deepening mutual understanding and developing economic cooperation...	247
Morozov D. A. Artificial Intelligence in marketing: data collection and the public's attitude to it in different countries.....	249

Shelginskaya V. A. Historical reenactment or “living history” events as a territory development tool: the specifics.....	251
Telminova E. A., Yakimova P. D. Assessment of the tourist attractiveness of the Sverdlovsk region for students from China	253
Wu T. Bridging the gap: A study on teaching Chinese (Mandarin) to Russian university students.....	256
Zaidullina B. I., Ivanova S. E. The role of the Russian language in the development of international business communications and cultural exchange.....	258

Научное издание

**РОССИЯ — ЕВРАЗИЯ — МИР:
ИНТЕГРАЦИЯ — РАЗВИТИЕ — ПЕРСПЕКТИВА**

М а т е р и а л ы
XIV Евразийского экономического форума молодежи
(Екатеринбург, 22–26 апреля 2024 г.)

Том 2

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 35. Подписано в печать 03.07.2024.

Формат 60 × 84¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 13,8. Усл. печ. л. 15,6. Печ. л. 16,75. Заказ 340. Тираж 100 экз.

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



УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



РОССИЯ – ЕВРАЗИЯ – МИР: интеграция – развитие – перспектива

Материалы
XIV Евразийского экономического форума молодежи

(Екатеринбург, 22–26 апреля 2024 г.)

Том 2

eurasia-forum.ru