



СибУПК

Сибирский университет
потребительской кооперации



МЕЖДУНАРОДНЫЕ МОЛОДЕЖНЫЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ ИМ. ПРОФЕССОРА Н. Н. ПРОТОПОПОВА В РАМКАХ ДЕСЯТИЛЕТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сборник материалов

Часть 1

Новосибирск
12-14 марта 2025 г.



Новосибирск 2025

Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ
МОЛОДЕЖНЫЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ
им. ПРОФЕССОРА Н. Н. ПРОТОПОПОВА
В РАМКАХ ДЕСЯТИЛЕТИЯ НАУКИ
И ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Сборник материалов
Часть 1*

Новосибирск
12 – 14 марта 2025 года

Новосибирск 2025

УДК 001.12
ББК 72
DOI 10.48642/9020.2025.18.35.001
B85

B85 Международные молодежные научные чтения им. профессора Н.Н. Протопопова в рамках Десятилетия науки и технологий в Российской Федерации : сборник материалов (Новосибирск, 12–14 марта 2025 г.). Ч. 1 / [под ред. Э.А. Новосёловой] ; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». — Новосибирск, 2025. — 330 с.

ISBN 978-5-334-00340-8 (ч. 1)
ISBN 978-5-334-00339-2

В сборник вошли статьи участников Международных молодежных научных чтений им. профессора Н.Н. Протопопова, целью которых является представление результатов научно-исследовательской деятельности, поощрение активности обучающихся в научно-исследовательской работе. В первой части сборника представлены результаты научных исследований по следующим направлениям: современные тенденции развития экономики: теория и практика; торговое дело, товароведение, реклама и связи с общественностью; потенциал индустрии туризма и гостеприимства; проблемы бухгалтерского учета и финансов; менеджмент: проблемы, риски и тренды развития; прикладная информатика; технологии продуктов питания и переработки сельскохозяйственной продукции.

УДК 001.12
ББК 72
DOI 10.48642/9020.2025.18.35.001

Сборник рекомендован к изданию советом по науке Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК), протокол от 25.09.2025 № 1.

ISBN 978-5-334-00340-8 (ч. 1)
ISBN 978-5-334-00339-2

© Сибирский университет
потребительской кооперации
(СибУПК), 2025

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Артюхова Е. А.</i> Проблематика управления денежными средствами экономического субъекта	8
<i>Бакарасов Е. О.</i> Методы и подходы стратегического анализа для оценки текущей конкурентоспособности в целях поддержания эффективности деятельности кооперативного сектора экономики	11
<i>Бакарасов Е. О., Максимова С. Е.</i> Стратегия финансирования и оптимизации оборотных активов посредством моделирования финансовых показателей для Новосибирского облпотребсоюза	15
<i>Бендик В. В., Каренова Г. С., Шамрай И. Н.</i> Рынок горнорудной промышленности Казахстана: аналитический обзор добычи меди	19
<i>Бирюкова Е. Р.</i> Анализ факторов макросреды малого предприятия трубной промышленности	23
<i>Есжанова Г. И.</i> Исследование стратегий конкурентоспособности коммерческой организации	27
<i>Карпова А. А., Шамрай И. Н.</i> Угрозы финансовой безопасности компании: влияние на деятельность, оценка, меры снижения	31
<i>Медведский Д. А.</i> Обновленная стратегия роста АПК РФ — вектор устойчивого развития аграрной экономики	35
<i>Никишова К. В., Гусейнли К. М.</i> Обеспечение экономической безопасности вуза в условиях геополитической нестабильности	39
<i>Помельникова А. Д.</i> Современные тенденции на мировом рынке топливно-энергетических ресурсов	43
<i>Самохин И. А.</i> Особенности развития современного предпринимательства в контексте повестки ESG	47
<i>Серов И. А.</i> «Цифровое рабство» — новый тренд цифровизации	51
<i>Серов И. А., Киселёва А. А., Своровская М. А.</i> Оценка влияния потребительских предпочтений поколения Z на развитие рынка товаров повседневного спроса (FMCG)	54
<i>Трунова А. Л., Бойко С. В.</i> Роль финтех в развитии и совершенствовании банковских продуктов и услуг	58
<i>Чечулин В. Е., Черняков М. К.</i> Конкурентоспособность как ключевой фактор устойчивого развития организации	62
<i>Шендра А. С., Мытарева Е. А.</i> Ключевые показатели эффективности предприятия: концептуальные основы и практическое применение	66
<i>Шишкина М. А.</i> Экономическая безопасность строительной организации: ключевые аспекты и факторы обеспечения	70

ТОРГОВОЕ ДЕЛО, ТОВАРОВЕДЕНИЕ, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Борисова Д. К., Севостьянова М. В.</i> Оценка качества посудохозяйственных изделий из пластмасс.....	74
<i>Жмурова А. А.</i> Этика в рекламе: как компании справляются с вызовами прозрачности и честности.....	78
<i>Колпакова Л. Е., Кондратьева О. В.</i> Сравнительный анализ организационных особенностей складской логистики в России и Казахстане: вызовы и перспективы развития.....	81
<i>Литвинов С. О., Кондратьева О. В.</i> Организация поставок товаров в строительной компании.....	85
<i>Мушарова Я. А.</i> Взаимосвязь социальной и коммерческой рекламы в зарубежной и российской практике.....	88
<i>Огиенко А. Д., Плотникова Т. В.</i> Инновации в современной логистике.....	93
<i>Старииков С. В.</i> Роль цифровых маркетинговых технологий в формировании конкурентных преимуществ организации.....	97
<i>Федотова А. А.</i> Анализ развития таргетированной рекламы в РФ.....	101

ПОТЕНЦИАЛ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Бабаяевская В. В.</i> Развитие туристско-рекреационного кластера Приазовского региона	105
<i>Глухих П. В., Осипова Е. Н.</i> Развитие туризма в туристско-рекреационных зонах	108
<i>Завгородняя Е. В., Колодяжная И. В.</i> Перспективы развития курортной отрасли на побережье Азовского моря в Донецкой Народной Республике.....	111
<i>Малов Д. В., Балашова О. В.</i> Анализ динамики и особенностей развития туристского потока экстремального туризма в Новосибирской области.....	114
<i>Никонова С. А., Балашова О. В.</i> Особенности развития шоп-туризма в Новосибирске.....	117
<i>Павленко Е. Е.</i> Подходы к повышению привлекательности туристских продуктов туристического оператора ООО «Шлам-Плюс» г. Мариуполя	120
<i>Чермаков Д. К.</i> Организация деятельности предприятий питания в составе гостиницы	123
<i>Чирцова А. А.</i> Развитие событийного туризма на российском рынке.....	127
<i>Шаманович Е. С., Колодяжная И. В.</i> Особенности продвижения туристических фирм на российском туристическом рынке	131
<i>Шикарев И. Н., Осипова Е. Н.</i> Объекты промышленного туризма и методы их исследования	134

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВ

<i>Андриевский В. О.</i> Математический метод оптимизации управления запасами и его обоснование для потребительского общества	138
<i>Баширова А. А.</i> Аудит как средство обеспечения экономической безопасности предприятия.....	141
<i>Брусова А. В.</i> Цифровой рубль: «плюсы» и «минусы» новой валюты	145
<i>Бурматова А. В., Алаева А. В.</i> Профессия кассира: взгляд молодежи.....	148
<i>Гордиенко А. А., Маркелова К. А.</i> Банковские инновации на этапе масштабных изменений	151
<i>Дробина Т. В., Боронина Э. С.</i> Учетно-аналитическое обеспечение оценки и реализации инвестиционных решений производственных организаций.....	156
<i>Калабин И. О., Юдин Л. Г.</i> Трансформация финансовой услуги как закономерность развития финансового рынка.....	160
<i>Колтакова М. А.</i> Оценка инвестиционных проектов в современных условиях	164
<i>Королькова Д. А.</i> Спонсорство как источник финансовой поддержки государственных учреждений.....	168
<i>Леонова П. А., Колоскова Н. В.</i> Роль базового и дополнительного капиталов в защитной функции собственных средств банка.....	171
<i>Рубан В. В.</i> Сравнительная оценка инвестиционной привлекательности лидеров банковской сферы России.....	176
<i>Шадрина Д. Д., Чернышева Е. В.</i> Сравнительная характеристика программы долгосрочных сбережений и индивидуального инвестиционного счета	180

МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ, РИСКИ И ТRENДЫ РАЗВИТИЯ

<i>Андрющенко Е. А., Берин В. О., Монзина К. Б.</i> Антикризисный менеджмент в эпоху цифровизации	184
<i>Антошечкина А. В., Васылева-Керян О. В.</i> Управление как основополагающий аспект решения проблем, контроля рисков и реализации трендов развития	188
<i>Бовсуновский Д. Д., Борзенков Д. А.</i> Менеджмент НИРО: факторы активизации вовлечённости обучающихся в научно-исследовательскую деятельность	192
<i>Валеев М. А., Курбанов К. М., Макарова Е. С.</i> Этапы разработки стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга.....	196
<i>Галеева А. В.</i> Реализация муниципальной экологической политики: практические механизмы и методы.....	199

<i>Губайдуллин Ш. Р., Хусаинов Б. Д., Кириллова Л. Г.</i> Кадровый и мотивационный потенциал	203
<i>Камский В. В., Патутина С. Ю.</i> Организационные вопросы внедрения системы управления по ценностям	206
<i>Ким В. А.</i> Маркетплейсы как инструмент антикризисного продвижения товаров: стратегии для малого и среднего бизнеса	211
<i>Кудрявцева А. И., Чистякова В. И.</i> Управление профессиональными рисками при производстве взрывчатых веществ.....	214
<i>Кузьмина Н. С., Протасова Л. Г.</i> Особенности систем менеджмента качества в России и зарубежом.....	221
<i>Лузанов Д. Д.</i> Применение искусственного интеллекта в финансовом управлении: прогнозирование, риск-менеджмент и оптимизация бюджета	224
<i>Попович А. А., Чистякова В. И.</i> Управление деструктивными конфликтами как рисковыми ситуациями.....	228
<i>Рамазанова И. А., Бакаева В. В.</i> Концепция стратегии развития горнорудной компании: разработка структуры	232
<i>Рахматуллин И. Н., Наширванова Я. Ф.</i> Экономическая сущность и причины возникновения рисков	236
<i>Рябинина С. Р.</i> Экономика замкнутого цикла: практические примеры и перспективы развития	241
<i>Утробина Ю. А., Лагутина Е. Е.</i> Анализ факторов риска производственной безопасности на предприятии транспортного машиностроения.....	245
<i>Цыренов А. Э., Галичкин А. А.</i> Организации потребительской кооперации: факторы рисков и направления их минимизации	249
<i>Чайкин А. А.</i> Методология Agile в стратегическом управлении: гибкость как залог успеха	253

ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА

<i>Андреева А. Р., Волкова А. М.</i> «Цифровое рабство» как реальная угроза экономической безопасности России	257
<i>Веселовский А. А.</i> Интеллектуальные технологии для поддержки управленческих решений.....	261
<i>Демидов Н. О., Лихачев В. В.</i> Безопасность при разработке облачных приложений.....	264
<i>Зырянов Я. А., Колдунова И. Д.</i> Нейронет: возможности, риски, перспективы	268
<i>Казанина Д. Д., Кирилов Г. А., Дорофеева Ю. А.</i> Оптимизация меню контрактов: численное моделирование и синтетические данные.....	271

<i>Михайлов Д. Д., Тесля Н. Б.</i> Нейросетевые помощники в образовании.....	274
<i>Павлова В. С., Курбаков М. Ю.</i> Повышение производительности вычисления расстояний между наночастицами для расчёта признаков структурированности их расположения на СЭМ-изображении	278
<i>Рахманина Е. М., Пичугин А. Т., Сапожников А. Н.</i> Обоснование необходимости разработки специализированного программного обеспечения для предприятий зернопродуктового подкомплекса	281
<i>Родичкина Е. С.</i> Проблемы применения машинного обучения в финансовых технологиях	285
<i>Сафроненко Д. И., Черняков М. К.</i> Анализ систем контроля доступа и регистрации посетителей.....	289
<i>Фомина Е. М., Тесля Н. Б.</i> Выбор информационных технологий для автоматизации поликлиники	293
<i>Цепрунов С. К., Салимжанов Р. А., Ключева Е. Г.</i> Разработка цифровой симуляции радиостанции Р-123М для безопасного обмена данными между абонентами	297

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

<i>Зверькова Н. С., Петрова Ю. Д.</i> Хлебобулочные изделия с пряным ингредиентом	300
<i>Кайрашева А. А., Варнавская О. Д., Неборская Н. Г.</i> Разработка рецептур из песочного теста с использованием порошка кизила	303
<i>Калачикова В. А., Коротеева Е. А., Неборская Н. Г.</i> Проблемы качества и совершенствование ассортимента продукции предприятий питания	307
<i>Колмогорова В. М., Занданова Т. Н.</i> Разработка технологии белкового концентрата.....	311
<i>Овчеренко М. А., Миронова А. В., Шеметова Е. Г.</i> Нормативно-правовые требования безопасных технологий при производстве кормов.....	314
<i>Партина А. А.</i> Разработка рецептуры и технологии производства хлебобулочного изделия, обогащенного сырьем растительного происхождения.....	318
<i>Ускова П. Е., Попова Д. И., Варнавская О. Д., Кубышкина С. В.</i> Новая шоколадная глазурь на альтернативной жировой основе	322
<i>Шабунин К. К., Яворская С. А.</i> Организационные положения и инновационные подходы контроля за использованием консервантов при производстве колбасных изделий.....	326

УДК 658.15

**ПРОБЛЕМАТИКА УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА**

Е. А. Артюхова

Научный руководитель: А. Г. Мельник, *старший преподаватель*

Белорусский государственный университет пищевых

и химических технологий

(БГУТ), г. Могилев, Беларусь

lsartuhova@gmail.com

В данной работе выявлены основные проблемы в управлении денежными потоками, с которыми сталкиваются предприятия в условиях современной экономики, и предложены пути их решения. Цель исследования — рассмотреть проблематику управления денежными средствами и предложить пути решения. В статье использовались методы сравнения, обобщения, индукции, статический.

Ключевые слова: денежные средства, денежные потоки, управление денежными потоками, кассовый разрыв.

На современном этапе, характеризующемся неустойчивостью и неопределённостью экономики, регулирование денежных средств хозяйствующих субъектов по различным видам деятельности и поиск оптимальных решений являются ключевыми вопросами.

Согласно Н. Ф. Самсонову, «управление денежными потоками — это акт балансирования доходов бизнеса с расходами бизнеса» [1]. Контроль финансовых ресурсов ориентирован на поддержание постоянного притока средств и рациональное распределение капитала организации с целью оптимального выполнения запланированных задач в каждом временном периоде, что включает разработку стратегий для наиболее эффективной реализации денежных активов.

Посредством управления потоками финансовых ресурсов достигается возможность контроля финансового состояния и положения компании путем значительного сокращения времени полного оборота средств, что ведёт к снижению необходимости в привлечении сторонних финансов.

Несбалансированность денежного потока приводит к образованию дефицита или излишка денежных средств в кассе или на расчётном счёте хозяйствующего субъекта. Дефицит денежных средств негативно влияет на ликвидность и платёжеспособность предприятия:

1) не позволяет вовремя рассчитаться с поставщиками, что впоследствии приводит к просроченной кредиторской задолженности;

2) удлиняется финансовый цикл, что приводит к кассовым разрывам и ухудшению финансового состояния компании;

3) снижается рентабельность использования собственного капитала и активов предприятия, что может затруднить получение инвестиций и кредитов.

Зачастую нехватка оборотных средств на предприятии приводит к неплатёжеспособности и кассовому разрыву.

Кассовый разрыв — временный недостаток денежных средств, необходимых для финансирования наступивших очередных расходов. Возникает в связи с несовпадением сроков поступления денежных средств и их расходования [2]. Это достаточно распространённая ситуация, которая возникает даже у самых успешных и стабильных предприятий.

Причины его появления разнообразны и часто переплетаются между собой, образуя сложную сеть взаимосвязанных факторов. Разберём их подробнее, дополнив классификацию более детальной информацией.

Самой распространённой причиной кассового разрыва является рост объёмов дебиторской задолженности. Даже при стабильном спросе на продукцию или услуги предприятия поступление денежных средств может быть неравномерным. Долгосрочные контракты, предоставление кредитов или отсрочек платежа клиентам — всё это может привести к временной нехватке денежных средств.

Часто появлением временного недостатка денежных средств являются внешние факторы. К ним можно отнести изменение законодательства, геополитические события, природные катаклизмы и пандемии. Расходы, вызванные непредвиденными обстоятельствами, могут полностью разрушить финансовое планирование, мгновенно создав кассовый разрыв.

К числу причин также относится рост себестоимости производства продукции, товаров, работ, услуг, приводя к усилению конкуренции или изменению потребительских предпочтений и создавая кассовый разрыв.

При решении кассового разрыва часто совершают ошибки: берут краткосрочные кредиты, при этом осязаемые результаты от их использования в краткосрочном периоде ощущаются слабо, кроме начисленных процентов, которые и так увеличивают суммы выплат; при предоплате реализацию товара проводят с большими скидками, в итоге чем больше объем реализации у предприятия, тем больше нехватка средств; задерживают выплату заработной платы или её части; перестают оплачивать счета мелким фирмам за выполненные услуги и поставленные товары, что приводит к потере надёжных поставщиков и возникновению судебных исков. Данные методы решения могут привести предприятие к банкротству.

Предлагаем следующие способы управления денежными средствами с целью предотвращения кассовых разрывов для хозяйствующих субъектов:

1. Предоставление отсрочки оплаты товаров, работ, услуг. Отсрочка платежа за сырьё и материалы позволяет временно решить проблему нехватки оборотных средств. Однако следует учитывать, что поставщики зачастую включают в стоимость дополнительную надбавку, компенсируя свои финансовые затраты за предоставление кредита. Кроме того, длительность отсрочки платежа зависит от установленной поставщиком кредитной политики и деловой репутации покупателя.

2. Сокращение периода оборота дебиторской задолженности. Компания может стимулировать своих заказчиков досрочно возвращать долги, предоставляя дополнительные скидки в случае предоплаты. Однако важно тщательно рассчитать размер скидки, чтобы она не приводила к существенным потерям прибыли.

3. Факторинг. Преимущества данного метода заключаются в быстром получении средств и снижении административной нагрузки по управлению дебиторской задолженностью.

4. Изъятие средств из оборота. Продажа или аренда неиспользуемых активов поможет обеспечить приток денежных средств.

5. Прогнозирование денежных потоков. Это ключевой инструмент предотвращения кассовых разрывов. Точное прогнозирование денежных средств позволяет заранее определить потенциальные периоды дефицита и своевременно принять меры по их предотвращению.

Таким образом, привлечение долгосрочных финансовых кредитов, сокращение постоянных затрат, использование факторинга или продажа (сдача в аренду) неиспользуемых активов обеспечит предприятию дополнительный приток денежных средств. Однако следует отметить, что не существует универсального решения проблемы кассовых разрывов. Выбор оптимального подхода будет зависеть от конкретной ситуации, размера предприятия, отрасли и других факторов.

Вывод: управление денежными потоками предприятия — важный компонент общей системы управления финансовой деятельностью, а также инструмент, посредством которого возможно достичь основной цели любого предприятия — максимизации получаемой прибыли. Поэтому концептуальные основы и методологии управления денежными потоками на предприятии должны быть усовершенствованы и скорректированы с учетом экономического положения в Республике Беларусь с целью финансового и стратегического развития предприятия в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Самсонов, Н. Ф. Управление финансами / Н. Ф. Самсонов. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 825 с.
2. Гонтмахер, Е. Российская модернизация: институциональные ловушки и цивилизационные ориентиры / Е. Гонтмахер // Мировая экономика и международные отношения. — 2010. — № 10. — С. 3–11.

**МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
ДЛЯ ОЦЕНКИ ТЕКУЩЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
В ЦЕЛЯХ ПОДДЕРЖАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

Е. О. Бакарасов

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В статье рассматриваются прикладные аспекты методики конкурентоспособности кооперативного сектора экономики России. Преимуществами методики являются универсальность, заключающаяся в ее применимости для любого типа кооперативов, и направленность на отраслевые социально-экономические особенности функционирования кооперации РФ.

Ключевые слова: методика конкурентоспособности, кооперативный сектор экономики, стратегии эффективности, КФУ и SPACE-анализ.

Конкурентоспособность кооперативного сектора экономики России (КСЭ) выступает ключевым фактором успешной деятельности и устойчивой позиции на потребительском рынке. В условиях экономических санкций западных стран в отношении России, необходимости импортозамещения, модернизации отечественного производства и трансформации бизнес-среды возрастает значимость оценки текущей конкурентоспособности для поддержания эффективности КСЭ.

Цель научной статьи — проведение и оценка прикладных аспектов методики конкурентоспособности КСЭ, выделяя ее отраслевые особенности, особенности потребительского рынка и общих мировых тенденций с использованием интегрированного матричного подхода SPACE-анализа и КФУ, включающих разработку матрицы стратегий эффективности [1].

Методы и инструменты исследования: стратегический анализ, SPACE-анализ, КФУ-анализ.

Теоретическая значимость научного исследования. Для выявления стратегий эффективности КСЭ был применен стратегический анализ, который позволил оценить силу взаимосвязи и взаимозависимости факторов устойчивого развития в новых экономических условиях; на их основе определены стратегии эффективности. На основе экспертной оценки 30 стратегических позиций проведена оценка стратегий эффективности для поддержания конкурентоспособности отечественного КСЭ [2].

Практическая значимость научного исследования. Большинство концептуальных и методических подходов к оценке уровня конкурентоспособности КСЭ трактует ее как способность в настоящем времени и в будущем (т. е. в контексте времени) удовлетворять потребности потребителей, удерживая при этом устойчивый уровень конкурентоспособности путем поддержания и усиления лидирующих позиций на рынке потребителей, на рынке труда

(привлечение лучших кадров в отрасли, регионе), на рынке капитала (привлечение инвестиций), на рынке поставщиков (налаживание партнерских отношений с компаниями).

Стандартно конкурентоспособность оценивают по следующим позициям (рисунок):

– *период времени* (настоящий или будущий);

– *заинтересованные субъекты* (собственники и/или менеджеры организации, партнеры, покупатели, поставщики, органы власти и управления, население и общество в целом);

– *результаты действий предприятия* (увеличение доли рынка, рост объемов прибыли, повышение рыночной капитализации предприятия и др.);

– *формы и сферы конкуренции* (ценовая/неценовая; различные рынки: товаров и услуг, труда, капитала, поставщиков, природных ресурсов и т.п.).

Стандартная оценка конкурентоспособности предприятия

Мы рассматриваем конкурентоспособность КСЭ как совокупную характеристику и оценку стратегических позиций, сочетающую множество показателей и определяющую положение на текущих и потенциальных рынках. На основе методического подхода SPACE-анализа разработана методика и матрица анализа стратегий эффективности КСЭ с учетом стратегических позиций. Выделенные стратегии эффективности (СЭ) объединены в четыре группы по источникам развития, направленным на технологическое конкурентное превосходство, финансовый потенциал, рыночную стабильность и производственный потенциал КСЭ РФ.

Сгруппированные стратегии эффективности были подвергнуты количественной оценке с помощью экспертного метода. Оценка проведена по состоянию на 01.01.2025 г. с учетом «Отчета о результатах финансово-хозяйственной деятельности» Центросоюза РФ и тенденций мирового развития [3]. На основе количественной оценки составлена матрица, позволяющая отразить проблемные стратегические позиции КСЭ РФ и построить вектор развития в рамках выбранных стратегий эффективности.

Каждая из стратегий эффективности оценена по 5-балльной шкале, где 0 — самый низкий балл; 5 — самый высокий балл оценки. Приведем итоговые значения по группам для КСЭ РФ.

Итоговое значение по группе СЭ, определяющих технологическое конкурентное превосходство КСЭ = 1,63.

Итоговое значение по группе СЭ, определяющих финансовый потенциал КСЭ = 2,71.

Итоговое значение по группе СЭ, определяющих рыночную стабильность КСЭ = 3,22.

Итоговое значение по группе СЭ, определяющих производственный потенциал КСЭ = 2,5.

Графическая интерпретация результатов матрицы Стратегий эффективности для отечественного КСЭ представлена в виде «Прямоугольника стратегий эффективности». Основные стратегические позиции в целом распределены равномерно с ослаблением позиции по группе стратегий эффективности, составляющих технологическое конкурентное превосходство, что выступает самой проблемной позицией для сектора.

Построен вектор стратегического развития отечественного КСЭ.

Конец вектора для текущей ситуации расположен в точке с координатами:

$$X = [\text{СЭПП}]_{\text{КСЭ}} + [\text{СЭТКП}]_{\text{КСЭ}} = 2,5 + (-1,63) = 0,87$$
$$Y = [\text{СЭФП}]_{\text{КСЭ}} + [\text{СЭРС}]_{\text{КСЭ}} = 2,71 + (-3,22) = -0,51$$

Первоочередные стратегические действия должны быть сосредоточены в блоке, определяющем технологическое конкурентное превосходство КСЭ РФ. Для решения задачи повышения конкурентоспособности КСЭ РФ важно разработать инструментарий прогнозирования развития, учитывающий специфику деятельности кооперативных организаций, а также современные условия функционирования мировой экономики. В настоящий момент недостаточно проводить только анализ продуктовой конкурентоспособности, необходим комплексный подход, охватывающий всю деятельность КСЭ РФ [4].

Выводы и рекомендации. В результате проведенного исследования выявлено, что для повышения конкурентоспособности кооперативного сектора национальной экономики первоочередные стратегические действия должны быть сосредоточены в блоке, определяющем технологическое конкурентное превосходство. Требуется комплексный подход всей деятельности КСЭ РФ, что позволит осуществить более достоверные оценку и прогноз стратегических позиций внешней и внутренней бизнес-среды. Следовательно, принимаемые управленческие решения в области повышения уровня конкурентоспособности КСЭ будут корректнее и более успешны.

Список литературы

1. Участники Клуба «РАЙПО» изучили успешные кооперативные практики новогоднего маркетинга [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.nops.ru/news.html?id=2388> (дата обращения: 20.01.2025).
2. Мороз, О. Н. Механизм экономической трансформации потребительской кооперации России в условиях интеграционных процессов / О. Н. Мороз, С. Е. Максимова, Е. О. Бакарасов // Экономика XXI века : сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 7–8 декабря 2023 года. — Новосибирск : Сибирский университет потребительской кооперации, 2023. — С. 183–188.

3. Центросоюз РФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://https://rus.coop/> (дата обращения: 20.01.2025).
4. Макарова, Н. С. Современные маркетинговые технологии в глобальной экономике / Н. С. Макарова, О. Н. Мороз // Экономико-правовые перспективы развития общества, государства и потребительской кооперации : сборник научных статей III международной научно-практической интернет-конференции, Гомель, 31 марта 2021 года. — Гомель : УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2021. — С. 173 – 176.

СТРАТЕГИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПОСРЕДСТВОМ МОДЕЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ НОВОСИБИРСКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА

Е. О. Бакарасов, С. Е. Максимова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В статье рассмотрены прикладные аспекты стратегии источников финансирования и оптимизации оборотных активов посредством моделирования финансовой отчетности для Новосибирского областного союза потребительских обществ. Цель оптимизации экономической деятельности исследуемой организации — найти способы максимального улучшения финансовых коэффициентов, принимая во внимание параметры стратегии финансирования оборотных активов.

Ключевые слова: политика финансирования, оптимизация оборотных активов, стратегии финансирования, областной союз потребительских обществ, моделирование бухгалтерского баланса.

Актуальность исследования. Работа по повышению эффективности использования оборотных активов должна осуществляться руководством хозяйствующего субъекта постоянно.

Цель финансовой оптимизации экономической деятельности исследуемой организации — найти способы максимального улучшения финансовых коэффициентов, принимая во внимание параметры стратегии финансирования оборотных активов [2].

Методы и инструменты исследования. Сравнительно-коэффициентный и динамический анализ, моделирование и прогнозная оценка показателей финансовой (бухгалтерской) отчетности объекта наблюдения за 2022 г. и 2025 г.

Теоретическая значимость научного исследования. Оценивая текущую стратегию источников финансирования оборотных активов для Новосибирского областного союза потребительских обществ, становится понятно, что запасы организации потребительской кооперации обеспечиваются величиной собственного оборотного капитала и долгосрочными заемными средствами. В связи с такой ситуацией для исследуемой организации становится характерным компромиссный, или умеренный тип стратегии финансирования оборотных активов. В процессе перспективного развития организации подобная модель источников финансирования оборотных активов обеспечит приемлемый уровень финансовой устойчивости и запаса прочности [1].

Практическая значимость научного исследования. В целях устранения проблем, выявленных в ходе проведения финансового анализа Новосибирского областного союза потребительских обществ, необходимо предложить мероприятия, связанные с оптимизацией оборотных активов посредством применения

бухгалтерского баланса с точки зрения платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости на 2025 год.

При разработке стратегии финансирования и оптимизации оборотных активов для Новосибирского областного союза потребительских обществ на 2025 год приняты во внимание аспекты законодательного и нормативно-правового обеспечения, связанные с вопросами источников финансирования деятельности хозяйствующего субъекта:

- «О социальном партнерстве в Новосибирской области»: Закон Новосибирской области от 19.12.1997 № 89-ОЗ;

- Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2021 – 2023 годы;

- Региональное соглашение между областным объединением организаций профсоюзов, областными объединениями работодателей и Правительством Новосибирской области на 2023 – 2025 годы от 30.11.2022 г. № 21.

В процессе моделирования показателей финансовой отчетности для Новосибирского областного союза потребительских обществ проведен динамический анализ за последние три года по каждой статье бухгалтерского баланса. На основании результата оценки приняты управленческие решения по улучшению ключевых коэффициентов (табл. 1) [2].

Таблица 1

Динамический анализ-прогноз финансовых показателей бухгалтерского баланса после оптимизации оборотных активов для Новосибирского областного союза потребительских обществ

Показатели	2022 г.	2025 г. прогноз	Темп прироста, % 2025/2022 гг.
АКТИВ			
Основные средства	52 350	60 949	116,43
Финансовые вложения	9 362	13 484	144,03
Прочие внеоборотные активы	470	470	100,00
Итого	62 182	74 903	120,46
Запасы	270	11 090	4107,41
Дебиторская задолженность	4 702	2 894	61,55
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	19 500	28 084	144,02
Денежные средства и денежные эквиваленты	2 344	2 961	126,32
Прочие оборотные активы	6 558	6 558	100,00
Итого	33 374	51 587	154,57
Баланс	95 556	126 490	132,37
ПАССИВ			
Добавочный капитал (без переоценки)	45 346	45 346	100,00
Нераспределенная прибыль	39 793	51 369	129,09

Окончание табл. 1

Показатели	2022 г.	2025 г. прогноз	Темп прироста, % 2025/2022 гт.
Итого	85 139	96 715	113,60
Заемные средства	3 794	3 731	98,34
Кредиторская задолженность	6 623	26 044	393,24
Итого	10 417	29 775	285,83
Баланс	95 556	126 490	132,37

Коэффициентный анализ-прогноз показателей ликвидности и финансовой устойчивости для Новосибирского областного союза потребительских обществ за 2022 г. и прогнозный 2025 г. представлен в табл. 2.

Таблица 2

**Коэффициентный анализ-прогноз показателей ликвидности
и финансовой устойчивости для Новосибирского областного союза
потребительских обществ за 2022 год и прогнозный 2025 г.**

Наименование показателя	2022 г.	2025 г. прогноз	Нормативное значение
Показатели ликвидности, %			
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	2,097	0,9	0,5
2. Коэффициент быстрой ликвидности	2,548	1	1
3. Коэффициент текущей ликвидности	3,204	1,22	1,5–2
Показатели финансовой устойчивости, %			
1. Коэффициент оборачиваемости запасов	522,34	8	8
2. Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,891	0,76	0,5–0,7
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,688	0,42	0,5
4. Коэффициент финансовой устойчивости	0,89	0,76	0,8–0,9
5. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,27	0,23	0,2–0,5

Выводы и рекомендации. В результате проведения оптимизации оборотных активов посредством бухгалтерского баланса для Новосибирского областного союза потребительских обществ на 2025 г. во внимание были приняты следующие решения, направленные на увеличение [3, 4]:

1) кредиторской задолженности в целях приведения к нормативному значению коэффициентов абсолютной, быстрой и текущей ликвидности;

2) товарных запасов в целях эффективного использования денежных средств от кредиторской задолженности, тем самым положительно регулируя коэффициент оборачиваемости запасов, превышающий норматив более чем в 65 раз;

3) нераспределенной прибыли с целью повышения уровня финансовых вложений от долевого участия объекта наблюдения в других организациях.

Система предложенных решений по оптимизации оборотных активов как эффективного источника финансирования несомненно даст положительный результат при использовании оборотных активов организации потребительской кооперации в перспективе.

Список литературы

1. Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2021–2023 годы [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/> (дата обращения: 20.02.2025).
2. Новосибирский облпотребсоюз: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.nops.ru/structure.html> (дата обращения: 14.02.2025).
3. Региональное соглашение между областным объединением организаций профсоюзов, областными объединениями работодателей и Правительством Новосибирской области на 2023–2025 годы от 30.11.2022 г. № 21 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89402.html> (дата обращения: 20.02.2025).
4. О социальном партнерстве в Новосибирской области : Закон Новосибирской области от 19.12.1997 № 89-ОЗ [Электронный ресурс]. — URL: <https://base.garant.ru/> (дата обращения: 20.02.2025).

РЫНОК ГОРНОРУДНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ДОБЫЧИ МЕДИ

В. В. Бендик, *обучающийся*, Г. С. Каренова, *д-р экон. наук, профессор*,
И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),

г. Новосибирск, Россия

Кокшетауский университет им. Абая Мырзахметова

(КУ им. А. Мырзахметова),

г. Кокшетау, Казахстан

882708@mail.ru

В статье анализируется объем добычи меди и медного концентрата в горнорудной промышленности Казахстана, дается обзор действующим рудникам. В процессе исследования были применены общенаучные методы эмпирического исследования — наблюдение, описание, а также общелогические методы и приемы исследования — обобщение, индукция и дедукция, системный подход. Основная цель исследования — исследовать и проанализировать рынок горнорудной промышленности Казахстана как важную часть экспортной политики страны.

Ключевые слова: горнодобывающая промышленность, добыча меди и медного концентрата, рудники.

Медь в горнодобывающей промышленности — важный рудный металл, добыча которого является значительной частью отрасли с высоким экспортным потенциалом. Медь используется в различных процессах, начиная от извлечения из руды и заканчивая переработкой и производством готовых изделий. В настоящее время медь широко применяется в различных отраслях: в таких, как строительство, высокотехнологичные производства, автомобильная промышленность и машиностроение, в развитии ветровых и фотоэлектрических энергетических систем.

Медь является экспортным товаром для Казахстана, принося доходы в государственный бюджет. Казахстан обладает значительными запасами меди, можно выделить Карагандинскую и Восточно-Казахстанскую области, где расположена большая часть месторождений.

Страна занимает 12-е место по объему добычи [1] среди мировых производителей, что обеспечивает потенциал для дальнейшего роста добычи и экспорта. Реализация меди выступает вторым по значимости источником для формирования ВВП страны, уступая только нефти. Казахстан является крупным поставщиком меди для таких стран, как Китай, Турция, ОАЭ и др.

В этой связи особенно актуальным является вопрос перманентной оценки рынка добычи меди для покрытия собственных производственных нужд страны, а также для реализации на внешнем рынке в целях обеспечения пополнения государственного бюджета и, как следствие, укрепления экономической безопасности Казахстана.

Объем добычи медных руд в Казахстане за январь — декабрь 2024 г. составил 160,2 млн тонн. В сравнении с 2023 г. это на 7,4 % больше, чем за 2023 г. в 149,2 млн тонн (рис. 1).

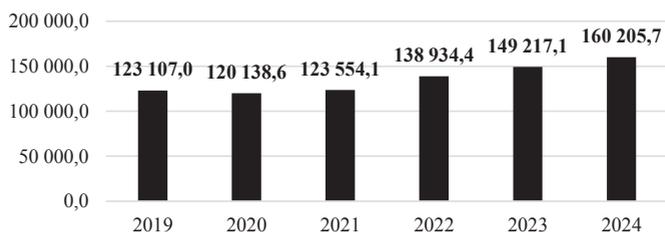


Рис. 1. Данные по добыче медной руды за 2019–2024 гг., тыс. тонн
 Источник: Бюро национальной статистики АСПиР Республики Казахстан [2]

Объем добычи меди в медном концентрате за 2024 г. составил 567,2 тыс. тонн, что на 2,1 % меньше, чем за январь — декабрь 2023 года. Содержание меди в медном концентрате — от 8 % до 35 % (рис. 2).

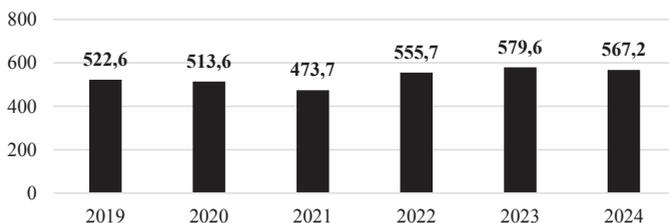


Рис. 2. Объем добычи меди в медном концентрате за 2019–2024 гг., тыс. тонн
 Источник: Бюро национальной статистики АСПиР Республики Казахстан [2]

Среди казахстанских экспортеров меди известны такие компании, как ТОО «Карагандинский завод цветного проката и стали», ТОО «Казцинк», ТОО «Корпорация Казахмыс», АО «УМЗ», АО «ЗОЦМ», ТОО «Азияметком», ТОО «Капитал-Кастинг», ТОО «Караван Ресорсиз ЛТД», ТОО «Кастинг», ТОО «Медная компания Коунрад», ТОО «ГРК МЛД», ТОО «Kaz Minerals Aktogay», ТОО «Kazferro», ТОО «Sary-Arka Cooper Processing» и др.

Доля Казахстана на мировом рынке меди составляет почти 4 %. Мировой годовой спрос на медь ежегодно увеличивается и ожидается, что к 2050 году составит до 36–40 млн тонн.

Согласно базе данных GlobalData, в Казахстане эксплуатируется 24 медных рудника. Среди крупных медных рудников по объему производства можно выделить Актогай, Жезказганский рудник, рудник Бозшаколь, шахту 50 лет Октября, рудник Нурказган. Проведем оценку добычи меди крупнейшими рудниками Казахстана (рис. 3).

Актогай — это крупнейший рудник, где добывается оксидная и сульфидная медная руда. Рудник расположен на юго-востоке Казахстана. В месяц добывается около 9 млн тонн горной массы, в год — 97–98 млн тонн [3]. В первом полугодии 2024 года объем производства меди на руднике Актогай составил 113,9 тыс. тонн. Этот показатель был на 10 % ниже по сравнению с первым полугодием 2023 года (126,6 тыс. тонн). Снижение объема производства было обусловлено снижением содержания меди в переработанной руде.



Рис. 3. Крупнейшие действующие медные рудники Казахстана

Жезказганский рудник — месторождение медной руды, расположенное в Карагандинской области. Разработка Жезказганского месторождения ведется уже более 90 лет четырьмя подземными рудниками (ВЖР, ЗЖР, ЮЖР, «Степной») и одним рудником открытых горных работ (СЖР). Производительность действующих рудников составляет 18,0–19,0 млн тонн руды в год, и весь объем добытой руды обогащается на производственных мощностях Жезказганской ОФ-1,2 и Сатпаевской ОФ-3. Переработка медного концентрата производится на Жезказганском медеплавильном заводе. Рудник Жезказган принадлежит группе компаний «Казахмыс Холдинг» [4].

Рудник открытого типа Бозшаколь расположен в Павлодарской области, он состоит из двух карьеров. Производство началось с февраля 2016 года. В 2024 году на руднике объем производства меди вырос на 6 % по сравнению с первым полугодием 2023 года и составил 53,4 тыс. тонн за счет увеличения производительности переработки руды и повышения содержания в переработанной каолинизированной руде.

Месторождение «50 лет Октября» — одно из крупнейших медно-колчеданных месторождений в Казахстане. Находится оно в Актюбинской области. Добыча меди на месторождении осуществляется ТОО «Коппер Текнолоджи».

Месторождение Нурказган расположено в Карагандинской области недалеко от г. Темиртау, принадлежит группе компаний «Kazakhmys Holding Group», представляет собой открытый и подземный рудники. В 2023 году на нем было добыто 25,15 тыс. тонн меди.

На сегодняшний день спрос на медь продолжает активно расти. Это происходит потому, что развитие высоких технологий с применением меди идет быстрыми темпами [5]. Горнодобывающая промышленность в Казахстане активно развивается, создается качественная продукция, за счет чего надежно укрепляются позиции на международном уровне и увеличиваются доходы бюджета. Точками роста на текущий момент можно определить инновации в горнодобывающее оборудование, адаптация новейших технологий добычи и переработки, применение искусственного интеллекта и интернета вещей.

Список литературы

1. Мировой рынок меди [Электронный ресурс]. — URL: <https://repost.press/news/mirovoj-gynok-medi?ysclid=m71taca82f300097836> (дата обращения: 12.02.2025).
2. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. — URL: <https://stat.gov.kz/ru/> (дата обращения: 13.02.2025).
3. KAZ Minerals Aktogay — пример производства мирового уровня [Электронный ресурс]. — URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kaz-minerals-aktogay-primer-proizvodstva-mirovogo-urovnya-537380/ (дата обращения: 13.02.2025).
4. Кенжалиев, Б. К. Инновационные методы переработки медных руд в Казахстане: комплексный подход к повышению эффективности извлечения ценных компонентов / Б. К. Кенжалиев, А. К. Койжанова, Т. А. Чепуштанова [и др.] // Известия Национальной академии наук Республики Казахстан. — 2024. — Т. 3, № 460. — С. 124–136.
5. Каренов, Р. С. Горнодобывающий сектор экономики Казахстана в условиях индустриально-инновационных преобразований / Р. С. Каренов. — Караганда, 2016. — 375 с.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ТРУБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Е. Р. Бирюкова

Научный руководитель: Т. И. Арбенина, *канд. экон. наук, доцент*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
ekaterina.biryukova04@mail.ru

Работа посвящена оценке влияния внешних факторов макросреды на предприятие трубной промышленности. Автором предложены ответные реакции организации для преодоления вызовов и использования положительного влияния рассмотренных факторов.

Ключевые слова: факторы макросреды, PEST-анализ, малое предприятие.

Каждая организация, независимо от размера и вида деятельности, подвергается воздействию неподконтрольных факторов, оказывающих как положительное, так и отрицательное влияние. Воздействие внешних макрофакторов зачастую представляет собой угрозу для конкурентоспособности организации. Малым предприятиям по производству труб и трубной продукции необходимо на регулярной основе проводить оценку их влияния, разрабатывать стратегии, позволяющие использовать благоприятные обстоятельства для своего развития и предотвращать или минимизировать воздействия отрицательного характера.

Цель данной работы — оценка влияния факторов макросреды на деятельность малого предприятия трубной промышленности и разработка вариантов ответных мер по их использованию или преодолению.

Методом PEST-анализа выявлены факторы внешней макросреды [1], влияющие на малое предприятие, выпускающее трубную продукцию (таблица) [2–4].

PEST-анализ факторов внешней макросреды

Политико-правовые факторы	Экономические факторы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Усиление политики импортозамещения. 2. Развитие сотрудничества с новыми странами. 3. Прекращение отношений с рядом государств. 4. Смена приоритетных направлений развития страны. 5. Ужесточение государственных стандартов качества. 6. Усиление требований в области экологической безопасности. 7. Появление новых государственных программ поддержки отдельных отраслей промышленности и малого бизнеса. 8. Включение новых территорий в состав Российской Федерации 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост цен на сырье. 2. Инфляция. 3. Укрепление национальной валюты РФ — российского рубля. 4. Нестабильная экономическая ситуация в стране и в мире. 5. Рост цен на энергоресурсы. 6. Рост ключевой ставки ЦБ РФ. 7. Высокие ставки процентов по кредитам. 8. Снижение уровня безработицы. 9. Усиление поддержки отечественного производства. 10. Рост спроса на трубную продукцию в связи с развитием отраслей строительства, энергетики, ЖКХ, нефтяной отрасли и других

Социокультурные факторы	Технологические факторы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменение потребительских предпочтений. 2. Включение новых территорий в состав Российской Федерации. 3. Кадровый дефицит рабочих специальностей. 4. Реализация национальных проектов, направленных на подготовку квалифицированных кадров рабочих специальностей. 5. Развитие государственных программ содействия занятости населения 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие природных ресурсов в достаточных объемах. 2. Удаленность месторождений. 3. Внедрение новейших технологий. 4. Появление новых материалов. 5. Повсеместное внедрение систем автоматизации и цифровизации. 6. Рост затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). 7. Появление современного оборудования с более совершенными техническими характеристиками

По результатам проведенного анализа автором разработаны варианты регулирования на рассмотренные факторы макросреды для ООО «Магистраль», которое занято производством стальных труб, полых профилей и фитингов.

Усиление политики импортозамещения, переориентация на продукцию отечественных производителей создает благоприятные условия для роста спроса на продукцию компании. Государство разрабатывает меры поддержки отечественных производителей приоритетных отраслей, что тоже является фактором, оказывающим положительное воздействие. Компания может обратить внимание на существующие государственные программы, оценить возможность участия в них.

Нестабильность политической и экономической ситуации в стране и в мире, с одной стороны, негативно сказывается на ведении деятельности в силу возникновения ситуаций неопределенности. С другой стороны, может принести определенную выгоду за счет появления новых дружественных стран, присоединения новых территорий: это означает возможность расширения существующих рынков сбыта и выхода на новые. Необходимо провести анализ специфики нишевых рынков, их потребности в трубной продукции.

Ужесточение государственных стандартов качества и требований в области экологической безопасности скорее имеет положительное влияние. Это возможность доказать, что продукция высококачественная, а производство не наносит значительного вреда окружающей среде. Организации необходимо постоянно оценивать качество выпускаемой продукции, контролировать работу отдела технического контроля. В случае, если новые стандарты качества будут включать в себя новые аспекты, организации следует заранее предусмотреть возможность инвестирования в модернизацию производства для удовлетворения повышенных требований.

Экономические факторы, такие как рост цен на сырье и энергоресурсы, инфляция повышают себестоимость продукции. Влияние этих факторов требует рассмотрения возможности оптимизации затрат, снижения себестоимости посредством внедрения новых технологий и совершенствования бизнес-процессов.

Следует изучить предложения ранее неизвестных организации поставщиков, так как на рынке происходит переориентация, появляются возможности закупать сырье на новоприсоединенных территориях.

Инфляция, рост ключевой ставки ЦБ РФ и высокие ставки процентов по кредитам — все это приводит к удорожанию привлечения инвестиций и финансирования деятельности ООО «Магистраль». Важно разработать адаптивную стратегию развития, учитывающую возможные финансовые риски и непредвиденные расходы, что позволит оптимизировать финансовую политику.

Социокультурные факторы также имеют влияние на функционирование организации. Так, например, сегодня многие отрасли, включая металлургию, испытывают кадровый голод. Решением проблемы может стать внедрение новых технологий и совершенствование бизнес-процессов на основе автоматизации, повышения эффективности, а также участие в реализации национальных проектов, направленных на подготовку квалифицированных кадров. Необходимо разработать собственные программы по привлечению кадров, по созданию благоприятных условий и формированию лояльности. Дополнительные расходы в будущем принесут выгоду в виде укомплектованного штата сотрудников и отсутствия простоев из-за нехватки сотрудников.

Влияние внешних технологических факторов нельзя недооценивать. Появление инновационных технологий, материалов, высокотехнологичного оборудования, влияние систем автоматизации и цифровизации и их повсеместное внедрение открывает ООО «Магистраль» дополнительные возможности для улучшения качества продукции, повышения эффективности производства, расширения ассортимента. Это позволит сформировать конкурентные преимущества, занять более выгодные позиции в целевых сегментах рынка. Следование за тенденциями развития технологий — важное направление развития компании, требующее внимания и быстрого принятия решений. Организации и самой немаловажно инвестировать капитал в развитие НИОКР и модернизацию оборудования.

Нельзя не отметить наличие природных ресурсов в достаточных объемах и расположение месторождений. Именно это является основополагающим фактором возможности ведения деятельности в данной отрасли.

Таким образом, ООО «Магистраль» необходимо сосредоточиться на следующих направлениях формирования стратегии: импортозамещение, нишевые рынки, финансовая устойчивость, контроль качества, оптимизация затрат, управление персоналом, внедрение инноваций. Регулярный мониторинг PEST-факторов и своевременная адаптация к ним являются ключевыми параметрами успеха ООО «Магистраль» в условиях динамичной внешней среды.

Список литературы

1. Голицова, Н. Н. Стратегический менеджмент: учебно-практическое пособие / Н. Н. Голицова. — Санкт-Петербург : ВШТЭ СПбГУПТД, 2016. — 49 с.

2. Колбасин, А. В. Состояние и перспективы развития трубной промышленности России / А. В. Колбасин, Е. П. Гармашова // Экономика, предпринимательство и право. — 2023. — Т. 13, № 7. — С. 2189–2204. — DOI 10.18334/err.13.7.117873.
3. Рябков, И. Л. Влияние внешних факторов на деятельность предприятий черной металлургии / И. Л. Рябков, Н. Н. Яшалова // *Baikal Research Journal*. — 2020. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshnih-faktorov-na-deyatelnost-predpriyatij-chnoy-metallurgii> (дата обращения: 10.02.2025).
4. ЧЗТ Магистраль — детали трубопровода по низким ценам от производителя в Челябинске // Челябинский завод трубодеталей «Магистраль» [Электронный ресурс]. — URL: <https://magistral74.ru/> (дата обращения: 08.02.2025).

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Г. И. Есжанова

Научный руководитель: И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
gulia_erg@mail.ru

В статье анализируется роль конкуренции и методика формирования конкурентной стратегии коммерческих организаций в современных экономических условиях; проведена группировка, систематизация и описание базовых элементов формирования стратегии конкурентоспособности предприятия; применены методы описания, обобщения, индукции и дедукции, системный подход. Основная цель исследования — выявить ключевые факторы успеха и риски применяемых методик формирования конкурентной стратегии коммерческих организаций для укрепления положения на рынке и повышения уровня доходности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентная стратегия, модель Портера.

В современной экономике все большую актуальность приобретают вопросы, затрагивающие проблему повышения уровня конкурентоспособности современного предприятия. Управление данным процессом предполагает учет и влияние на деятельность предприятия всех заинтересованных участников. В современных условиях конкурентоспособность выступает одним из центральных понятий как в научных трудах, так и при стратегическом планировании деятельности предприятий. Эффективность деятельности предприятия зависит от его способности выдерживать конкуренцию других участников данного рынка.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой комплексную характеристику субъекта хозяйствования в течение определенного периода времени на конкретном рынке, отражает превосходство над конкурентами по ряду показателей (финансово-экономических, маркетинговых, производственно-технологических, кадровых и экологических), а также способность организации к бескризисному функционированию и современной адаптации к изменяющимся условиям внешней среды [1].

Подходы к управлению предприятием, инициативы для привлечения потребителей, ведение конкурентной борьбы, управление конкурентной позицией предприятия — это позиции, которые освещают в конкурентной стратегии предприятия. Конкурентная стратегия — это определенный набор подходов к деятельности предприятия и инициативы, используемые для привлечения потребителей, ведения конкурентной борьбы и управления своей позицией на конкурентном рынке.

При выборе той или иной конкурентной стратегии предприятие ориентируется на три фактора:

— конкурентная позиция предприятия (предприятие определяет для себя, является ли оно лидером рынка, претендентом на лидерство и т. п.);

— стратегическая задача (предприятие стремится к доминирующему положению на конкурентном рынке и рассчитывает со временем занять выгодную прибыльную нишу);

— рыночная ситуация (определение этапа жизненного цикла предприятия, находится ли оно на раннем этапе или на последних фазах) [3].

Формирование стратегии конкурентоспособности предприятия включает несколько ключевых элементов (рис. 1).



Рис. 1. Базовые элементы формирования стратегии конкурентоспособности предприятия
Примечание: составлено автором по [1], [3]

Элементы на рис. 1 взаимодействуют друг с другом и требуют комплексного подхода для построения успешной стратегии конкурентоспособности.

Теория и практика современного менеджмента выработала множество методических подходов к оценке конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Выбор конкретной методики зависит от специфики деятельности организации, доступности информации о деятельности конкурентов, качества обратной связи с потребителями, наличия установленных в качестве ориентиров показателей конкурентоспособности и многих других [2]. Американский экономист М. Портер выделил 4 базовые модели для успеха стратегии достижения конкурентного преимущества, являющиеся взаимодополняемыми (рис. 2).



Рис. 2. Ключевые факторы успеха и риски стратегий достижения конкурентного преимущества

Примечание: составлено автором по [1]

Выбор конкурентной стратегии зависит от множества факторов, включая размер и структуру рынка, ресурсы и возможности компании, а также ее конкурентные преимущества. Важно постоянно отслеживать рынок и корректировать стратегию в соответствии с меняющимися условиями.

Список литературы

1. Отварухина, Н. С. Управление конкурентоспособностью / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Юрайт, 2019. — 336 с.
2. Белицкая, О. В. Методы оценки конкурентоспособности организаций социально-культурной сферы / О. В. Белицкая, И. Н. Шамрай, Л. Н. Кондратьева // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — № 28 (2). — С. 59–65.
3. Кутин, М. В. Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии / М. В. Кутин, Л. Г. Джинджолия // Сфера услуг: инновации и качество. — 2020. — № 50. — С. 69–79.

УГРОЗЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОМПАНИИ: ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОЦЕНКА, МЕРЫ СНИЖЕНИЯ

А. А. Карпова, *обучающийся*, И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
sashke_1997@mail.ru

В статье приведена систематизация основных угроз финансовой безопасности компании для целей обеспечения её эффективного функционирования. В процессе исследования были применены монографический метод, описание, обобщение, дедукция, системный подход. Основная цель исследования — систематизация основных угроз финансовой безопасности компании и методологии её оценки.

Ключевые слова: финансовая безопасность, угрозы финансовой безопасности, оценка финансовой безопасности.

В современных условиях хозяйствования с высокой степенью неопределенности, связанных с затяжным санкционным режимом против России, высокими темпами инфляции, значительным ростом ключевой ставки, последствиями экономического спада в период пандемии COVID-19 и специальной военной операции России, каждый хозяйствующий субъект стремится к обеспечению продолжительного и максимально эффективного функционирования в настоящем и достижению стратегически важных преимуществ в будущем, т. е. к обеспечению финансовой безопасности компании.

Главной целью финансовой безопасности компании являются сохранение её устойчивого роста, обеспечение положительных финансовых результатов, наличие и поддержание эффективности всей системы управления компанией, что обеспечивает её защиту от внешних и внутренних угроз как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах [1, 2].

Топ-менеджмент каждой компании независимо от её величины должен перманентно отслеживать угрозы финансовой безопасности для обеспечения эффективного функционирования и развития.

Систематизация угроз финансовой безопасности компании приведена авторами с позиции выделения главного и приоритетных финансовых интересов (рисунок).



Систематизация основных угроз финансовой безопасности компании

В целях обеспечения устойчивого развития хозяйствующих субъектов учеными-практиками разработан целый ряд универсальных методик оценки финансовой безопасности современной компании. Среди них можно выделить:

1. Расчет относительных показателей финансовой устойчивости.
2. Оценка возможного ущерба от существующих угроз.
3. Индикаторный метод, основанный на определении пороговых значений ключевых показателей и их последующим сравнением с фактическими в динамике.
4. Расчет с использованием интегральных показателей.

В настоящий момент наиболее универсальным и эффективным методом оценки финансовой безопасности компании считается индикаторный метод.

Рейтинговая оценка уровня финансовой безопасности компании заключается в использовании базовых показателей рентабельности, ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости и деловой активности [3] (таблица).

Методика рейтинговой оценки уровня финансовой безопасности предприятия [3]

Наименование показателя	Высокий уровень фин. безопасности	Средний уровень фин. безопасности	Низкий уровень фин. безопасности
1. Коэффициент финансовой независимости (автономии)	>0,5	0,3–0,5	<0,3
2. Коэффициент финансовой устойчивости	>0,6	0,3–0,6	<0,3
3. Коэффициент финансового рычага	<1	1,0–2,3	>2,3
4. Коэффициент текущей ликвидности	≥ 1,5	1,0–1,5	<1,5
5. Коэффициент срочной ликвидности	>0,8	0,4–0,8	<0,4
6. Коэффициент абсолютной ликвидности	>0,2	0,1–0,2	<0,1
7. Рентабельность всех активов, %	>10	5–10	<5
8. Рентабельность собственного капитала	>15	10–15	<10
9. Коэффициент оборачиваемости совокупных активов	>1,6	1,0–1,6	<1,0
10. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	>0,25	0,1–0,25	<0,1
11. Доля нераспределённой прибыли	>0,1	0,05–0,1	<0,05
12. Запас финансовой прочности, %	>25	10–25	<10

Перманентная оценка финансовой безопасности компании позволяет своевременно обнаружить возникающие угрозы, оценить степень их влияния и разработать комплекс мер по предотвращению всевозможных угроз и снижению их негативных последствий для компании. Такие меры определяются на основе оценки характера угроз, специфики работы компании и особенностей построения её внутренних бизнес-процессов.

Таким образом, для целей обеспечения финансовой безопасности компании целесообразно разработать и внедрить с учетом специфики её деятельности комплекс мероприятий, которые должны включать оценку рисков и угроз, рациональное использование и контроль финансовых ресурсов, эффективное инвестирование, внедрение новых технологий и обеспечение информационного контроля над внешними и внутренними данными о деятельности компании, взаимодействие с поставщиками и подрядчиками на долгосрочной основе, развитие системы мотивации и стимулирования персонала и альтернативных источников финансирования.

Список литературы

1. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года : указ Президента РФ от 13 мая 2017 года № 208 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 12.02.2025).
2. Руф, Е. С. Виды угроз финансовой безопасности предприятия / Е. С. Руф // Проблемы науки. — 2020. — № 9 (57). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-ugroz-finansovoy-bezopasnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 11.02.2025).
3. Сапожникова, Н. Г. Экономическая безопасность: практикум / Н. Г. Сапожникова, М. В. Ткачева; Воронежский государственный университет. — Воронеж : ИД ВГУ, 2019. — 98 с.

ОБНОВЛЕННАЯ СТРАТЕГИЯ РОСТА АПК РФ — ВЕКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. А. Медведский

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В статье представлена характеристика обновленной Стратегии развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов России до 2030 г., резюмированы основные итоги развития отечественного агросектора за последние годы. Цель исследования — показать траектории роста АПК в соответствии со стратегическими целями, учитывающими сложную геополитическую обстановку, а также интенсификацию санкционного давления.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, аграрный сектор, агроэкономика, стратегия развития, государственная поддержка, устойчивый рост.

Актуальность исследования. На протяжении последних лет АПК России показывает стабильный рост, что обусловлено, в частности, интенсивной и целенаправленной поддержкой со стороны государства. Аграрный сектор экономики РФ выступает ключевым механизмом продовольственной безопасности как фактор социального и экономического развития страны, что является приоритетной долгосрочной миссией [1]. Правительство РФ внесло ряд изменений в Стратегию развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов России на период до 2030 года в связи с ужесточением санкционных воздействий и текущей геополитической конъюнктурой. Коренным приоритетом стратегии является обеспечение прогрессирующего роста аграрной отрасли на уровне не менее 3 % в год. В ходе рассмотрения документа был сделан акцент на то, что в настоящее время отечественные сельскохозяйственные предприятия успешно удовлетворяют государственный спрос на такие продовольственные товары, как сахар, мясо, рыба, растительное масло и зерно. Тем не менее, принципиально важно осуществлять контроль за соблюдением выполнения целевых показателей и содействовать постоянному увеличению объемов производства. Повышенное внимание необходимо уделить расширению отечественного производства молочной и плодовоовощной продукции, поэтому необходим рост урожайности сельхозкультур, интеграция технологических решений изготовления, обработки и хранения сырья.

Методы и инструменты исследования. В данном исследовании использовались общенаучные методы познания, библиометрический анализ, контент-анализ научных статей, опубликованных в рецензируемых изданиях; экспертно-аналитических отчетах и материалах, общедоступных в интернете.

Теоретическая значимость исследования. Текущая стратегия развития АПК России до 2030 года ориентирована на укрепление уровня национальной

продовольственной безопасности, увеличение масштабов экспортных поставок аграрной продукции и внедрение передовых цифровых сервисов в отрасль. В целях эффективной реализации стратегии необходимо достичь:

- усиления продовольственной безопасности посредством разработки и внедрения технологических инноваций и повышения урожайности;
- расширения экспортного потенциала за счет оптимизации логистических цепочек для поставщиков сельхозтоваров, обеспечения содействия в сертификации агропродукции, а также рационального развития агрокомплексов на территории иностранных государств;
- включения в оборот новых сельскохозяйственных угодий, совокупный размер которых составит не менее 13,2 млн га земли;
- формирования интегрированной информационно-цифровой платформы как инструмента получения господдержки сельхозтоваропроизводителей;
- стимулирования научных и технологических исследований и разработок в области генетики и селекции;
- роста инвестиционной активности в аграрном секторе.

Практическая значимость исследования. Современное состояние сельскохозяйственной отрасли России соответствует представленным целям программы развития, однако нуждается в обновлении и модификации. Документ, в который были включены актуальные тренды и направления развития отечественного сельского хозяйства, составлен с учетом военно-политической и социально-экономической обстановки в стране, сложившейся под воздействием внешнего влияния санкционных ограничений.

Одной из критически значимых задач государства выступает обеспечение перспектив долгосрочного развития агропромышленности России. Для выполнения указанной задачи планируется разработка единой цифровой платформы, а также закупка и аренда радиоэлектронного оборудования. Доступ к представленной платформе позволит агропредпринимателям своевременно получать актуальную информацию о сельскохозяйственных землях и мерах государственной поддержки. В числе прочих целей проекта предусматривается реализация политики импортозамещения, поддержание достигнутого уровня технологического прогресса, переориентация российского экспорта и обновление ассортимента продукции, модернизация рынка, а также оптимизация использования земельных ресурсов посредством их перепрофилирования на высокорентабельные культуры. Предполагается нарастить производственные объемы отечественных семян, расширить мощности по хранению урожая и интегрировать передовое оборудование для переработки.

На протяжении последних 12 лет на территории РФ были значительно увеличены объемы строительства новых комплексов сельскохозяйственного назначения, оборудованных функциональными прогрессивными инновациями. В результате изменились уровни производства сельскохозяйственной продукции и выпуск продуктов питания в сторону увеличения на 15 и 25 % соответственно.

Положительное влияние на состояние внутреннего рынка продовольствия оказал национальный проект, направленный на стремительное развитие российского АПК. В результате его реализации происходит полное удовлетворение потребностей страны в основных видах и категориях продовольственных товаров. В частности, данный факт подтверждается производственными показателями подсолнечного масла и зерна, в которых наблюдается существенный избыток, а у России формируются заметные экспортные перспективы.

Ведущий курс эффективного развития отечественного сельского хозяйства направлен на устойчивый рост объемов производства и реализации сельхозпродукции. Среди наиболее значимых тенденций основными выступают применение инновационных достижений и трансформация структуры аграрной отрасли. В течение указанного периода государственная поддержка агропромышленного комплекса увеличилась до 445,8 млрд рублей.

Принципиальным аспектом стратегии выступает осуществление цифровой трансформации, в соответствии с чем предусмотрено формирование единой цифровой платформы, предназначение которой будет состоять в оказании услуг государственного характера, а также мониторинга перемещения зерна и продуктов, включая наблюдение за их переработкой. Это, в свою очередь, будет способствовать созданию комплексной отраслевой базы данных, позволяющей обеспечить доступ к необходимым информационным сведениям, приводящей к незамедлительному информированию о текущем состоянии агропромышленного комплекса. Аналитический центр Минсельхоза РФ обеспечивает функции сбора и консолидации данных, использование платформы для оптимизации процесса получения господдержки агробизнесом [2].

Выводы и рекомендации. С намерением реализации целей, определенных программой до 2030 года, сформирован план динамичного совершенствования АПК России, направленный на обеспечение достижения значимых результатов в краткосрочной перспективе, а именно: минимизация зависимости от иностранных технологий и оборудования и стимулирование развития собственных разработок в области биотехнологий и сельхозмашиностроения; разработка инновационных сортов и видов селекции; подготовка высококвалифицированных кадров.

Действия предполагают строгое следование сформированной стратегии, что позволит сотрудникам аграрной сферы определить приоритетные направления роста и развития, а также сконцентрировать усилия на наиболее важных аспектах.

Исходя из вышеизложенного, главными преимуществами актуализации стратегии развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов России на период до 2030 года заключаются в ее адаптации к санкционному давлению и конкретизации приоритетов внешнеторговой политики. Данный программный документ нацелен на обеспечение контроля за исполнением целевых показателей развития и предоставления всесторонней поддержки аграрной отрасли России в сложившейся политической и экономической обстановке.

Список литературы

1. Мусостова, Д. Ш. Стратегия развития АПК в России / Д. Ш. Мусостова, З. Р. Мусостов // Вестник КНИИ РАН. Серия: Социальные и гуманитарные науки. — 2022. — № 1 (1). — С. 50–55. — DOI 10.34824/VKNIIRAN.GUMNAUKI.2022.1.1.005.
2. Стратегия развития АПК в 2024 году // Sfera. fm [Электронный ресурс]. — URL: <https://sfera.fm/articles/selskoe-khozyaistvo/strategiya-razvitiya-apk-v-2024-godu?ysclid=m6qibspey0556802216> (дата обращения: 10.02.2025).

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ВУЗА В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

К. В. Никишова, *обучающийся*, К. М. Гусейнли, *ведущий специалист
Управления наукометрии, научно-исследовательской работы и рейтингов*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
gus@usue.ru

Работа посвящена исследованию современных условий развития сферы высшего образования при подготовке высококвалифицированных специалистов для экономики. Представлен анализ факторов, оказывающих влияние на экономическую безопасность вуза в условиях геополитической нестабильности. На примере Уральского государственного экономического университета представлены показатели деятельности в рамках внешних ограничений и его адаптация к современным условиям развития академического сообщества.

Ключевые слова: экономическая безопасность, вуз, ограничения.

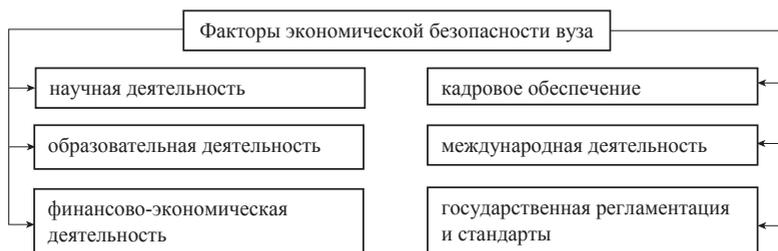
«Сегодняшние условия развития экономики связаны с качеством образовательных услуг, предоставляемых высшими учебными заведениями, одним из главных приоритетов развития государства, поскольку качество полученных знаний, высокий уровень компетенций и навыков специалистов становятся основой развития» [3]. Сфера высшего образования, как и другие отрасли экономики, в настоящее время сталкивается с постоянным возникновением рисков. В связи с этим актуальность исследования заключается в изучении современных условий развития экономики, когда одними из ключевых составляющих являются качество образования и уровень профессиональной подготовки под влиянием различного вида угроз. Таким образом, целью исследования является анализ влияния современных геополитических ограничений на систему обеспечения экономической безопасности вуза, акцентируя внимание на выявление угроз, оказывающих воздействие на стабильность дальнейшего функционирования.

Точки зрения отечественных ученых базируются на различных подходах к определению экономической безопасности вуза, где ключевыми критериями выделяются:

- обеспечение стабильного и устойчивого функционирования;
- гарантированная защита внутреннего потенциала и ресурсов от воздействия рисков и минимизация угроз;
- способность адаптироваться к изменяющимся условиям.

Экономическая безопасность университета — это состояние защищенности субъектов образовательной деятельности и их ресурсов, предназначенных для осуществления в качестве основной цели образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования и научной деятельности, основанное на обеспечении эффективности деятельности образовательной организации в контексте влияющих на нее факторов [1].

Деятельность высших учебных заведений формируется и происходит под влиянием всесторонних факторов. На схеме представлена классификация факторов обеспечения экономической безопасности вуза по направлениям.



Классификация факторов обеспечения экономической безопасности вуза [1]

Одним из направлений введения зарубежных санкций является сфера высшего образования. Особое внимание в санкционных инструментах отведено ограничению в своих возможностях вузов, ученых, студентов, в связи с чем российские исследователи сталкиваются с препятствиями при публикации результатов своих научных работ в международных научных изданиях. Данные меры способствовали сужению академического круга читателей и ограничили возможности интеграции в международное научное сообщество. «Это не только лишает российских исследователей возможности обмена научными достижениями с зарубежными коллегами, но и влияет на их научный рейтинг, который определяется также количеством публикаций и цитируемости в международных изданиях. Процесс обучения российских студентов в зарубежных образовательных учреждениях сопровождается рядом проблем; в связи с ухудшением международных отношений многие иностранные университеты прекратили или приостановили сотрудничество с российскими вузами» [2]. К примеру, в рамках инструментов по изоляции российских исследователей от передовых технологий и инноваций было расторгнуто соглашение о сотрудничестве между Массачусетским технологическим институтом и Сколковским институтом науки и технологий [5], а большинство зарубежных фондов, благодаря которым предоставлялись грантовые программы и стипендии, закрыли или ограничили к ним доступ российским ученым. «Ранее студенты из других стран получали образование в вузах России с помощью поддержки различных фондов и программ академического обмена» [2].

В таблице приведен ряд показателей деятельности вуза, динамика которых отражает влияние геополитических ограничений на примере Уральского государственного экономического университета.

Динамика показателей деятельности УрГЭУ за 2019–2023 гг. [4]

Показатель	Год				
	2019	2020	2021	2022	2023
Объем НИОКР, тыс. руб.	34 643,20	39 623,40	42 418,40	42 152,50	47 958,60
Количество публикаций (Web of Science Core Collection) в расчете на 100 НПП, ед.	27,53	16,93	17,45	10,32	12,76
Количество публикаций (Scopus), в расчете на 100 НПП, ед.	25,86	41,82	42,76	32,42	39,12
Доля иностранных граждан из числа НПП в общей численности НПП, %	0,54	0,34	0,66	1,62	1,01
Доля иностранных студентов (без учета СНГ) в общей численности студентов, %	1,20	1,95	3,64	3,57	3,93
Доля иностранных студентов из СНГ в общей численности студентов, %	3,24	4,26	5,49	5,95	7,45
Доходы вуза из всех источников, тыс. руб.	1 273 568,60	1 303 101,00	1 327 756,70	1 388 003,30	1 426 703,60
Доходы вуза из внебюджетных источников, тыс. руб.	1 053 440,00	1 056 442,30	1 037 025,90	1 114 246,10	1 142 619,30
Доля внебюджетных средств в доходах от образовательной деятельности, %	81,00	80,50	77,60	80,60	79,90

Анализируя представленные данные, можно сделать вывод, что ограничительные факторы оказывают прямое влияние на экономическую безопасность вуза. Рост числа иностранных студентов способствует укреплению финансовой стабильности вуза, но санкции и международные ограничения оказывают негативное влияние на привлекательность российского образования для студентов из других стран. Публикационная активность в международных базах данных влияет на привлечение контингента иностранных студентов и сотрудничество с зарубежными университетами, а колебания в 2022 году ограничивают доступ к международному академическому сообществу. В ответ на санкции вуз адаптировался к новым условиям, наращивая сотрудничество с Китаем, другими странами Азии, странами Африки. Высокий объем НИОКР обеспечивает

дополнительное финансирование через гранты, контракты и совместные исследования с партнерами, а структура разработок и исследований сместила фокус на отечественные потребности. Доходы вуза из внебюджетных источников также связаны и с международной деятельностью, партнерством с зарубежными университетами и организациями, расширяя финансовые возможности вуза.

Таким образом, можно утверждать, что в условиях внешних ограничений вуз адаптируется к новым вызовам, наращивая сотрудничество с дружественными странами для взаимного обмена академическим опытом, что позволяет нивелировать колебания показателей научной и международной деятельности, сохраняя финансовую устойчивость в системе обеспечения экономической безопасности.

Список литературы

1. Дворядкина, Е. Б. Экономическая безопасность вуза в постпандемических реалиях: какие факторы эффективности влияют? / Е. Б. Дворядкина, К. М. Гусейнли // *Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности* : материалы IV Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 19 марта 2021 года. — Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет. — 2021. — С. 25–29. — EDN QCPIGC.
2. Исяняев, Р. М. Влияние санкций на российское образование / Р. М. Исяняев // *Экономика и социум*. — 2024. — № 2–2 (117). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sanktsiy-na-rossiyskoe-obrazovanie>.
3. Родионов, А. В. Механизм обеспечения экономической безопасности в сфере высшего образования / А. В. Родионов, О. А. Бурбело, Н. Ф. Жоканбине // *VECSOR*. — 2023. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mechanizm-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-v-sfere-vysshego-obrazovaniya>.
4. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга деятельности образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс]. — URL: <https://monitoring.miccedu.ru>.
5. Сколтех: официальный сайт Сколковского института науки и технологий. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.skoltech.ru/2022/02/zayavlenie-o-prekrashhenii-sotrudnichestva-s-mit/>.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

А. Д. Помельникова

Научный руководитель: Е. А. Кондратьева, *канд. экон. наук, доцент*
Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического
развития Российской Федерации (ВАВТ Минэкономразвития России),
г. Москва, Россия
A27122003@yandex.ru

В данной работе проведен анализ современного мирового рынка топливно-энергетических ресурсов, включая эволюцию основных энергетических ресурсов и их текущую структуру потребления. Проанализированы ключевые игроки на рынках угля, нефти и газа, а также выявлены основные тенденции спроса и предложения. Особое внимание уделено геополитическим аспектам конкуренции за рынки сбыта и перспективам переориентации российского экспорта в условиях санкционных ограничений.

Ключевые слова: топливно-энергетические ресурсы, сырьевой рынок, уголь, нефть, газ, экспорт ресурсов, импорт ресурсов.

Топливо-энергетические ресурсы всегда играли ключевую роль в экономическом развитии стран за счет их широкого использования в промышленном и потребительском секторах. Вторая половина XX века характеризуется резким ростом добычи и потребления ресурсов: за этот период было извлечено 70 % всех ресурсов, добытых за последние 300 лет, при этом мировое потребление первичных энергоресурсов возросло более чем в 17 раз. Учитывая невозобновляемый характер большинства топливно-энергетических ресурсов, проблема их истощения приобретает особую актуальность. Ограниченность запасов создаёт условия для формирования рыночной монополии со стороны стран, обладающих крупными месторождениями. Контроль над ресурсами предоставляет этим странам геополитическое влияние на мировой арене. В связи с этим анализ ресурсообеспеченности государств и идентификация ключевых игроков на рынке топливно-энергетических ресурсов представляется необходимым для понимания текущих тенденций и прогнозирования будущих изменений на мировой арене, особенно в контексте санкционных ограничений.

В структуре глобального потребления доминирующее положение занимают топливные ресурсы. Анализ структуры энергопотребления в начале XXI века показывает, что на долю традиционных источников энергии приходилось 80 %, среди которых нефть (31 %), уголь (26 %) и газ (23 %), в то время как альтернативные источники (атомная энергия, гидроэнергия, биомасса) обеспечивали лишь 20 %. Однако текущее соотношение между потреблением и запасами топливных ресурсов уже указывает на существенный дисбаланс. Так, при доле запасов угля в 60 %, газа — 15 % и нефти — 12 % темпы потребления газа и нефти превышают объемы их запасов в 2 и 3 раза, соответственно. В соответствии с прогнозами мирового потребления энергии глобальный спрос на топливо

будет увеличиваться. Ожидается, что потребление нефти и угля начнет сокращаться после 2030 года, однако потребление газа продолжит расти как минимум до 2050 года. Данные тенденции подчеркивают значимость минерального топлива в глобальной энергетической системе и подтверждают его влияние на геополитическую расстановку сил в мире.

Анализ мировых запасов угля показывает, что основными странами-лидерами по извлекаемым запасам являются США, Россия, Австралия, Китай и Индия. Примечательно, что среди них страны с угольной экономикой (Китай и Индия) занимают последние позиции по объему запасов, в то время как США, являющиеся страной с выраженной нефтяной экономикой, обладают наибольшей долей (25 %) мировых извлекаемых запасов угля. Лидерами по добыче угля в 2022 году стали Китай, Индия, Индонезия и США [2]. Однако существенное внутреннее потребление в энергетическом и металлургическом секторах обуславливает необходимость импорта угля, несмотря на значительные объемы добычи (таблица).

Доля добычи и потребления угля стран-лидеров отрасли

Страна	Добыча (%)	Потребление (%)
Китай	50,6	54,8
Индия	10	12,4
Индонезия	7,5	2,7
США	6,4	6,1
Австралия	5,6	1
Россия	5,3	2

На основании представленных в таблице данных можно выделить основных экспортеров и импортеров угля на мировом рынке топливно-энергетических ресурсов. Страны, чьи объемы внутреннего потребления превышают объемы добычи (Китай и Индия), вынуждены импортировать уголь для покрытия дефицита, несмотря на значительные масштабы собственной добычи. В свою очередь Индонезия, Австралия и Россия, чьи объемы добычи превосходят внутреннее потребление, являются крупными экспортерами. Примечательно, что в число значительных импортеров входят страны Европы, Япония и Южная Корея, которые, не обладая собственными запасами угля, нуждаются в импорте для обеспечения потребностей своей промышленности.

Нефть является одним из ключевых топливно-энергетических ресурсов, при этом, по экспертным оценкам, текущая добыча нефти обеспечена текущими запасами лишь на 40 лет. Распределение мировых запасов нефти тесно связано с геологическим строением земной коры, а именно с зонами тектонических разломов, что обуславливает доминирующее положение стран Ближнего Востока (Саудовская Аравия, Иран, Ирак) по объему запасов. В Евразии тектонический разлом пролегает через регионы Ямала, Западной Сибири и Поволжья, что объясняет лидерство России по запасам нефти в этом регионе. На американском континенте разлом тянется от Канады до Эквадора, обуславливая

значительные запасы нефти в Венесуэле и Канаде. Таким образом, страны, расположенные в зонах тектонической активности, являются основными экспортерами нефти. Импорт нефти, в свою очередь, осуществляется странами, не обладающими запасами нефти, такими как Китай, Индия, Япония и страны Европы. Следует обратить внимание на то, что США, несмотря на высокие объемы собственной добычи, вынуждены импортировать нефть для удовлетворения потребностей своей экономики.

Анализ распределения мировых запасов природного газа показывает, что наибольшими запасами в 2022 году обладали Россия, Иран и Катар. При этом около трети всех мировых запасов сосредоточено в странах СНГ. Согласно экспертным оценкам, при текущих объемах потребления разведанных запасов природного газа хватит на 55 лет. Основными экспортерами являются страны, обладающие крупнейшими запасами: Россия, Иран и Катар. Примечательно, что США, несмотря на относительно скромные запасы, также являются важным поставщиком газа на мировой рынок. Основными импортерами природного газа выступают страны Европы, Китай, Япония и Южная Корея, которые не обладают собственными месторождениями [3].

Анализ представленной статистики выявляет, что Россия и США являются ключевыми игроками на мировом рынке энергоресурсов, лидируя по объемам добычи. Это определяет напряженную конкуренцию между странами за рынки с платежеспособным спором на ресурсы.

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что страны, импортирующие топливные ресурсы, представляют собой относительно узкий круг государств, не располагающих собственными запасами. Это, в свою очередь, создает ситуацию, когда рынок сбыта оказывается сильно зависимым от ограниченного числа экономически развитых стран. Учитывая геологические факторы, диверсификация рынка сбыта в ближайшем будущем представляется маловероятной. В качестве потенциального нового рынка сбыта можно рассматривать страны Африки, однако, учитывая текущий уровень социально-экономического развития большинства африканских государств, данный вариант представляется маловероятным.

В условиях санкций и прекращения сотрудничества со странами Европы перспективным направлением для развития российского экспорта топливно-энергетических ресурсов являются рынки Китая и Южной Кореи. Китай, благодаря динамичному промышленному росту и большой численности населения, демонстрирует высокий спрос на энергоресурсы, превышающий возможности внутренней добычи. В контексте сохранения партнерских отношений между Россией и Китаем в условиях санкций делает китайский рынок одним из ключевых направлений для российского экспорта. Южная Корея до введения санкций являлась важным экономическим партнером России, обмениваясь передовыми технологиями и экспертным опытом в области цифровизации, на поставки российских сырьевых ресурсов. Несмотря на введенные ограничения, Южная Корея сохранила часть экспортно-импортных отношений с Россией, а ее рынок, ввиду исторической зависимости от импорта топливных ресурсов, остается перспективным для российского экспорта.

Список литературы

1. Волотковская, Н. С. Мировой рынок энергетических ресурсов: анализ производства и спроса на энергоносители, перспективы сектора / Н. С. Волотковская, Ю. А. Волотковская, А. С. Семёнов // Экономика и Право. — 2020. — № 6. — С. 12–17.
2. Мировой энергетический рынок в цифрах [Электронный ресурс]. — URL: <https://wtcmoscow.ru/company/news/5325/> (дата обращения: 24.01.2025).
3. Energy consumption worldwide from 2000 to 2022, with a forecast until 2050, by energy source [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.statista.com/statistics/222066/projected-global-energy-consumption-by-source/> (дата обращения: 25.01.2025).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ ПОВЕСТКИ ESG

И. А. Самохин

Научный руководитель: Н. Н. Балашова, *д-р экон. наук, профессор*
Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоградский ГАУ),
г. Волгоград, Россия
referent-production@gridonie.ru

Исследование посвящено вопросам внедрения принципов ESG в предпринимательский сектор как базис устойчивого развития. Проанализированы проблемы по формированию ESG-рейтинга компаний и применение ESG-инициатив в российском агропромышленном комплексе.

Ключевые слова: концепция устойчивого развития, ESG-принципы, ранжирование компаний, ESG-рейтинг.

Развитие экономики в глобальных масштабах длительное время имело целью максимизировать прибыль и минимизировать издержки, что нарушило баланс в природной, социальной и духовной средах человечества. Изменение климата приводит к экологическим катаклизмам в мире, нерациональное использование природных ресурсов обостряет проблему их исчерпаемости и ограниченности, социальное и гендерное неравенство свидетельствуют о демографическом кризисе и «старении» населения — это лишь малая доля глобальных вызовов, которые заслуживают пристального внимания в XXI веке.

Появление концепции устойчивого развития можно считать объективной необходимостью в ответ на сложившуюся ситуацию человеческой эволюции. Внедрение ESG-принципов — это новый тренд ведения бизнеса, суть которых строится на соблюдении баланса между экономическим ростом и экологическим благополучием. Другими словами, это бережное отношение к окружающей среде, к человеческим ресурсам, к управленческой среде [3].

Основной целью настоящей работы является аналитическая оценка процесса внедрения ESG-принципов в предпринимательский сектор, а также формирование и использование ESG-рейтинга в различных отраслях экономики. В связи с этим в основу исследования положены методы системного, сравнительного и структурного анализа.

В целом развитие практики ESG в российских компаниях в 2020–2021 годах можно объяснить сочетанием факторов, в том числе повышением осведомленности об экологических, социальных и управленческих проблемах, растущими ожиданиями клиентов и изменением нормативно-правовой базы [4].

Внедрение ESG-принципов нашли широкий отклик в банковском секторе (Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, Газпромбанк, Совкомбанк и др.), нефтегазовой (ПАО «НК «Роснефть», ПАО «СИБУР Холдинг», ПАО «НОВАТЭК» и др.), металлургической (ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ПАО «Северсталь», ПАО «ОК РУСУЛ», ПАО «Евраз», ПАО «Полюс»,

ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ПАО «ГМК «Норильский никель» и др.), горнодобывающей промышленности (алмазодобывающая компания АЛРОСА из Якутии, горнодобывающая компания «Полиметалл», ООО «Евраз»), энергетической отрасли («Сахалинская энергия», ПАО «РусГидро», ООО «Газпромэнергохолдинг», АО «Концерн Росэнергоатом»).

Среди научного сообщества особую актуальность приобретают вопросы ESG-трансформации бизнеса, что отражено в зарубежных работах *Hua Fan J., Michalski L., Kaiser L., Maiti M.* Российские исследователи акцентируют наше внимание на взаимосвязи инвестиционной политики и соблюдении принципов устойчивого развития (А. В. Буякова, Е. О. Вострикова, А. П. Мешкова, Д. В. Овечкин, М. В. Чернышова).

Проблемы устойчивого развития АПК и сельских территорий освещены и изучены в трудах Ю. К. Яковлевой, Т. А. Стояновой, А. В. Миненко, И. В. Гончаровой, А. А. Поляковой, О. А. Москалевой, Т. Н. Субботиной, О. Е. Григорьевой, А. Д. Пустовит, А. Н. Куприянова, А. И. Фирсова, Н. З. Гончаровой и других с целью выявления потенциала сельскохозяйственных регионов.

Достаточно много работ посвящено изучению ESG-рейтингов, в частности, в статье Г. В. Каньгина и Л. В. Хоревой рассматривается разработка методик создания EGS-рейтингов в виде единой онтологии. В работе Б. С. Батаевой, А. Д. Кокуриной, Н. А. Карпова обсуждается взаимосвязь ESG-показателей и финансовых показателей деятельности компаний. С. С. Галазова рассмотрела влияние ESG-факторов на устойчивое развитие компаний [5].

Ранжирование предприятий по соответствию ESG-критериям происходит на основании ESG-рейтинга компаний. Такую оценку дают независимые агентства или инвестиционные фонды. Уже 1/3 крупнейших банков страны практикует ESG-оценку компаний в целях тестирования потенциального заемщика на соблюдение принципов устойчивого развития и внедрения ESG-инициатив. В результате давления инвесторов и банкиров предпринимательский сектор заинтересован иметь лидерские позиции в ESG-рейтинге. Не вызывает сомнений тот факт, что в ближайшем будущем для получения заемных средств компания будет подвергаться ESG-контролю.

Российский рынок сталкивается с рядом проблем при составлении ESG-рейтингов. Во-первых, трактовка ESG-рейтинга отличается от норм международной повестки. Во-вторых, ряд рейтинговых агентств вносят показатели, которые исследуют устойчивость экономической системы, но не устанавливают причинно-следственные связи между критериями. В-третьих, в рейтингах не раскрываются данные о разработчиках, их квалификации, а перечень используемых свойств объекта строится на собственном суждении и субъективном мнении. В-четвертых, в качестве информационной базы при построении ESG-рейтинга применяют нефинансовую отчетность, но на данный момент отсутствуют единые стандарты ее составления. В-пятых, для расчета рейтингов используется общедоступная информация из различных источников, которую не всегда удается найти в необходимом объеме.

Процесс внедрения данных принципов в сфере сельского хозяйства находится в стадии зарождения. Становится естественным в современных реалиях

ведение бизнеса в агросфере, нацеленное на производство качественной экологически чистой продукции и товаров, а также для повышения уровня и качества жизни сотрудников с учетом влияния на окружающую среду.

Сделанные первые шаги в ESG-рейтинговании в АПК привели к тому, что в рейтингах отсутствует прозрачность показателей и они фрагментарны, рассматриваемые факторы имеют одинаковые веса без ранжирования, то есть значимость фактора не анализируется, не раскрывается информация о разработчиках.

В 2022 г. сотрудники АО «Российский сельскохозяйственный банк» разработали первый ESG-рейтинг АПК, рассматривающий положение агросектора в регионах России по стандартам устойчивого развития. По результатам ESG-рейтинга АПК в 2021 году лидерские позиции среди регионов России по различным составляющим заняли Республика Адыгея, Калининградская и Тульская области. При этом наиболее благоприятная экологическая обстановка оказалась в Калининградской области, Пермском крае, а также Санкт-Петербурге. В сфере социального развития выделяются Москва, Республика Адыгея и Белгородская область, а по показателям государственного управления в тройку лидеров вошли Санкт-Петербург, Магаданская область и Москва.

На наш взгляд, перевес был сделан в сторону экологической составляющей, так как среди основных показателей ведущую позицию занимали: количество уловленных и обезвреженных загрязняющих атмосферу веществ от стационарных источников; уловленные загрязняющие вещества на стационарный источник загрязнения воздуха в АПК; текущие затраты на охрану окружающей среды в АПК; динамика внесения органических удобрений и водопотребления; количество несанкционированных свалок; отношение площади лесовосстановления и лесоразведения к площади вырубленных и погибших лесных насаждений; число случаев лесных пожаров и др. В основу социального развития вошли показатели по уровню заработной платы в сельском хозяйстве, а диагностика уровня корпоративного управления характеризовалась степенью финансирования сельских территорий.

Результаты ESG-рейтинга лишний раз подтверждают реальные условия хозяйствования с соблюдением стандартов устойчивого развития в АПК как драйвера эффективной модернизации сельскохозяйственных территорий в будущем.

В ходе исследования определено, что проблема ESG-инициатив и ESG-рейтинга применительно к агропромышленному комплексу является актуальной, поэтому теоретическая значимость работы заключается в необходимости доработки и проработки состава и перечня индикаторов, шкалы оценки и их значимости на основе научно обоснованного подхода.

Список литературы

1. ESG-ratings of rural areas as a tool for sustainable development of agriculture in the region / D. Anzilevich, N. Balashova, E. Kolpakova [et al.] // III International Conference on Improving Energy Efficiency, Environmental Safety and Sustainable Development in Agriculture (EESTE2023): E3S Web of

- Conferences, Dushanbe, Tajikistan, 25–27 октября 2023 года. Vol. 463. — Les Ulis Cedex A, France: EDP SCIENCES S A, 17, AVE DU HOGGAR, PA COURTABOEUF, BP 112, LES ULIS CEDEX A, FRANCE, F-91944, 2023. — P. 02038. — DOI 10.1051/e3sconf/202346302038.
2. Состояние и перспективы цифровой трансформации аграрной сферы: региональный аспект / А. В. Немченко, О. А. Донскова, Н. В. Чернованова [и др.] // Инновации и инвестиции. — 2023. — № 8. — С. 369–372.
 3. Самохин, И. А. Перспективы развития ESG-рейтингов территорий и агроформирований / И. А. Самохин, Н. Н. Балашова // Научные достижения и инновационные подходы в АПК : сборник научных трудов по итогам XII Международной научно-практической конференции, посвященной памяти заслуженного деятеля науки РФ и КБР, профессора Б. Х. Жерукова. — Нальчик, 2024. — С. 272–275.
 4. Суфларский, А. П. Анализ практик внедрения ESG-принципов крупными российскими компаниями / А. П. Суфларский // Хроноэкономика. — 2023. — № 1 (39). — С. 61–66.
 5. Тахингов, К. Х. ESG-принципы: объективная необходимость внедрения / К. Х. Тахингов, А. А. Бисултанова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 6.2. — С. 197–199.

«ЦИФРОВОЕ РАБСТВО» — НОВЫЙ ТРЕНД ЦИФРОВИЗАЦИИ

И. А. Серов

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
iserov2002@gmail.com

В данной работе освещена научная проблема цифрового рабства в концепции 2.0 и показаны негативные последствия цифровизации. На основе оценки деятельности крупнейших компаний РФ выявлена степень воздействия цифровизации на личность, общество, имущество, а также обозначена роль государства в данном направлении.

Ключевые слова: цифровизация, цифровое рабство 2.0, свобода, потребитель, технологии, угроза, воля.

Актуальность исследования. Цифровизация — это уже устоявшийся тренд, который касается всех сфер жизни человека: финансы, документы, здоровье, профессиональная деятельность и т. д. Новые электронные технологии стремительно развиваются и все больше влияют на жизнь социума. Сложно назвать сферу, которой не касается этот тренд. Однако можно ли утверждать, что активное использование технологий и оптимизация бизнес-процессов в цифровую форму имеет лишь положительные аспекты?

По мнению автора, данный тренд имеет негативные эффекты, которые в большей части остаются незамеченными обществом, а именно: формирование «цифрового рабства».

Проблема цифрового рабства — это навязывание электронных услуг (Цифровое рабство); эксплуатация информации о пользователе сети Интернет (Цифровое рабство 2.0); биометрические данные как средство давления государства на человека (Новое цифровое рабство).

Цель исследования — обратить внимание на проблему «цифровое рабство», влияющую на экономические бизнес-процессы и поведение потребителя.

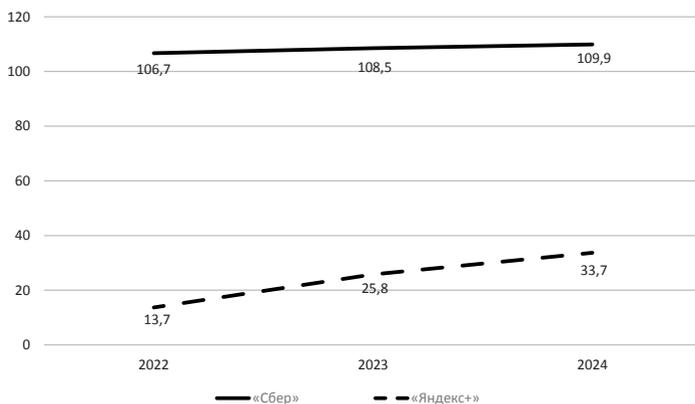
Методы и инструменты исследования. В данном исследовании использовались общенаучные методы познания, библиометрический анализ, контент-анализ научных статей, опубликованных в рецензируемых изданиях; экспертно-аналитических отчетах и материалах, общедоступных в Интернете.

Теоретическая значимость. Изначально цифровое рабство развивалось с появлением передовых технологий: первый смартфон, интернет, сервисы платных подписок, социальные сети. Личную информацию человека получала каждая компания, которой он пользовался. Однако процесс развития технологий, а также мировые события привели к развитию данного явления — следовательно, повысили его влияние, так и обозначилась научная проблема «Цифровое рабство 2.0».

Если изначально цифровое рабство представляло собой сбор личной информации и тому подобное, то его вторая версия активно использует эту информацию в интересах ее владельца.

Для примера разберем две крупнейшие компании на рынке России, а именно «Сбер» и «Яндекс». Обе компании имеют обширную развитую ИТ-структуру, а услугами и продуктами пользуются большая часть населения страны.

Динамика роста целевой аудитории обеих компаний за период с 2022 по 2024 годы указана на рисунке.



Число клиентов компаний за 2022–2024 гг., млн чел. [2, 3]

Практическая значимость. ПАО «Сбербанк» — крупнейший представитель финансовых услуг на рынке России, имеет долю на самых разных рынках, начиная от сферы здоровья, заканчивая сферой трудоустройства. Экосистема компании насчитывает более 120 сервисов [1]. Помимо того, что компания обладает всеми персональными данными, она имеет подробный отчет всех доходов и расходов. ПАО «Сбербанк» также имеет множество различных сервисов. На основе всех покупок индивида Сбербанк способен выстраивать индивидуальную рекламу, делать персональные предложения, тем самым пытаться заранее закрыть ваши потребности. На основе имеющейся информации он способен не только предугадывать желания потребителя, но и отправлять индивидуальные признаки.

В частности, стоит обратить внимание на предлагаемый инновационный продукт от «Сбербанка» «умное кольцо» на базе собственного искусственного интеллекта (ИИ). Данный продукт способен на считывание базовых данных не только физического состояния человека (местоположение, артериальное давление, ритм сердцебиения), но и на анализ эмоций [2].

Продукт недавно анонсирован, но уже считается инновационным. Далее перейдем к компании «Яндекс», а точнее, к их платной подписке «Яндекс+»: для более яркого примера автор будет использовать сервис «ЯндексМузыка». «ЯндексМузыка» — это платный сервис для прослушивания музыки, аудиокниг и подкастов [3]. Основной его отличительной особенностью является функция «волна», которая способна проецировать треки согласно эмоциональному

состоянию и вкусам пользователя. Сервис анализирует, какие треки пользователь отметил как понравившиеся, а какие наоборот; какие он слушал от начала до конца, а какие переключил. На основе всей собранной информации сервис предлагает покупку билетов на концерты исполнителей, которые находятся в плейлисте пользователя.

Выводы и рекомендации. По мнению автора, данные примеры позволяют четко увидеть, как компании способны использовать информацию, полученную в процессе цифровизации. Иногда музыка, которую слушает индивид, — это не его выбор.

Платные сервисы также набирают популярность. Упомянутые выше компании имеют самые популярные подписки, а именно «ЯндексПлюс» и «СберПрайм». По результатам опроса, проведенного ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, уже более 25 % российских пользователей имеют платную подписку [4]. Основным критерием при выборе является экосистема, то есть наличие стриминговых платформ. Так, подписка «ЯндексПлюс» стоит 299 руб. в месяц — 3588 руб. в год, «СберПрайм» — 199 руб. в месяц — 2388 руб. в год, однако при оформлении годовой подписки ее стоимость составит 1990 рублей [2, 3].

Более четверти российских потребителей активно используют платные цифровые сервисы, вовлекая цифровизацию и ее последствия в свою жизнь.

Цифровизация — это технологическая необходимость для развития цифрового общества и всех процессов, начиная от экономики и заканчивая медицинской. Однако человек становится все более зависим от технологий. Фактической свободы он не теряет, однако снижается свобода воли или выбора. Закончить статью хочется пожеланием, чтобы роман Джорджа Оруэлла «1984» оставался лишь романом, а не предсказанием.

Список литературы

1. Шамрай, И. Н. Диверсификация деятельности компаний сферы услуг как драйвер устойчивого роста бизнеса / И. Н. Шамрай, И. А. Серов // Российская экономика: поиск альтернативных векторов развития в достижении национальных целей : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. О. В. Лактюшиной, Л. Н. Гончаренко, В. В. Фещенко, А. С. Жидкова [Электронное издание]. — Москва : изд-во «МУ им. С. Ю. Витте», 2024. — С. 300–308.
2. Сбер: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.sberbank.com/ru> (дата обращения: 04.02.2025).
3. Яндекс: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.ru/company> (дата обращения: 04.02.2025).
4. Кузина, Л. И. Насколько готовы россияне платить за цифровые подписки? / Л. И. Кузина // Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. — URL: <https://issek.hse.ru/news/961648516.html> (дата обращения: 04.02.2025).

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКОЛЕНИЯ Z НА РАЗВИТИЕ РЫНКА ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА (FMCG)

И. А. Серов, А. А. Киселёва, М. А. Своровская

Научный руководитель: И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
iserov2002@gmail.com

В статье проведена оценка влияния потребительских предпочтений поколения Z для предопределения текущих трендов развития FMCG-рынка с использованием методов наблюдения, опроса, анализа, экстраполяции. Цель исследования — выявление направлений развития FMCG-рынка в России в 2025 г. на основе анализа потребительских предпочтений поколения Z.

Ключевые слова: FMCG-рынок, поколение Z, категории товаров, потребительские предпочтения, импульсивные покупки.

Поскольку товары FMCG являются постоянными покупками, определить тренды этого рынка очень важно. Тренды развития данного рынка позволяют совершенствоваться всем ретейлерам и производителям, создавать новые направления и улучшать уже существующие [1]. Потребительские и покупательские предпочтения быстро меняются, отражая новые ценности, взгляды и образ жизни [2].

Актуальным вопросом развития рынка на настоящий момент является анализ потребительских предпочтений для совершенствования уже устоявшейся системы, особенно, по мнению авторов, поколения Z. Свою позицию авторы объясняют тем, что поколение Z — это более платежеспособная аудитория в возрасте 14–34 лет, которая более лояльна к нововведениям. Помимо этого, потребительские привычки данного поколения могут сохраниться в течение дальнейшего времени и, как правило, не будут подвергаться серьезным изменениям с этапами взросления.

Для достижения цели исследования авторами был проведен опрос с использованием наиболее популярной среди молодежи социальной сети «VK» на основе разработанной авторами электронной формы анкетирования. Вопросы затрагивали тему импульсивных покупок, потребительских привычек, влияния дизайна упаковки, online и offline покупок, использования биологических добавок (БАД). В результате было опрошено 107 человек. Возрастные категории внутри поколения установлены в количестве пяти групп:

- 14–17 лет — 11 человек (10,3 %);
- 18–21 лет — 19 человек (17,8 %);
- 22–25 лет — 48 человек (44,9 %);
- 26–29 лет — 6 человек (5,6 %);
- 30–34 лет — 23 человека (21,5 %).

По предварительной оценке, авторы предположили, что в среднем потребитель расходует 30–50 % своих доходов на продукцию категории FMCG.

В результате опроса было выявлено, что помимо базовых категорий более часто приобретаемыми являются: табачная продукция (никотинсодержащая) — 43 человека (40,2 %); товары для животных — 45 человек (42,1 %). Практически треть потребителей не приобретает никаких товаров, не относящихся к продовольственной или непродовольственной категории. Также при увеличении личных доходов именно продовольственная и непродовольственная категории занимают доминирующее положение по росту расходов, а именно:

- продовольственная категория — 86 человек (80,4 %);
- непродовольственная — 60 человек (56,1 %);
- товары для детей — 18 человек (16,8 %);
- товары для животных — 15 человек (14 %);
- табачная продукция — 7 человек (6,5 %);
- алкогольная продукция — 9 человек (8,4 %).

Можно сделать вывод, что продовольственная и непродовольственная категории товаров являются самыми приобретаемыми как для потребителя, так и для ретейлеров с производителями. Покупатель отдает предпочтение именно этим категориям в вопросе увеличения расхода, что делает их более привлекательными. Лишь 19,6 % опрошенных отдадут свое предпочтение проверенным брендам, тогда как остальные позитивно относятся к покупкам новых брендов и товаров. Также стоит отметить готовность потребителей увеличить расходы на продукцию более высокого качества. На рис. 1 представлен результат опроса, согласно которому практически 50 % опрошенных готовы увеличить расходы на 10–25 % от своего дохода, и в целом 105 из 107 опрошенных людей не отрицают возможности увеличить расходы на товары более высокого качества.

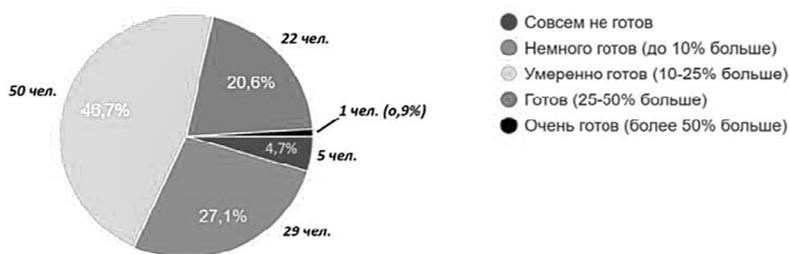


Рис. 1. Готовность увеличить расходы на продукцию более высокого качества

Согласно данным опроса, для поколения Z качество продукции является основной причиной увеличения расходов. Однако авторами выявлено еще несколько причин, по которым потребители могут увеличить расходы.

1. Более высокое качество продукции — 43 человека (40,2 %).
2. Характеристики продукта — 31 человек (29 %).
3. Экономия времени — 24 человека (22,4 %).
4. Уровень обслуживания — 9 человек (8,4 %).

Помимо этого, авторы считают важным вопрос «эмоций», а точнее, как они влияют на покупки. Согласно статистике аналитического агентства Нильсен [2], в 2024 году самыми продаваемыми продуктами стала продовольственная продукция в подкатегории «Вкус». Данная подкатегория подразумевает продукты с яркими вкусами, которые вызывают положительные эмоции.

По мнению авторов, поколение Z более зависимо от эмоций, чем старшее поколение. Данная возрастная группа склонна к импульсивным покупкам, которые позволяют получить позитивные ощущения. Согласно результатам опроса, только 6,5 % покупают товары строго по списку, в то время как 15 % совершают импульсивные покупки по несколько раз в неделю. Большинство потребителей (59,8 %) совершают импульсивные покупки несколько раз в месяц. Также практически 50 % совершают импульсивные покупки из-за эмоциональной реакции (рис. 2).

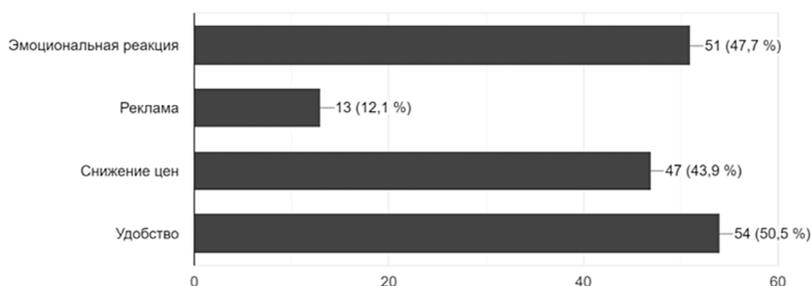


Рис. 2. Причины импульсивных покупок

Учитывая важность эмоциональной реакции и качества продукции, был сформулирован вопрос о влиянии и реакции на покупку более качественного товара или товара от узнаваемого бренда. Согласно результатам (рис. 3), более 50 % испытывают позитивные эмоции от покупки качественных или брендовых товаров, в то время как менее 10 % потребителей испытывают негативные эмоции, и чуть больше 30 % никак не проявляют реакции на покупку.

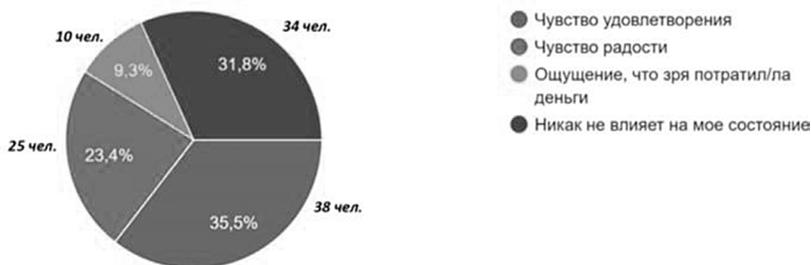


Рис. 3. Реакция потребителя на приобретение товаров более высокого качества или брендовых товаров

На основе этого исследования авторы предполагают, что в ближайшем будущем качество товара станет важным трендом. Аудитория данного поколения сможет продвигать товары более высокого качества, станет стимулом для развития брендов, так как она более лояльна к расходам, если это способствует улучшению их самооощущения.

Очевидно, что поколение Z является двигателем развития рынка [3]. Данная категория потребителей дает возможность производителям и ретейлерам экспериментировать, создавать новые товары, заходить на новые рынки.

Потребительские привычки, которые сформировались у данного поколения, существенно влияют на рынок. Несмотря на все возможности, поколение Z имеет высокую планку качества, что не позволит производить и реализовывать товары или услуги, не соответствующие стандарту.

Стоит обратить внимание на следующие направления: экономия времени, удобство, эмоциональный отклик, здоровый образ жизни. По мнению авторов, данные факторы станут основополагающими в формировании трендов на рынке FMCG в ближайшие годы [4]. Учитывая готовность потребителя к увеличению расходов, возможно предположить рост средних, выше средних и премиальных товаров, однако только в том случае, если они будут соответствовать качеству.

Список литературы

1. Серов, И. А. FMCG-компании на рынке России: аналитический обзор и оценка трендов / И. А. Серов, И. Н. Шамрай // Интеллектуальный потенциал Сибири : материалы 31-й Региональной научной студенческой конференции, Новосибирск, 22–26 мая 2023. — Новосибирск, 2023. — С. 158–164.
2. NIQ. Потребительские тенденции [Электронный ресурс]. — URL: <https://nielseniq.com/global/ru/solutions/consumer-behavior-and-insights/consumer-trends/> (дата обращения: 03.02.2025).
3. NIQ. Новое поколение покупателей [Электронный ресурс]. — URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/education/2024/novoe-pokolenie-pokupateley/> (дата обращения: 06.02.2025).
4. Серов, И. А. Тренды развития FMCG-рынка в 2024 году: оценка и прогноз / И. А. Серов, И. Н. Шамрай // Международные молодежные научные чтения им. профессора Н. Н. Протопопова : сборник материалов (Новосибирск, 13–14 марта 2024 г.). Ч. 1 / [под ред. Э. А. Новосёловой]; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». — Новосибирск, 2024. — С. 63–66.

РОЛЬ ФИНТЕХА В РАЗВИТИИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

А. Л. Трунова, *обучающийся*, С. В. Бойко, *канд. экон. наук, доцент*
Донецкая академия управления и государственной службы (ДОНАУИГС),
г. Донецк, Россия
el-teplo@bk.ru

В работе исследуется трансформирующее влияние финтех-инноваций на традиционную банковскую сферу. Анализируются ключевые финтех-направления (мобильный банкинг, онлайн-кредитование, блокчейн, ИИ) и оценивается их воздействие на эффективность, доступность, конкурентоспособность банковских услуг. Особое внимание уделено как возможностям финтеха для оптимизации внутренних процессов и улучшения клиентского опыта, так и сопутствующим рискам внедрения новых технологий.

Ключевые слова: финтех, банковские услуги, мобильный банкинг, онлайн-кредитование, блокчейн, искусственный интеллект, цифровизация, инновации, клиентский опыт, конкуренция, регулирование.

Изучение применения технологий финтех позволяет глубже понять, как инновации меняют традиционные банковские услуги, повышая их доступность и эффективность. Это знание помогает бизнес-сегменту и потребителям адаптироваться к быстро меняющемуся финансовому ландшафту, открывая новые возможности для роста и оптимизации финансовых процессов.

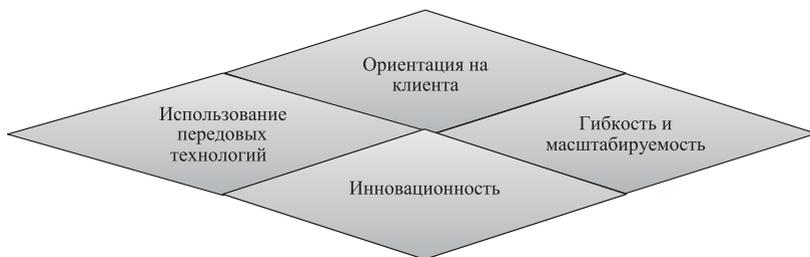
Цель данного исследования заключается в анализе влияния финтех-инноваций на важнейшие аспекты деятельности традиционных банков, включая клиентский сервис, продукты, операционную эффективность и конкурентоспособность.

В работе были использованы следующие методы и инструменты исследования: анализ литературы — обзор научных статей, отчетов аналитических агентств и публикаций экспертов по теме; сравнительный анализ — сопоставление характеристик традиционных банковских услуг с финтех-решениями.

Финтех, или финансовые технологии, стремительно трансформируют финансовую индустрию, оказывая глубокое воздействие на традиционные банковские услуги. Этот процесс не только создает конкуренцию банкам, но и заставляет их пересматривать свою бизнес-модель, внедрять инновации и адаптироваться к новым потребностям клиентов.

Ключевые характеристики финтеха проиллюстрированы на рисунке.

Реакция традиционных банков на вызовы финтеха неоднозначна, им приходится модернизировать ИТ-инфраструктуру, заключать партнёрские соглашения с финтех-стартапами и активно «оцифровывать» внутренние процессы, всё это ведёт к ещё более ожесточённой конкуренции в банковской сфере. В конечном итоге победителями станут те организации, которые смогут наиболее эффективно использовать возможности финтеха для своих клиентов [2].



Характеристики финтеха

Влияние финтеха на банковские услуги по нескольким ключевым направлениям (табл. 1) [1].

Таблица 1

Направления влияния финтеха на банковские услуги

Направление	Традиционные банковские услуги	В условиях финтеха
Платежи и переводы	Медленные транзакции, высокие комиссии (особенно за международные переводы), ограниченная доступность вне рабочего времени	Мгновенные транзакции, низкие комиссии, доступность 24/7, прозрачность
Кредитование	Долгий процесс одобрения, большое количество документов, ограниченный доступ для малого бизнеса и людей с плохой кредитной историей	Быстрый процесс одобрения, упрощенные требования, доступность для широкой аудитории, персонализированные условия
Управление личными финансами	Ограниченные возможности для отслеживания расходов, планирования бюджета и управления инвестициями	Автоматическое отслеживание расходов, помощь в составлении бюджета, персонализированные инвестиционные рекомендации
Инвестиции и торговля	Доступ к инвестиционным продуктам через брокерские счета с высокими комиссиями и сложным интерфейсом	Доступные инвестиции с низкими или нулевыми комиссиями, удобный интерфейс, возможность торговли с мобильных устройств
Страхование	Страховые продукты через банковские каналы часто не персонализированы и требуют сложного оформления	Быстрый процесс оформления страховки, персонализированные условия, снижение затрат через автоматизацию
Безопасность и борьба с мошенничеством	Недостаточно эффективные системы обнаружения мошенничества	Снижение рисков мошенничества, повышение безопасности финансовых операций

Проведем SWOT-анализ результата применения технологий финтеха и их влияния на банковские услуги (табл. 2).

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Повышенная эффективность и автоматизация. Улучшенный клиентский опыт. Более широкий охват клиентов. Улучшенный анализ данных и персонализация. Инновации и гибкость. Снижение стоимости услуг	Зависимость от технологий. Ограниченное доверие клиентов. Нехватка квалифицированных кадров. Проблемы с регулированием и соответствием требованиям
Возможности	Угрозы
Расширение географии и клиентской базы. Разработка новых финансовых продуктов и услуг. Улучшение управления рисками. Автоматизация регуляторной отчетности. Развитие мобильных платежей и бесконтактных технологий	Усиление конкуренции со стороны небанковских организаций. Изменение потребительских предпочтений. Регуляторные изменения. Экономические спады. Потеря данных и утечки информации. Технологические сбои

Иными словами, вместо того чтобы воспринимать финтех как угрозу, банкам стоит рассматривать его как мощный инструмент трансформации, который требует стратегического подхода и проактивных мер по управлению рисками (например, инвестировать в кибербезопасность, адаптироваться к изменениям в законодательстве) [3]. Превращая свои слабости в сильные стороны, банки смогут эффективно использовать финтех для повышения конкурентоспособности и улучшения обслуживания клиентов, включая обучение персонала новым технологиям и развития внутренней экспертизы в области финтеха, а также разработку четкой стратегии интеграции финтех-решений [4].

Финтех оказывает глубокое и многогранное влияние на традиционные банковские услуги, трансформируя финансовую индустрию. Он создает новые формы конкуренции, стимулирует банки к внедрению инноваций и адаптации к потребностям клиентов. Несмотря на определенные риски и вызовы, потенциал финтеха для улучшения финансовых услуг и расширения доступа к ним огромен. В будущем можно ожидать дальнейшее развитие финтех-технологий и их интеграцию с традиционными банковскими услугами, что приведет к созданию более удобных, доступных и персонализированных финансовых продуктов и услуг для всех категорий населения. Чтобы выжить и процветать в новой среде, банкам важно активно сотрудничать с финтех-компаниями, инвестировать в разработку собственных технологических решений и адаптировать свою бизнес-модель к изменениям на рынке.

Список литературы

1. Васильев, П. А. Влияние соцсетей на потребительское поведение в сфере финансовых услуг / П. А. Васильев // Вестник финансовых исследований. — 2020. — № 8. — С. 89–95. — DOI 10.5281/zenodo.4710319.
2. Коваленко, А. С. Влияние социальных медиа на восприятие банковских услуг клиентами / А. С. Коваленко // Финансовый вестник. — 2023. — № 5. — С. 56–62. — DOI 10.5281/zenodo.4527191.
3. Никитина, А. С. Практики вовлечения клиентов в банках через социальные медиа / А. С. Никитина // Маркетинг и общество. — 2023. — № 4. — С. 76–83. — DOI 10.25128/socialmedia.2023.0Ч06.
4. Орлова, М. В. Социальные медиа как инструмент повышения доверия к банкам / М. В. Орлова // Экономика и социология. — 2022. — № 3. — С. 76–84. — DOI 10.32014/2021.2415.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В. Е. Чечулин, *аспирант*, М. К. Черняков, *д-р экон. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
Новосибирский государственный технический университет (НГТУ),
г. Новосибирск, Россия
mkacadem@mail.ru

Статья посвящена исследованию роли конкурентоспособности как ключевого фактора устойчивого развития организаций в условиях современной рыночной экономики. Авторы рассматривают теоретические и практические аспекты оценки конкурентоспособности, анализируют различные методы и инструменты, применяемые для ее повышения. Особое внимание уделено взаимосвязи конкурентоспособности с качеством продукции, стратегическим управлением и устойчивым развитием предприятий. Статья представляет интерес для исследователей, руководителей организаций и специалистов в области стратегического менеджмента.

Ключевые слова: конкурентоспособность, устойчивое развитие, методы оценки, стратегическое управление, качество продукции, SWOT-анализ, матричные методы, интегральные показатели.

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающей сложностью и динамичностью внешней среды, в которой функционируют современные организации. В условиях глобализации и усиления конкуренции вопросы повышения конкурентоспособности становятся критически важными для обеспечения устойчивого развития предприятий. Статья своевременно рассматривает проблематику, связанную с поиском эффективных методов оценки и управления конкурентоспособностью, что делает ее значимой как для теоретиков, так и для практиков.

В современной организационной деятельности конкурентоспособность играет решающую роль, характеризуется положением на рынке организации и взаимоотношениями с другими компаниями, а также способностью предприятия вносить соответствующий вклад в экономические, экологические, производственные показатели и другие факторы [1]. Организации вынуждены искать новые способы улучшения качества производимых товаров, повышения цен, стимулирования спроса и увеличения прибыли.

Целью исследования является анализ роли конкурентоспособности в обеспечении устойчивого развития организаций, а также систематизация методов и инструментов, используемых для оценки и повышения конкурентоспособности предприятий. Авторы ставят задачу выявить ключевые факторы, влияющие на конкурентоспособность, и предложить рекомендации по их учету в стратегическом управлении.

Конкурентоспособность связана с качеством. Это означает, что его можно оценивать в рамках группы компаний в одной отрасли или производящих

аналогичные продукты (услуги). Его можно идентифицировать и сравнить между собой среди этих групп как в национальном масштабе, так и на мировом рынке. Конкурентоспособность компании — это ее преимущество по сравнению с другими компаниями в той же отрасли как внутри страны, так и за рубежом. Анализ конкурентоспособности предприятия требует: подготовку мероприятий, ориентированных на ее усиление; определение союзников и совместных мероприятий; разработку программ выхода компании на новые рынки; осуществление инвестиционной деятельности [2].

В статье использован комплексный подход, включающий как теоретические, так и практические методы исследования.

В условиях высокой неопределенности и изменчивости внешней среды регулярная всесторонняя оценка конкурентоспособности и гибкое реагирование на ее результаты становятся важнейшими факторами устойчивого развития предприятия.

Существуют определенные методы оценки конкурентоспособности [3].

1. Матричные методы. Основаны на построении матриц, отражающих положение предприятия и его продуктов на рынке. Наиболее известные:

— матрица БКГ. Предложена Бостонской консалтинговой группой. По горизонтали отражаются темпы роста рынка, по вертикали — доля рынка. Выделяются 4 категории продуктов: «звезды», «дойные коровы», «собаки» и «вопросительные знаки»;

— матрица General Electric/McKinsey. Учитывает привлекательность рынка и конкурентную позицию продукта на нем. Выделяет четыре стратегии: инвестиции, рост, избирательность, сокращение;

— матрица Ансоффа. Анализирует направления роста компании в зависимости от новизны продукта и рынка. Выделяет четыре стратегии: проникновение на рынок, развитие рынка, разработка продукта, диверсификация.

Достоинствами матричных методов являются наглядность, универсальность, учет различных факторов. Недостаток — субъективизм в оценке позиций компании и ее продуктов.

2. Методы оценки конкурентоспособности продукции.

Эти методы связывают конкурентоспособность предприятия и его продукции. Оцениваются качество и цена товаров/услуг компании и конкурентов. К методам оценки относится метод расчета интегрального показателя качества.

3. Методы на основе теории эффективной конкуренции.

Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособны компании с наилучшей организацией бизнес-процессов и эффективным использованием ресурсов. К таким методам относятся:

— методика оценки эффективности подразделений компании «Дан энд Брэдстрит»;

— метод комплексной оценки хозяйственной деятельности;

— метод функционально-стоимостного анализа (ФСА).

Преимуществом этих методов является комплексный учет различных факторов деятельности предприятия. Недостаток — сложность проведения оценки, необходимость большого объема входной информации.

4. Комплексные методы оценки конкурентоспособности.

Эти методы объединяют оценку текущей и потенциальной конкурентоспособности предприятия. К ним относятся:

- метод интегральной оценки;
- система сбалансированных показателей;
- методы с использованием нечеткой логики.

Их преимущество — комплексность, учет будущего потенциала предприятия. Недостаток — сложность при выборе показателей и их весов.

5. SWOT-анализ конкурентоспособности предприятия.

SWOT-анализ — метод оценки сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз. Проводится в несколько этапов:

- определение внутренних сильных и слабых сторон;
- выявление внешних возможностей и угроз;
- сопоставление полученных факторов и разработка стратегии.

Достоинства SWOT-анализа — простота и универсальность. Недостатки: субъективность, необходимость дополнительной стратегии.

6. Метод на основе рейтинговой оценки.

Этот метод заключается в присвоении балльных оценок показателям конкурентоспособности предприятия и его конкурентов. Проводится в несколько этапов:

- выбор наиболее важных показателей конкурентоспособности;
- присвоение весов показателям;
- оценка показателей предприятия и конкурентов в баллах;
- расчет интегрального показателя как суммы произведений весов и баллов;
- сравнение интегральных показателей и определение рейтинга конкурентоспособности.

Достоинства метода — простота и универсальность. Недостатки: субъективизм в выборе показателей и оценке баллов.

При выборе методов оценки конкурентоспособности важно учитывать отраслевую специфику. Для производственных предприятий актуальны методы оценки конкурентоспособности продукции, производственного потенциала, а также SWOT-анализ и бенчмаркинг. Для торговых предприятий важны оценки ассортимента, ценовой политики, лояльности покупателей, эффективности маркетинга. Применим SWOT-анализ, анализ бизнес-процессов. Для организаций сферы услуг: акцент на качестве и доступности услуг, уровне сервиса, имидже компании. Используются методы оценки лояльности клиентов, бенчмаркинг.

Сама эффективность бизнеса часто анализируется организационными специалистами, а оценка конкурентных преимуществ передается потребителям, которые проводят сравнения между предложениями компаний и их прямых конкурентов. В этом случае можно говорить об относительности понятия конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество связано с уровнем приверженности потребителей, что, в свою очередь, влияет на конкурентную стратегию организации, а именно на то, как происходит процесс конкуренции.

Теоретическая значимость статьи заключается в систематизации существующих подходов к оценке конкурентоспособности, что способствует углублению

научных знаний в области стратегического управления. Практическая ценность исследования состоит в разработке рекомендаций по применению рассмотренных методов для повышения конкурентоспособности и устойчивого развития организаций. Материалы статьи могут быть использованы руководителями предприятий для принятия обоснованных управленческих решений.

Конкурентоспособность является ключевым фактором устойчивого развития организации, а ее оценка должна быть регулярной и всесторонней. Подчеркивается важность учета отраслевой специфики при выборе методов оценки и управления конкурентоспособностью. Рекомендуется использовать комплексный подход, сочетающий матричные, интегральные и SWOT-методы, для более точного анализа и разработки стратегий.

Список литературы

1. Мокропуло, А. А. Конкурентоспособность как фактор устойчивого развития предприятия / А. А. Мокропуло // Научный вестник ЮИМ. — 2017. — № 3. — С. 57–62.
2. Чайников, В. Н. Мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности / В. Н. Чайников // РОСТ — Развитие, Образование, Стратегии, Технологии : сборник материалов VIII Всероссийской научно-практической конференции. — Чебоксары : Чувацкий государственный университет им. И. Н. Ульянова, 2024. — С. 165–174.
3. Черняков, М. К. Особенности конкурентоспособности предприятий торговли / М. К. Черняков, С. С. Мухторзода, В. Е. Чечулин. // Молодежь и наука: сб. науч. ст. 13 междунар. форума молодых ученых, посвящ. 60-летию основания ун-та, Гомель, 23–24 мая 2024 г. — Гомель : Изд-во БТЭУ ПК, 2024. — С. 234–237.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

А. С. Шендра, *обучающийся*, Е. А. Мытарева, *канд. геогр. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
Mutareva@Rambler.ru

Ключевые показатели эффективности (КПИ) стали важнейшим инструментом управления, позволяющим измерять и анализировать результаты работы. Настоящее исследование посвящено изучению теоретических основ формирования КПИ, их адаптации к современным условиям цифровизации и разработке методологии интеграции традиционных и цифровых метрик. В работе представлены результаты анализа существующих подходов к построению систем КПИ, а также предложены рекомендации по их применению в различных отраслях.

Ключевые слова: показатели эффективности, бизнес-процесс, мониторинг, управление, цифровизация, трансформация.

В условиях цифровой трансформации и глобальной конкуренции предприятия сталкиваются с необходимостью постоянного мониторинга своей деятельности для достижения стратегических целей. Современные экономические реалии требуют от предприятий (организаций) гибкости и способности адаптироваться к изменениям внешней среды. Важнейшим фактором успеха становится управление бизнес-процессами на основе определённых данных предприятий (организаций). Под этими данными подразумевается использование объективных инструментов для оценки эффективности бизнес-процессов. В этой связи приобретают особую значимость ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators, КПИ), так как они позволяют не только измерять результаты деятельности предприятий (организаций), но и управлять ими, тем самым позволяя обеспечивать достижение стратегических целей.

Ключевые показатели эффективности представляют собой универсальный инструмент для оценки прогресса в достижении целей предприятий (организации). Они могут быть использованы на различных уровнях управления, начиная от стратегического планирования и заканчивая операционным контролем. Традиционно КПИ классифицируются по направлениям деятельности предприятия (организации): финансовые, операционные, клиентские, стратегические. Однако в условиях информатизации общества и бизнеса эта классификация претерпевает изменения [2].

Актуальность исследования обусловлена растущей сложностью бизнес-среды, вызванной цифровизацией и внедрением новых технологий, в частности нейросетей. Несмотря на наличие значительного числа работ, посвящённых КПИ, эта проблема остаётся недостаточно изученной. Особенно это касается адаптации показателей к условиям цифровой трансформации. Целью исследования является изучение трансформации системы КПИ в условиях цифровизации и разработка подходов к их интеграции в управление современными предприятиями и организациями.

Для достижения поставленных целей был проведен анализ литературных источников по теме КРІ. В список вошли классические работы Kaplan и Norton (1996 г.), современные исследования по влиянию цифровизации на управление предприятиями и организациями. Кроме того, использовались методы кейс-анализа для изучения успешных практик внедрения КРІ на предприятиях различных отраслей [1]. Современные технологии предоставляют доступ к большому объему данных, что позволяет расширить спектр используемых показателей. Например, интернет вещей (IoT) и искусственный интеллект делают возможным мониторинг производственных бизнес-процессов в реальном времени, а цифровые маркетинговые платформы отслеживают вовлеченность пользователей с очень высокой точностью. Всё это говорит о том, что система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), предложенная Kaplan и Norton, остается одной из наиболее популярных методологий интеграции КРІ в управление предприятием (организацией). Она позволяет учитывать не только финансовые аспекты деятельности, но и такие элементы, как удовлетворенность клиентов, внутренние процессы и инновационную активность. Однако данная методология требует адаптации к условиям цифровой трансформации, где акцент смещается на использование данных из различных источников в режиме реального времени [3].

Цифровизация работы предприятий и организаций открывает новые возможности для повышения эффективности управления через автоматизацию сбора данных и внедрение аналитических систем. Современные BI-платформы (например, Power BI или Tableau) позволяют не только визуализировать данные, но и генерировать прогнозы на основе машинного обучения. Это приводит к появлению новых метрик, которые ранее были недоступны для анализа. Например, уровень вовлеченности пользователей в онлайн-среде или точность прогнозирования спроса покупателей становятся важными элементами системы КРІ. При разработке КРІ учитывают специфику деятельности организации. Другой сильной стороной системы КРІ является возможность оценки работы всего предприятия, его отдельных подразделений и конкретных работников. Такую систему можно применять в различных областях деятельности, но наиболее действенна она там, где вклад каждого сотрудника оказывает влияние на экономические показатели. Например, оценка деятельности агентов в страховых фирмах, менеджеров по персоналу в рекрутинговых агентствах, логистов в транспортных организациях.

Существующие подходы часто акцентируют внимание на финансовых показателях, игнорируя возможности современных технологий для оценки нематериальных активов, клиентской вовлеченности и инновационной активности. Настоящее же исследование направлено на восполнение этого пробела через анализ теоретических основ КРІ и разработку практической методологии их использования. Анализ существующих подходов к формированию системы КРІ показал, что большинство предприятий (организаций) до сих пор ориентируются на использование традиционных финансовых показателей. Однако в условиях развития IT-технологий растет значимость нематериальных активов, таких как клиентская лояльность или инновационная активность. Например,

в ситуациях, когда технологические предприятия (организации) активно используют показатели вовлеченности пользователей для оценки успеха своих продуктов. Кейс-анализ выявил необходимость интеграции традиционных и цифровых метрик в единую систему управления. В практической деятельности это выражается в комбинировании таких показателей, как рентабельность продукции и данные IoT о состоянии оборудования или ROI рекламных организаций с уровнями вовлеченности пользователей на цифровых платформах. Такой подход позволяет более комплексно оценивать результаты деятельности предприятия (организации) [4].

На основе собранных данных была разработана методология интеграции традиционных и цифровых метрик. Этот подход предполагает классификацию бизнес-процессов предприятия на основе их происхождения (традиционные или цифровые), выбор релевантных показателей для каждого процесса и их последующую автоматизацию с использованием современных технологий. Разработанная методология интеграции традиционных и цифровых KPI предполагает последовательную работу над определением стратегических целей предприятия, классификацией бизнес-процессов, выбором релевантных показателей и их автоматизацией с использованием BI-систем. Это позволяет не только улучшить качество управления предприятием (организацией), но и сократить время на принятие решений.

Результаты исследования подтверждают гипотезу о том, что интеграция традиционных и цифровых показателей повышает эффективность управления предприятием (организацией). При этом внедрение таких систем сопряжено с рядом вызовов: во-первых, требуется значительное инвестирование в технологии для сбора и анализа данных, во-вторых, существует риск перегрузки специалистов с избыточным объемом информации, что может негативно сказаться на качестве принимаемых решений. Эти проблемы подчеркивают важность разработки интуитивно-понятных интерфейсов для визуализации данных и обучения персонала. Главным преимуществом экономической системы, построенной с помощью ключевых показателей эффективности, является универсальность, так как осуществляется взаимосвязь с повышением заинтересованности работников в результатах деятельности предприятия (организации). Субъективно оценить эффективность деятельности предприятия довольно сложно. Поэтому нужны четко определенные критерии, которые показывают связь между плановыми показателями, уровнем реализации задач персоналом и полученными в целом результатами деятельности.

KPI позволяет объективно оценивать результаты работы предприятия (организации) при оптимальном использовании ресурсов и минимизации затрат.

Список литературы

1. Асафов, А. С. Влияние ключевых показателей эффективности на эффективность менеджмента нефтехимических предприятий / А. С. Асафов, М. Н. Кирилов // Цифровой регион. Социально-экономическое развитие

- сельских территорий: опыт, компетенции, проекты : материалы X Всероссийской научно-практической конференции, Княгинино, 28–29 марта 2023 года. — Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, 2023. — С. 22–25.
2. Бандурин, А. В. Особенности использования ключевых показателей эффективности предприятиями розничных торговых сетей / А. В. Бандурин, Д. Р. Ермакова // Теория и практика общественного развития. — 2023. — № 7 (183). — С. 113–124.
 3. Жусипова, С. М. Задачи и информационное обеспечение финансового состояния организаций / С. М. Жусипова, А. Н. Токтогулова // Актуальные научные исследования в современном мире. — 2022. — № 2–2 (22). — С. 73–78.
 4. Морозова, А. А. Ключевые показатели эффективности оценки эффективности контроллинга компаний электроэнергетики / А. А. Морозова // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. — 2023. — № 2 (56). — С. 17–29.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ И ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

М. А. Шишкина

Научный руководитель: Е. Б. Дворядкина, *д-р экон. наук, профессор*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
marina_shishkina_2001@list.ru

В данной работе проанализированы специфические особенности обеспечения экономической безопасности строительной организации. Также исследована сущность этого понятия, рассматриваемая как совокупность условий и факторов, влияющих на него.

Ключевые слова: экономическая безопасность, строительная организация, обеспечение экономической безопасности, сущность экономической безопасности строительной организации.

В настоящее время отрасль строительства играет важную роль в национальной экономике. Необходимость в обеспечении экономической безопасности строительных организаций возрастает вследствие увеличения объема строительства и притока инвестиций, что делает данное исследование актуальным в современных условиях. Оно предполагает всесторонний анализ факторов и условий, влияющих на безопасность, что поможет разработать эффективные механизмы управления и обеспечить стабильность строительных организаций в условиях быстро меняющегося рынка.

Целью данной работы является раскрытие сущности экономической безопасности в строительстве во взаимосвязи с отраслевыми особенностями функционирования строительных организаций. Для теоретического анализа использованы методы исследования, включая изучение нормативно-правовых актов, учебных пособий и статей.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается в том, что она позволяет глубже изучить сущность экономической безопасности строительных организаций. Анализ факторов и условий ее обеспечения предоставляет возможность выявить специфические вызовы, характерные для строительной сферы. Это, в свою очередь, может стать основой для разработки практических рекомендаций, направленных на обеспечение экономической безопасности.

Термин «экономическая безопасность» можно анализировать с различных точек зрения, однако в данном исследовании более подробно интересна именно экономическая безопасность организации. Наиболее полным и универсальным определением этого понятия является следующее: «Экономическая безопасность организации — это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного ее функционирования» [5].

Экономическая безопасность связана с возможностью того, чтобы улучшать и оптимизировать разного рода отрасли национальной экономики, в том числе и строительство. Строительный комплекс представляет собой уникальную производственно-хозяйственную систему, состоящую из предприятий по производству строительных материалов и организаций, занимающихся проектированием и строительством зданий.

Строительный сектор имеет свои отраслевые особенности, например, нормативно установленные требования безопасности, которые следует соблюдать участникам строительства объектов (рис. 1).

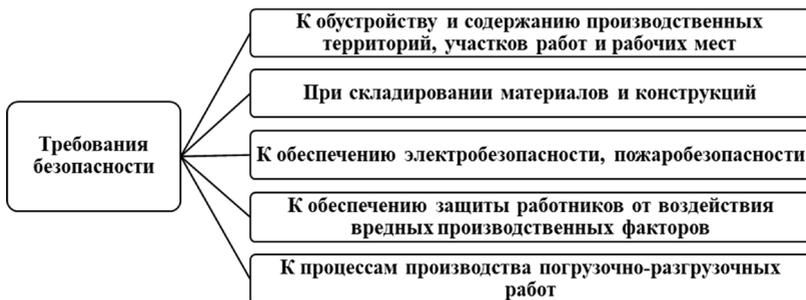


Рис. 1. Требования безопасности в строительной отрасли (составлено автором по [1])

Кроме того, строительные организации должны проводить подготовительные работы на стройплощадке для обеспечения безопасности (рис. 2).

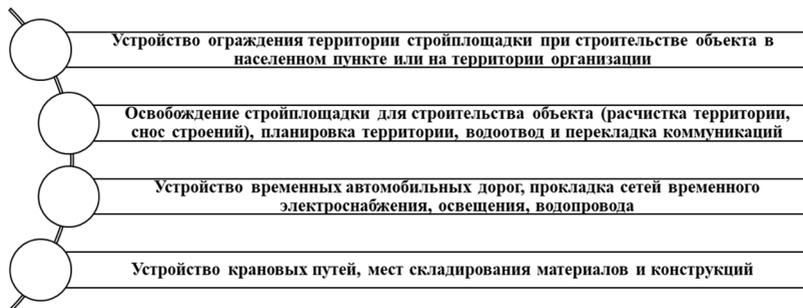


Рис. 2. Подготовительные работы на стройплощадке для обеспечения безопасности (составлено автором по [2])

Строительно-монтажные работы на объекте строительства должны проводиться с учетом мероприятий, представленных на рис. 3.

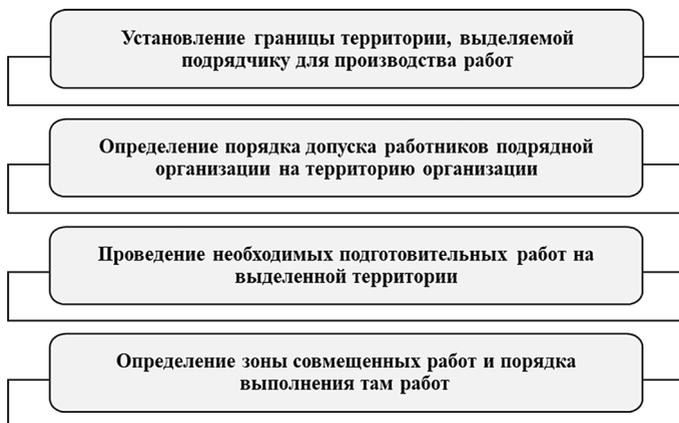


Рис. 3. Мероприятия, которые должны проводиться при выполнении строительно-монтажных работ на территории строящегося объекта (составлено автором по [2])

Обеспечение высокого уровня экономической безопасности строительной организации зависит от следующих мероприятий:

- наблюдение за отношениями персонала, работающего с клиентами, будущими заказчиками и представителями органов власти;
- противодействие угрозам внутреннего мошенничества;
- надзор за качеством выполняемых работ и субподрядными отношениями;
- неразглашение коммерческой тайны организации [4].

Для понимания и оценки уровня экономической безопасности организации следует иметь представление о факторах, определяющих ее. Это комплекс окружающих условий, воздействующих на параметры безопасности.

На деятельность строительной организации оказывают влияние следующие отраслевые факторы, обусловленные спецификой данной сферы: доступ к инвестициям, рынок строительных материалов, высокий уровень незавершенного строительства, требующий дополнительных финансовых ресурсов, непредсказуемые погодные условия, нехватка квалифицированных специалистов, ограниченность земельных ресурсов, спрос населения на жилье [3].

На основе всего вышесказанного можно прийти к выводу, что экономическая безопасность строительной организации занимает центральное место в ее деятельности и зависит от множества отраслевых факторов. Важно определить как итог, что именно подразумевается под *экономической безопасностью* в контексте строительной сферы. Это состояние защищенности от негативного воздействия внешних и внутренних факторов, создание условий, обеспечивающих устойчивое и благоприятное ее функционирование, получение прибыли, а также хозяйственная самостоятельность в процессе производства строительной продукции и оказания строительных услуг.

Список литературы

1. О принятии строительных норм и правил Российской Федерации «Безопасность труда в строительстве. Часть 1. Общие требования»: постановление Госстроя РФ № 80; принято Госстроем РФ 23 июля 2001 г. — Москва : Госстрой РФ, 2001.
2. О принятии строительных норм и правил Российской Федерации «Безопасность труда в строительстве. Часть 2. Строительное производство»: постановление Госстроя РФ № 123; принято Госстроем РФ 17 сентября 2002 г. — Москва : Госстрой РФ, 2002.
3. Галицына, Д. Р. Экономическая безопасность функционирования и развития строительной организации / Д. Р. Галицына [и др.] // Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика : сборник статей IX Международной научно-практической конференции (Пенза, 27 декабря 2021 года). — Пенза, 2021. — С. 26–31.
4. Голощапова, А. С. Особенности обеспечения экономической безопасности строительной организации / А. С. Голощапова // Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей III Международной научно-практической конференции. В 2 ч. (Пенза, 23 мая 2020 года). — Пенза : Наука и Просвещение. — 2020. — С. 78–80.
5. Дворядкина, Е. Б. Экономическая безопасность : учеб. пособие / Е. Б. Дворядкина, Я. П. Силин, Н. В. Новикова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — 2-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. — 194 с.

УДК 678

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПОСУДОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПЛАСТМАСС

Д. К. Борисова, *обучающийся*, М. В. Севостьянова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
dari.bori5owa@yandex.ru

Статья посвящена исследованию качественных характеристик посудохозяйственных изделий из пластмасс. В настоящее время проблема применения полимерных материалов как в производстве посуды, так и в изготовлении упаковочных материалов стоит остро, так как это связано с проблемой утилизации отходов и вредом, который может нанести посуда потребителю, поэтому важно изучать вопросы качества изделий из пластмасс.

Ключевые слова: посудохозяйственные изделия из пластмасс, оценка качества, крышки, показатели качества.

В настоящее время для производства посуды применяют различные виды материалов, такие как стекло, керамика, металлы, пластмассы. Последняя группа материалов используется наиболее широко и на то есть свои причины и объяснения. Во-первых, такая посуда имеет значительно меньшую стоимость, что, несомненно, является преимуществом при выборе потребителями. Во-вторых, как правило, посуда из пластмасс всегда внешне привлекательна, окрашивается в яркие цвета. В-третьих, большинство пластмасс обладают высокими прочностными свойствами и устойчивостью к ударам и изгибам. Но у данной посуды есть и существенные недостатки, главными из которых являются быстрое старение и порой невозможность вторичной переработки, что формирует большую экологическую проблему. Так, по данным ученых, пластмассы выпускаются с середины прошлого столетия, и за это время из выпущенных более 8 млрд тонн переработано не более 10 % всего объема. Кроме того, не все пластмассы являются безопасными для человека. Сами по себе полимеры нетоксичны и не способны мигрировать в продукты питания, но технологические добавки, растворители и продукты распада способны проникать в пищу и оказывать токсическое воздействие на человека. Поэтому важно знать, из какого полимерного материала изготовлена посуда [2]. Именно это определило цель исследований — оценить качество посудохозяйственных изделий из пластмасс.

На начальном этапе было установлено, что посуда из пластмасс должна соответствовать требованиям ГОСТ Р 50962–96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия» [1].

Объектом исследования были выбраны крышки полимерные для банок разных производителей: крышка для банок полиэтиленовая, изготовитель ООО «KEAT», Россия; крышка для банок полиэтиленовая, производитель

ООО «Москвичка», Россия; крышка для банок полиэтиленовая, изготовитель ООО «РуссКрышка», Россия; крышка для банок полиэтиленовая, производитель ООО «КЕЛит», Россия; крышка полипропиленовая, изготовитель ООО «МКВИК ПЛАСТ», Россия.

Первым этапом оценки качества была оценка полноты маркировки на соответствие требованиям ГОСТ Р 50 962–96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия». Проведенные исследования установили, что все пять образцов соответствуют требованиям ГОСТ Р 50962–96, маркировочные данные указаны в полном объеме, информация указана как на бумажном носителе, так и на самом изделии в виде информационных знаков.

Вторым этапом исследования была оценка внешнего вида, результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты оценки внешнего вида образцов

№ образца	Требования ГОСТ 50962–96	Фактические результаты оценки внешнего вида
Образец 1	Изделия не должны иметь острых (режущих, колющих) кромок, если это не определено функциональным назначением изделия. Следы от формующего инструмента не должны иметь острых (режущих, колющих) краев. Не допускается выступание литника над опорной поверхностью	Изделие цельное, окрашенное в массу, без рисунка и отделки, без применения деталей из других материалов. Не имеет острых кромок, след от литника не выступает над опорной поверхностью
Образец 2		Изделие цельное, окрашенное в массу, без рисунка и отделки, без применения деталей из других материалов. Не имеет острых кромок, след от литника не выступает над опорной поверхностью
Образец 3		Изделие цельное, окрашенное в массу, без рисунка и отделки, без применения деталей из других материалов. Не имеет острых кромок, след от литника не выступает над опорной поверхностью
Образец 4		Изделие цельное, неокрашенное, без рисунка и отделки, без применения деталей из других материалов. Не имеет острых кромок, след от литника не выступает над опорной поверхностью
Образец 5		Изделие цельное, окрашенное в массу, без рисунка и отделки, без применения деталей из других материалов. Не имеет острых кромок, след от литника не выступает над опорной поверхностью

Проведенные исследования позволили заключить, что все изделия соответствуют требованиям ГОСТ 50962–96, отклонений не выявлено.

Третьим этапом оценки качества было определение вида применяемой пластмассы путем пробы на горение. Проведенные исследования показали, что образцы 1–4 при горении размягчались, горели слабым пламенем с выделением парафина и оплавлялись, что соответствует характеристикам полиэтилена, заявленным производителями в маркировке. Образец № 5 показал горение

аналогично предыдущим четырем образцам, но капли расплава немного жёстче, а дым с острым запахом жженой резины, что по характеристикам соответствует полипропилену, также заявленному производителем в маркировке. Таким образом, все образцы изготовлены из материалов, заявленных производителями.

Следующим этапом была оценка устойчивости образцов к горячей воде. Результаты проведённых испытаний представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты определения устойчивости к горячей воде

№ образца	Требования ГОСТ 50962–96	Результат оценки
Образец 1	При контакте с горячей водой изделие должно сохранять внешний вид и окраску, не деформироваться и не растрескиваться при температуре (70±5) °С	Изделие сохраняет внешний вид, не деформируется и не растрескивается
Образец 2		Изделие сохраняет внешний вид, не деформируется и не растрескивается
Образец 3		Изделие сохраняет внешний вид, не деформируется и не растрескивается
Образец 4		Изделие сохраняет внешний вид, не деформируется и не растрескивается
Образец 5		Изделие сохраняет внешний вид, не деформируется и не растрескивается

Проведенные исследования показали, что образцы продукции сохраняют свою форму и внешний вид при воздействии горячей воды, не подвергаясь деформации или трещинам.

Завершающим этапом оценки качества образцов изделий из пластмасс было определение герметичности крышек. Данный показатель является важным для крышек, которые применяются для консервирования и для хранения пищевых продуктов, имеющих разную консистенцию, в том числе и жидкую. Результаты представлены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты определения герметичности крышек образцов

№ образца	Требования ГОСТ 50962–96	Результат оценки
Образец 1	Изделие считают выдержавшим испытание, если пятна воды на фильтрованной бумаге отсутствуют	Крышка не является герметичной, пятна воды на фильтрованной бумаге присутствуют
Образец 2		Крышка не является герметичной, пятна воды на фильтрованной бумаге присутствуют
Образец 3		Крышка не является герметичной, пятна воды на фильтрованной бумаге присутствуют
Образец 4		Крышка герметична, пятна воды на фильтрованной бумаге отсутствуют
Образец 5		Крышка герметична, пятна воды на фильтрованной бумаге отсутствуют

Таким образом, результаты исследования качества образцов позволили заключить, что все образцы соответствуют требованиям ГОСТ 50 962–96 по внешнему виду и устойчивости к горячей воде, а по показателю герметичности только образцы № 4, 5 показали свою полную герметичность, а у трех образцов результаты оказались неудовлетворительными.

Список литературы

1. ГОСТ Р 50962–96. Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия. — Москва : Стандартинформ, 2008. — 24 с.
2. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/ 2011). — Введ. 2011-08-01 [Электронный ресурс]. — URL: <https://base.garant.ru> (дата обращения: 21.02.2025).

ЭТИКА В РЕКЛАМЕ: КАК КОМПАНИИ СПРАВЛЯЮТСЯ С ВЫЗОВАМИ ПРОЗРАЧНОСТИ И ЧЕСТНОСТИ

А. А. Жмурова

Научный руководитель: А. И. Чишевич, *старший преподаватель*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
a.chishevich@mgumariupol.ru

В условиях глобализации и цифровизации реклама становится все более проникающей, что создает новые вызовы для этики. Цель данного исследования заключается в изучении основных этических проблем, с которыми сталкиваются рекламодатели и PR-специалисты, а также в оценке влияния этих проблем на доверие потребителей к брендам.

Ключевые слова: социальная ответственность, этические стандарты, уважение, обратная связь, вовлеченность, обучение, кодекс этики, мониторинг, сотрудничество.

Этический маркетинг базируется на таких принципах, как честность, открытость и уважение к клиентам. Подразумевается, что организация должна воздерживаться от обманных методов, манипуляций и ложных рекламных заявлений. Для исследования данной темы используются различные методы и инструменты, включая анализ литературы для изучения существующих исследований, кейс-стади для анализа реальных примеров компаний, которые столкнулись с этическими проблемами, а также контент-анализ рекламных материалов на наличие этических нарушений и манипулятивных техник [1].

Для создания успешно рекламы компаниям следует придерживаться важных этических аспектов. Этика в маркетинге имеет ключевое значение и формирует основные принципы, которыми следует руководствоваться при разработке рекламных кампаний. Важнейшими этическими принципами являются честность и точность информации, подразумевается, что рекламные материалы должны быть правдивыми и избегать ложных обещаний и преувеличенных характеристик товаров или услуг.

Уважение к потребителям также играет важную роль: рекламные стратегии не должны вторгаться в личное пространство клиентов, вызывать у них негативные чувства или вводить в заблуждение. Забота о здоровье и безопасности означает, что реклама не должна поощрять опасные или вредные действия и должна поддерживать идеи здорового образа жизни. Социальная ответственность требует учитывать интересы общества и способствовать улучшению качества жизни людей. Наконец, прозрачность и честность в рекламе подразумевают, что рекламные сообщения должны быть ясными и доступными, не скрывая важную информацию или вводя потребителей в заблуждение [2].

Рекламные кампании часто используют эмоциональные приемы, чтобы вызвать у потребителей определенные чувства и ассоциации с продуктом. Некоторые рекламы могут внушать страх, зависть или комплексы, чтобы побудить

к покупке. Такая манипуляция может быть этически неприемлемой [3]. Например, Calvin Klein часто использует сексуальные образы и провокационные сюжеты в своих рекламных кампаниях. Это может вызывать у потребителей зависть или желание быть частью «элитной» группы. Этические вопросы возникают из-за возможного негативного влияния на самооценку и восприятие сексуальности у молодежи.

Одним из примеров успешного использования этического маркетинга может послужить компания ИКЕА. ИКЕА стремится к устойчивому развитию и уменьшению своего влияния на природу. Фирма трудится над тем, чтобы все ее товары к 2030 году были сделаны из возобновляемых или переработанных вещей. ИКЕА также запускает планы по уменьшению углеродного следа и улучшению условий работы для своих работников и поставщиков. Также эта фирма предлагает своим клиентам участвовать в проектах по переработке и повторному использованию вещей, например, через программы обмена старой мебели на новые товары.

Практическая важность этого исследования заключается в создании советов для фирм по выстраиванию этических норм в их рекламной стратегии. В нынешних условиях современный рынок, где покупатели становятся все более умными и требовательными, компании сталкиваются с проблемой улучшения этической стороны своих рекламных интеграций. Внедрение этических стандартов может способствовать увеличению доверия потребителей к бренду, что является важным аспектом успешного бизнеса. Когда компании соблюдают этические принципы, это помогает формировать положительный имидж и укреплять лояльность клиентов.

Для достижения этих целей важно обеспечить прозрачность и честность в рекламных материалах, что означает точное представление информации о продукте или услуге без искажений и избегание ложных утверждений. Также необходимо раскрывать информацию о спонсорстве, если реклама включает платное сотрудничество с блогерами или другими влиятельными личностями. Социальная ответственность должна занимать одно из ключевых мест — компании могут поддерживать социальные инициативы, включая темы экологии и здравоохранения в своих рекламных кампаниях, а также избегать различные стереотипы.

Этические стандарты контента предполагают отказ от манипулятивных методов, таких как запугивание или создание ложного чувства срочности. Важно уважать интеллектуальный и эмоциональный уровень своей целевой аудитории. Создание каналов для обратной связи позволит потребителям оставлять отзывы и комментарии о рекламе, а вовлечение аудитории в процесс создания контента через различные конкурсы или опросы поможет укрепить связь пользователей с брендом.

Обучение и развитие сотрудников также имеют большое значение. Регулярные тренинги по этике в маркетинге повысят понимание сотрудниками возможных рисков и правильное создание эффективной рекламной кампании. Фирмы должны создать внутренний кодекс этики, который станет руководством для разработки рекламного контента. Важно отметить, что регулярный мониторинг

своей рекламной кампании на соблюдение этических стандартов, а также анализ отзывов потребителей помогут выявить слабые места и улучшить их.

Список литературы

1. Ипатова, Н. В. Этические аспекты в рекламе и связях с общественностью: проблемы и решения / Н. В. Ипатова // Молодой ученый. — 2023. — № 30 (477). — С. 63–65. — URL: <https://moluch.ru/archive/477/105071/> (дата обращения: 18.02.2025).
2. Ивлева, М. И. Этика и рынок: этический аспект рекламы / М. И. Ивлева // Социально-гуманитарные знания. — 2010. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-i-rynok-eticheskiy-aspekt-reklamy> (дата обращения: 18.02.2025).
3. Галавтина, А. В. Этические аспекты рекламы в борьбе за доверие потребителей / А. В. Галавтина, К. С. Жарая // Traektoriâ Nauki = Path of Science. — 2016. — № 5. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskie-aspekty-reklamy-v-borbe-za-doverie-potrebiteley> (дата обращения: 20.02.2025).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Л. Е. Колпакова, *обучающийся*, О. В. Кондратьева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
larisa.kolpakova1985@mail.ru

Данная статья предоставляет теоретический анализ различий в организации логистики на складах в России и Казахстане, акцентируя внимание на ключевых аспектах, таких как инфраструктура, технологии, кадровые ресурсы и законодательные особенности.

Ключевые слова: складская логистика, транспортная инфраструктура, системы управления складом (WMS), GPS- и RFID-технологии.

Складская логистика — это совокупность функций, принципов, технологий и механизмов, связанных с содержанием и управлением потоками грузов. Определение включает в себя способы и методы управления складом, организацию его работы. Основные задачи складской логистики — обеспечение безопасности товаров, удобства их перемещения, прозрачного и понятного учета [1]. В современных условиях складская логистика является незаменимой частью деятельности любого предприятия, перед которым стоит цель долгосрочного существования и развития. Особенно это важно для производственных предприятий и торговых компаний. Правильная логистика позволяет обеспечивать оперативную доставку и хранение различных материальных ценностей.

Актуальность проведенного исследования заключается в том, что складская логистика является неотъемлемой частью современной системы управления цепочками поставок. Эффективная организация логистического процесса на складе обеспечивает оптимальное использование ресурсов, минимизацию затрат и повышение качества обслуживания клиентов. В статье рассмотрены теоретические аспекты организации логистических процессов на складе, включая прием, хранение, комплектование и отгрузку товаров, а также вопросы управления запасами, автоматизации процессов и применения новых технологий в складской логистике.

Целью данного исследования является сравнительный анализ организационных особенностей складской логистики в России и Казахстане, а также выявление основных вызовов и перспектив для развития логистической инфраструктуры в этих странах.

В ходе исследования использовался метод сравнительного анализа и элементы SWOT-анализа.

Одним из самых заметных различий между российской и казахстанской логистикой является уровень развития инфраструктуры. Россия как страна с

более высокоразвитыми экономическими и промышленными центрами обладает развитыми транспортными сетями, что позволяет более эффективно организовывать логистику складов в крупных городах и индустриальных зонах. В Казахстане, несмотря на значительный потенциал в развитии транспортной инфраструктуры, существуют сложности с логистической сетью в отдаленных регионах, что ограничивает возможности для эффективной организации складской логистики [2].

1. Транспортная инфраструктура. Россия располагает развитой сетью автодорог, железных дорог и портов, что обеспечивает гибкость и оперативность в доставке товаров. В Казахстане же логистическая сеть сосредоточена в крупных экономических центрах, таких как Алматы и Астана, в то время как удаленные районы имеют ограниченный доступ к современной инфраструктуре. Это существенно влияет на логистику складов, особенно в контексте доставки товаров в отдаленные регионы.

2. Географическое положение. Россия, имея выход к многочисленным международным рынкам, активно развивает морскую логистику и международные транспортные коридоры. Казахстан, будучи страной с ограниченным выходом к морю, ориентирован в большей степени на железнодорожные и автотранспортные маршруты для поставок товаров.

3. Автоматизация процессов. В России широкое распространение получили системы управления складом (WMS), автоматизированные системы сортировки и транспортировки товаров, а также роботизированные технологии. В Казахстане автоматизация складов развивается медленнее, что связано с недостаточным уровнем инвестиций в новейшие технологии и оборудование. Тем не менее, наблюдается рост интереса к этим технологиям, особенно в крупных городах.

4. Использование цифровых решений. В России активно используются цифровые решения для оптимизации логистических процессов, включая системы мониторинга и отслеживания товарных потоков с помощью GPS- и RFID-технологий. Казахстан, в свою очередь, находится на этапе внедрения подобных технологий, однако уровень их распространения пока не так высок.

5. Кадровые ресурсы и профессиональная подготовка. Различия в кадровом потенциале и уровне профессиональной подготовки логистов также оказывают влияние на организацию логистических процессов в обеих странах. В России существует развитая сеть учебных заведений, предлагающих образование в области логистики, что способствует высокому уровню квалификации специалистов. В Казахстане количество учебных заведений, предлагающих программы по логистике, также растет, но в силу меньшего уровня развития образовательных программ и трудностей с привлечением зарубежных экспертов уровень подготовки специалистов в области логистики еще не достиг того уровня, который есть в России [3].

6. Кадровая политика. В России логистические компании чаще применяют комплексный подход в управлении персоналом, активно инвестируя в тренинги и повышение квалификации сотрудников. В Казахстане кадровая политика

в сфере логистики постепенно разворачивается в сторону повышения квалификации, но пока значительная часть кадров работает по более простым стандартам и не всегда обладает необходимыми навыками для работы с высокотехнологичными системами.

7. Таможенные и транспортные правила. Россия и Казахстан имеют разные таможенные процедуры и стандарты перевозки товаров, что влияет на скорость обработки грузов и общую организацию логистического процесса. В России система таможенных процедур более автоматизирована, что позволяет сократить время на оформление и проверку грузов.

8. Государственная поддержка. В России на уровне государства существует более развитая система поддержки логистических компаний, включая налоговые льготы, субсидии на развитие инфраструктуры и поддержку инновационных проектов. Обе страны находятся на пути модернизации складской логистики, однако темпы и особенности этого процесса различны. В России активно внедряются передовые технологии, а также развиваются международные транспортные коридоры, что способствует улучшению логистики на складах. Казахстан, в свою очередь, продолжает развивать свою инфраструктуру и интегрировать новые цифровые решения, что в будущем может значительно улучшить качество логистических процессов в стране [4].

Для улучшения организации складской логистики в обеих странах необходимы:

- разумная планировка склада при выделении рабочих зон, что станет способствовать уменьшению расходов и модернизированию хода обработки товаропотока;
- результативное использование пространства при расстановке и использовании складского оснащения, что дает возможность повысить мощность склада;
- применение инновационной техники, выполняющей разнообразные технологические действия;
- оптимизация маршрутов внутрискладской перевозки с целью уменьшения эксплуатационных расходов и повышения пропускной способности склада;
- реализация унитизации партий отгрузок и использования централизованной доставки, что дает возможность значительно уменьшить транспортные расходы.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно расширяет научные представления о складской логистике, специфике организации и управления логистическими процессами в России и Казахстане.

Практическая значимость исследования заключается в том, что оно представляет конкретные рекомендации для улучшения организации складской логистики в России и Казахстане, что может быть полезным для предприятий, работающих в этой сфере.

Важно отметить, что успешная модернизация складской логистики в обеих странах будет зависеть от уровня инвестиций в инновации, инфраструктурное развитие и подготовку высококвалифицированных специалистов.

Список литературы

1. Лаптева, Н. И. Логистика: теория и практика : учебник / Н. И. Лаптева. — Москва : Юрайт, 2018. — 466 с.
2. Шевченко, В. В. Логистика в России. Проблемы и перспективы развития / В. В. Шевченко. — Москва : Наука, 2019. — 250 с.
3. Абдуллаев, С. Е. Логистика Казахстана: вызовы и пути совершенствования : учебник / С. Е. Абдуллаев. — Алматы : Экономика, 2019. — 288 с.
4. Коробков, И. А. Логистика: организация и управление. Основы логистических процессов : учебник / И. А. Коробков, А. П. Гончаров. — Москва : Инфра-М, 2020. — 351 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОСТАВОК ТОВАРОВ В СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

С. О. Литвинов, *обучающийся*, О. В. Кондратьева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
litvinovso7sem@yandex.ru

В данной работе проведено исследование организации поставок товаров в строительной компании и основных направлений её развития. Автором выявлено, что в неуклонно развивающейся сфере логистики наблюдаются заметные изменения, продиктованные адаптацией к потребительским запросам, увеличением объёмов грузоперевозок и открытостью к новым рынкам.

Ключевые слова: организация поставок, цепь поставок, закупочная логистика, логистика, логистическая цепочка.

Актуальность проводимого исследования заключается в том, что в современных условиях эффективность и оптимизация процессов поставок товаров от поставщиков играют значимую роль в достижении положительных результатов и конкурентоспособности компании. Стремительные изменения в мировой экономике, рост конкуренции и повышенные требования потребителей породили необходимость постоянного совершенствования в области оптимизации поставок.

Таким образом, оптимизация поставок товаров от поставщиков становится стратегическим преимуществом для организации, позволяющим минимизировать затраты, повышать эффективность и обеспечивать высокое качество обслуживания.

В связи с этим целью данной работы является проведение исследования организации поставок товаров на строительном рынке г. Новосибирска.

При написании работы использовались следующие научные методы: общелогические (анализ, синтез, обобщение, дедукция, индукция аналогия, моделирование и др.); теоретического исследования (гипотетико-дедуктивный метод); эмпирического исследования (наблюдение, эксперимент, сравнение). Взаимодействие этих методов определяет методологический подход к исследованию.

Научная новизна исследования заключается в обосновании систематизации логистических инноваций и формировании методических рекомендаций в области складской логистики.

Наиболее существенные результаты исследования заключаются в следующем:

- рассмотрена сущность коммерческой работы по оптовым закупкам и поставкам товаров;
- определена сущность логистического подхода в управлении цепями поставок;
- разработаны меры по улучшению организации поставок.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что разработанные в работе положения и полученные результаты создают теоретическую, методологическую и практическую базу и могут быть использованы организацией для улучшения своих ранее полученных достижений.

Для того, чтобы компания могла организовать правильно поставку товаров на свой склад, ей необходимо соблюдать последовательность этапов этой организации:

1. Планирование.
2. Снабжение.
3. Транспорт и доставка.
4. Приёмка и складирование.

Таким образом, вся организация поставок начинается с планирования, т. е. с определения потребности в материалах и оптимизации сроков и объемов поставок, затем необходимо найти и выбрать поставщиков, согласовать поставки и провести контроль качества, после следует обеспечить сохранность материалов во время транспортировки и оптимизировать используемое пространство.

Для того, чтобы все этапы организации поставок в строительную компанию осуществлялись бесперебойно с минимальными рисками, ей необходимо определиться с выбором метода организации закупок, отталкиваясь от своих потребностей. На данный период существует три разновидности этих методов.

1. Приобретение материалов и сырья одной партией.

Такая практика ограничивает возможность к внедрению эластичности в структуре ценообразования. Кроме того, длительный период хранения усиливает риск убытков, вызванных порчей продукции.

2. Приобретение материалов и сырья небольшими партиями.

Данный подход предполагает быстрое возмещение вложений при уменьшенных затратах на обслуживание.

3. Приобретение материалов и сырья по мере необходимости.

Используя данный метод поставок, организация освобождает себя от твердых обязательств по покупке определенного количества материала и сводит к минимуму работу по оформлению документов.

Функциональное начало системы закупок наступает с момента оформления покупательского заказа у выбранного поставщика. Специалисты по транспортному подразделению на ранней стадии анализируют оптимальные пути перевозки строительных материалов от производства до склада, оценивая такие параметры, как стоимость и продолжительность транспортировки. Последующая миссия ложится на плечи склада, где специалисты обязаны гарантировать непрерывный прием, сохранение целостности товаров и их своевременную отгрузку в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами.

Начальная стадия в приобретении материалов и технических средств контролируется системой закупочной логистики, которая также занимается управлением финансовыми, информационными и трудовыми потоками, необходимыми для технологической подготовки строек.

В процессе создания строительных элементов и конструкций, а также выполнения проектных, монтажных и наладочных работ система логистики регулирует

движение ресурсов между предприятиями-поставщиками и самой строительной организацией.

Процесс становления логистических цепей в строительной организации ведется по двум ключевым направлениям: во-первых, это оптимизация компонентов логистической структуры, которая достигается через применение принципов, таких как системность, иерархичность и структурированность. Во-вторых, важный аспект заключается в обеспечении гармоничного взаимодействия между различными элементами цепочки поставок, что особенно выражается через эффективный информационный обмен среди всех участников системы снабжения. Эта система включает в себя многочисленные компоненты, формирующие её основу.

Ключевые этапы могут включать:

1. Прогнозирование спроса. Управление запасами обеспечивает равномерное распределение продукции между филиалами, предотвращая дефицит и обеспечивая бесперебойную работу.

2. Складирование. Отвечает за сохранность запасов, в то время как доставка включает в себя перемещение товаров как внутри организации, так и на рынок к потребителю.

3. Ценообразование. Подразумевает выбор наилучшей цены, которая учитывает как рыночный спрос, так и общие затраты.

Комплекс цепи поставок объединяет центрального участника, т. е. строительную организацию, который взаимодействует с поставщиками, посредниками и конечными участниками логистической цепочки.

Организация цепи поставок с высокой степенью эффективности позволяет снижать затраты, сокращать сроки поставки и увеличивать рыночное присутствие. Для улучшения работы по управлению цепями поставок строительной отрасли применяют и активно внедряют ERP-решения, которые позволяют участникам процесса легко обмениваться документами и быстро решать возникающие проблемы, таким образом минимизируя риски сбоев в поставках. Кроме того, отображается прогресс выполнения строительных работ и состояние операций логистических компаний.

Список литературы

1. Афанасенко, И. Д. Логистика снабжения / И. Д. Афанасенко. — Москва : Питер, 2024. — 761 с.
2. Неруш, Ю. М. Транспортная логистика : учебник / Ю. М. Неруш, С. В. Саркисов. — Москва : Юрайт, 2024. — 352 с.
3. Логистика: простыми словами о непростых понятиях [Электронный ресурс]. — URL: <https://logists.by/blog/logistika-osnovy-i-printsipy-upravleniya-postavkami-skladirovaniem-i-transportirovkoj-tovarov-v-prostyh-slovah> (дата обращения: 10.02.2025).

ВЗАИМОСВЯЗЬ СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В ЗАРУБЕЖНОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

Я. А. Мушарова

Научный руководитель: Е. И. Макринова, *д-р экон. наук, профессор*
Белгородский университет кооперации, экономики и права (БУКЭП),
г. Белгород, Россия
musharowa.yana@yandex.ru

В статье рассматриваются некоторые особенности взаимодействия социальной и коммерческой рекламы, их симбиоз и его воздействие на социум, а также влияние уровня общественного одобрения на компанию или бренд, который является заказчиком рекламы. Раскрываются понятия CRM-кампании (Cause Related Marketing, CRM) и корпоративной социальной ответственности (КСО), а также дается аналитический отчет по результатам социологического исследования с целью изучения отношения общественности к социальной рекламе, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ).

Ключевые слова: социальная реклама, CRM-кампания, социальная адаптация, рекламная кампания.

С давних времен, когда для распространения информации использовалось так называемое сарафанное радио, суть рекламы определялась двумя фразами: распространение информации о продукте и мотивация к покупке (или любого иного действия, необходимого хозяину того или иного продукта). Со временем реклама развивалась, совершенствовалась и вбирала в себя новые функции. Так появилась третья цель рекламы: сформировать положительный образ продукта. Это было необходимо для того, чтобы потенциальный покупатель принял решение о покупке и совершил ее. Причем в случае, если тот конкретный товар с положительным имиджем, который хотел приобрести покупатель, по какой-то причине не может быть продан ему (например, его больше нет), покупатель приобретал аналогичный продукт в том же магазине или у того же торговца. Таким образом происходит процесс формирования лояльности покупателя к магазину, бренду или одному конкретному продавцу [1]. Так работает коммерческая реклама: создает условия, при которых потребитель хочет купить тот или иной продукт, и наполняет информационное поле вокруг товара выгодными для его реализации данными. Подобным образом функционирует и социальная реклама. Отличие лишь в том, что она не побуждает потребителя к покупке, а стимулирует его к изменению поведенческих моделей путем привлечения внимания к острым общественным проблемам.

Реклама способствует адаптации к новым условиям. Именно поэтому она особенно важна в эпоху перемен. Сейчас в динамично развивающемся мире каждое изменение в области науки и технологий влечет за собой обязательные изменения в общественной жизни и законодательстве [1].

Хорошим примером этому может служить ситуация в банковской сфере. Так, до появления мобильных приложений банков телефонных мошенников не было. Позвонить человеку в надежде на то, что он пойдет в банк и отправит

кому-то деньги, было бессмысленно. Сейчас же каждое неверное ответное действие или даже слово может привести к тому, что человек лишится всех своих средств. Поэтому к безопасности в физическом мире добавляется безопасность в мире информационном / виртуальном.

Таким образом, социальная и коммерческая рекламы помогают человеку адаптироваться в изменчивых условиях жизни. Так, например, если еще 20 лет назад благотворительность прочно ассоциировалась с большими корпорациями и очень богатыми людьми, то сейчас она является чем-то обычным и привычным для каждого человека, потому что появилось понимание: пара кликов в смартфоне и даже сто рублей могут действительно помочь нуждающемуся. Раньше благотворительность отмечалась почетными грамотами. Сейчас это не требуется. Люди стали более социально ответственными [4].

Со временем социальная реклама стала видоизменять свои функции, углублять их и расширять сферы своего влияния. Так, некоторое время назад социальная реклама частично приобрела функцию формирования имиджа продукта, бренда, компании и т. д. в рамках реализации плана коммерческой рекламы. Так постепенно два вида рекламы сливаются воедино.

Социальные формулировки бывают так органично вписаны в коммерческую рекламу, что становятся неотделимы от нее. Так, например, рекламный ролик Volkswagen Darth Vader под названием «Сила», повествует о том, как маленький мальчик в костюме главного антагониста «Звездных войн» силой мысли пробует повлиять на разные объекты. Он делает попытку воздействовать на собаку, тренажер, куклу и прочее. Конечно, все это не приводит к необходимому результату, и главный герой сильно расстраивается. В это время домой приезжает его отец на машине марки Volkswagen Passat. Мальчик бежит навстречу, пробует использовать свою энергию — и автомобиль заводится. Ребенок счастлив. Он думает, что его мечта сбылась. На самом деле за происходящим из окна наблюдали родители, и папа завел машину пультом дистанционного управления [1].

Фрагмент этого ролика представлен на рис. 1. За пять месяцев в Сети, с 6 февраля по 6 июня 2011 года, он набрал на YouTube более 40 млн просмотров и стал лауреатом Каннского фестиваля рекламы.



Рис. 1. Кадр из рекламного ролика Volkswagen Darth Vader «Сила»

При создании социальной и/или коммерческой рекламы следует учитывать культурные особенности государства, на территории которого она будет демонстрироваться. В качестве яркого примера можно рассмотреть рекламу бренда Dolce&Gabbana, вышедшую в 2018 году в Китае перед модным показом. Данная реклама не нашла социального одобрения и получила большой негативный отклик со стороны общественности. Бренд даже обвинили в расизме, а в китайской социальной сети Weibo появилось движение «Бойкот Dolce» [1].

Рекламный ролик назывался «Еда палочками», кадр из него представлен на рис. 2. В нем миловидная азиатская модель пробовала блюда итальянской кухни, но делала это с помощью китайских палочек для еды. Вид ее, пытающейся съесть огромный кусок пиццы, длинные спагетти и канеле, был комичным. Изначальная цель рекламы: знакомство Китая с популярными блюдами итальянской кухни — не была достигнута. Зато разразился большой скандал [3].



Рис. 2. Кадр из рекламного ролика «Еда палочками»

Корпоративные социальные действия, целью которых является удовлетворение социальных потребностей (КСО), в современном их виде появились в США в 1960-х гг. XX века. Сущность этой концепции такова: бизнес, включая крупных и мелких производителей продукции и услуг, а также их реализаторов, обязан работать во благо общества и учитывать его интересы [5].

При этом бизнес — это не альтруист, не волонтер и не филантроп. Он служит обществу, но его основная цель — увеличение прибыли и улучшение показателей. В этом помогает социальная реклама, которая неизменно затрагивает сердца и умы людей, побуждает их к нужным реакциям. С одной стороны, компания всегда имеет большую прибыль. С другой стороны, какая-то часть этой прибыли действительно жертвуется на спасение китов, восстановление лесов и прочее [1].

Чтобы понимать отношение общественности к социальной рекламе, необходимо обратиться к данным исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в рамках которых социальная реклама рассматривается как важнейший инструмент в процессе изменения поведенческих моделей в обществе [2]. Внешний вид сайта, на котором представлено упомянутое выше исследование, представлен на рис. 3.

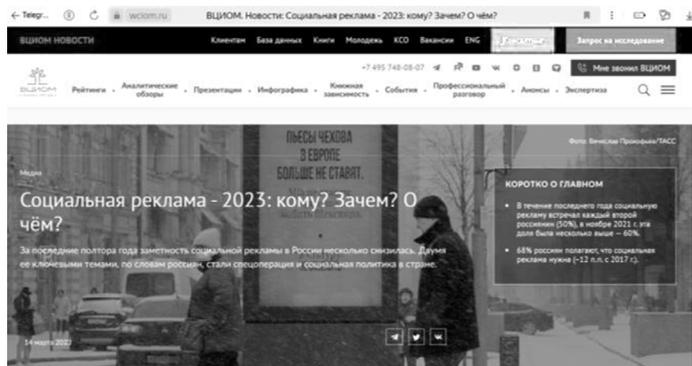


Рис. 3. Сайт ВЦИОМ с материалами исследования «Социальная реклама — 2023: кому? Зачем? О чём?»

По результатам опроса, проведенного в марте 2023 года, с социальной рекламой в течение календарного года встречался каждый второй россиянин, т. е. 50 % от общего числа граждан. Из них 29 % запомнили ее содержание и, соответственно, 21 % нет.

Таким образом, социальная реклама — это не просто способ продвижения компании и ее товаров на рынке, но еще и попытка сблизиться с потребителем, «подружиться» с ним. Это позволяет компании выгодно отличаться от своих конкурентов, иметь более высокую прибыль и стабильные показатели, что, в конечном счете, ведет к увеличению доли рынка.

Список литературы

1. Арутюнян, Л. А. Некоторые особенности взаимосвязи социальной и коммерческой рекламы / Л. А. Арутюнян, Г. М. Захарова. // Реклама. Теория и практика. — 2023. — № 1. — С. 2–14. — URL: <https://grebennikon.ru/article-f9wn.html>.
2. Социальная реклама — 2023: кому? Зачем? О чем? — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnaja-reklama-2023-komu-zachem-o-chjom>.
3. Закиров, Д. С. Социальная реклама. Тенденции развития социальной рекламы / Д. С. Закиров, А. С. Гурьянов // Тинчуринские чтения-2023 «Энергетика и цифровая трансформация»: материалы Международной молодежной научной конференции. В 3 томах / Под общей редакцией Э. Ю. Абдуллазянова. Том 3. — Казань: Казанский государственный энергетический университет, 2023. — С. 538–544.
4. Макринова, Е. И. Исследование российского рекламного рынка как информационной составляющей инфраструктуры развития бизнеса /

- Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, А. В. Финтисова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2023. — № 1 (98). — С. 151–159.
5. Макринова, Е. И. Прогнозирование социально-экономических параметров рынка услуг как способ снижения угроз развития предпринимательства / Е. И. Макринова, В. В. Лысенко, В. В. Григорьева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2017. — № 6 (67). — С. 24–36.

ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЛОГИСТИКЕ

А. Д. Огиенко, *обучающийся*, Т. В. Плотникова, *канд. техн. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ntabalor@mail.ru

Целью настоящего исследования было изучение современных тенденций и технологий в инновационном менеджменте в мировой экономике и, в частности, в логистике. На примере наиболее актуальных технологий подтверждена полезность инновационного управления на предприятии как грамотного способа сокращения затрат на дополнительный персонал. Дополнительно обнаружены недостатки направления, выраженные высокой разовой стоимостью их внедрения, что, в свою очередь, подчёркивает важность грамотного подхода менеджеров к их выбору для конкретного предприятия.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, технологии в логистике, управление инновациями, роботизация складов, корпоративная логистика.

Рыночная экономика в современном понимании представляет собой нестабильную, быстроменяющуюся среду, внутри которой происходит сильная конкуренция между продавцами и прочими участниками рынка. Для выхода новой компании на рынок или же с целью сохранения имеющихся позиций вовлечёнными сторонами происходит непрерывный процесс поиска или разработки новых конкурентных преимуществ, способных улучшить положение компании среди конкурентов.

Актуальность темы обусловлена важностью технического и технологического развития компании для поддержания её эффективности на рынке.

Одним из ключевых элементов организации с давних времён является логистика. Даже если компания не имеет логистический профиль, то так или иначе она связана с логистикой. Парадоксально, что с развитием инфраструктуры и видов транспортировки возникают новые проблемы, которые приводят к усложнению работы логистической службы и, как следствие, увеличению расходов на передвижение сырья и готовой продукции.

Инновационный менеджмент при всей своей широте применения также существует и в логистике, что призвано улучшить её качество. Инновации в логистике обладают своей спецификой, поскольку цель самой логистики — минимизация соответствующих затрат с сохранением или развитием качества процессов. Поэтому применяемые инновации по сути своей не могут приносить больше прибыли компании — логистика сама по себе не может приносить прибыль [1].

К инновациям не обязательно относятся новые технологии, появившиеся несколько месяцев. К ним также относятся и более старые разработки, которые отсутствуют на предприятии в силу его возраста или региональных особенностей (отдалённые регионы, страны третьего мира, природно-климатические особенности). Поэтому для разных стран и предприятий рекомендуемые

инновации также могут отличаться, помимо очевидных отличий в специализации компаний [2].

Для визуализации современной обстановки относительно актуальных инноваций в логистике имеет смысл рассмотреть список наиболее цитируемых в различных источниках технологий за последние пять лет (таблица).

Актуальные технологии в транспортной логистике

Технология	Вид транспорта	Индекс значимости
БПЛА	воздушный	1,00
Смарт-контракты	любой	0,95
Интеллектуальные транспортные системы	автомобильный	0,48
Беспилотные автомобили	автомобильный	0,38
Системы управления запасами	любой	0,17
Электромобили	автомобильный	0,13
Биометрическая аутентификация	воздушный	0,12
Автономные суда	морской	0,03
Технологии V2X	автомобильный	0,02
Спутниковые системы навигации	любой	0,01

Сопоставив полученные данные с актуальными известными инновациями в России, можно подтвердить корректность данного списка. Наиболее интересные из них можно рассмотреть более детально.

Наибольшей актуальностью обладают БПЛА-дроны, основная цель которых заключается в быстром трёхмерном перемещении товаров и посылок как внутри склада, так и до домов покупателей. Самой известной реализацией технологии можно назвать сервис Prime Air от Amazon, использующий для этой цели дронов.

Соответствующие работы проводятся с 2014 года, однако сервис доступен лишь в очень ограниченном списке локаций и до сих пор крайне дорогой. На 2022 год средняя стоимость доставки составила \$ 484, что практически в 20 раз превышало ожидаемую стоимость в \$ 63. Более того, важным моментом является высокая стоимость производства самих дронов — \$ 146,000 за единицу. Дальность доставки тоже не самая привлекательная — 5 километров.

Беспилотный транспорт, представленный автомобилями и морскими видами, позволяет автоматизировать процесс доставки без необходимости содержать в штате водителей и соответствующий персонал. Данная технология развивается достаточно быстро в гражданском секторе как беспилотные такси. Более крупные виды транспорта типа самолётов или круизных лайнеров более сложные в реализации. С данными категориями сильно связаны технологии в сфере ИИ, позволяющие роботам и системам работать независимо от оператора.

Достойны внимания AR и VR-технологии, позволяющие совмещать реальный рабочий процесс с виртуальной информацией. Различные очки, гарнитуры

и приложения позволяют использовать больше информации в процессе работы для повышения её качества.

Информационные технологии связывают все звенья логистических цепочек, что относится также к трекингу транспорта и грузов для покупателей и грузоотправителей. В эту же категорию можно отнести такие технологии, как IoT (интернет вещей), геолокацию, спутниковые системы навигации и другие.

Большое разнообразие роботов позволяет владельцам складов подобрать требуемых для автономной работы. Компактные LMR-роботы с возможностью широкой кастомизации, FMR-роботы для перемещения палет, APR-роботы с функционалом FMR и габаритами LMR и многие другие позволяют автоматизировать многие производственные и складские процессы внутри компании, что однозначно приводит к уменьшению затрат.

Однако, как и в случае с БПЛА, многие современные инновации являются недостаточно оптимизированными для простого коммерческого использования. Это выражается в высокой стоимости закупки технологий и их введения в логистические процессы компаний, трудностям или невозможности их доставки в отдельные регионы, а также невозможностью их обслуживания по причине отсутствия местных сервисных центров. На степень развития и доступности тех или иных технологий сильно влияет инновационная политика государства [4].

В этом и заключается проблематичность инновационного менеджмента: чем новее и более инновационна технология, тем сложнее её применить на практике обычным компаниям. Поэтому является разумной стратегия предприятий в «следовании за рынком», когда применяются инновации, уже полностью вошедшие на рынок, однако в данном случае уже сложнее назвать такие технологии действительно инновационными.

В зависимости от поставленных задач на предприятии может быть разработан свой уникальный алгоритм выбора и внедрения инноваций, однако в общем виде его можно представить как последовательность «планирование и анализ — сравнение и выбор альтернатив — утверждение и внедрение — контроль и оценка результатов» [3].

Эти цели уникальны для разных компаний, но в общем виде их можно классифицировать на экономические или рыночные (по типу цели), а также внешние или внутренние (в зависимости от сферы её достижения) [5]. Подобные ошибки могут не повлиять на рост инвестиций, связанный с повышением престижа компании за счёт использования новых технологий, однако они могут отразиться на отсутствии роста конкурентоспособности или даже её снижении. Взаимосвязь данных показателей подчёркивает необходимость глубокого анализа при оценке отслеживаемых показателей для определения результативности внедрения инноваций.

Таким образом, руководство, ответственное за внедрение инноваций в организации, должно обладать достаточным уровнем компетенций и понимания исследуемого рынка, чтобы безошибочно разрабатывать стратегии по обновлению бизнес-процессов, иначе это может привести к серьёзным убыткам.

Список литературы

1. Аннаев, А. Инновационный менеджмент как одно из направлений стратегического менеджмента / А. Аннаев // Символ науки. — 2023. — № 6–1. — С. 51–52.
2. Антонова, Н. Л. Развитие инновационного менеджмента в России / Н. Л. Антонова, А. А. Караева // *The Scientific Heritage*. — 2021. — № 81. — С. 36–37.
3. Бекбосынов, А. К. Совершенствование методологических аспектов управления инновационным развитием предприятия в условиях модернизации экономики / А. К. Бекбосынов // Бюллетень науки и практики. — 2021. — № 11. — С. 274–283.
4. Малхасьян, С. С. Развитие бизнеса в эпоху инновационного менеджмента / С. С. Малхасьян, А. Г. Сайко // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2022. — № 67. — С. 88–91.
5. Тяпухин, А. П. Структура принципов инновационного менеджмента / А. П. Тяпухин // Управленческое консультирование. — 2022. — № 9. — С. 95–105.

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

С. В. Стариков

Научный руководитель: Л. М. Капустина, *д-р экон. наук, профессор*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
sergeystarikov22@mail.ru

В данной работе рассматриваются роль и влияние маркетинговых технологий на формирование конкурентных преимуществ организаций, а также анализируются примеры их успешного применения в различных отраслях. Определена роль маркетинговых технологий в деятельности российских компаний: Сбербанк России, Т-Банк, Ozon и «Золотое яблоко».

Ключевые слова: маркетинговые технологии, MarTech, аналитика данных, автоматизация, персонализация, цифровая реклама, омниканальный маркетинг.

В условиях высокой конкуренции на современном рынке компании стремятся не только завоевать, но и удержать свою долю. Как известно, MarTech (Marketing Technology — маркетинговые технологии) — это программы и другие технические инструменты для планирования, производства и измерения результатов маркетинговых активностей и взаимоотношения с клиентами. Современные компании всё чаще используют искусственный интеллект (AI), большие данные (Big Data), автоматизацию и персонализированные подходы. Эти технологии помогают лучше понимать запросы клиентов, повышать эффективность бизнес-процессов и улучшать результаты маркетинговых кампаний. В исследовании Е. А. Байкова отмечается, что цифровые маркетинговые технологии не только способствуют продвижению и продаже продукции, но и становятся важнейшим ресурсом для стратегических конкурентных преимуществ [1].

Целью данного исследования является анализ влияния современных маркетинговых технологий на формирование конкурентных преимуществ компаний.

Использованы методы системного и сравнительного анализа, кейс-метод. Проанализирована роль внедрения маркетинговых технологий в деятельность российских компаний, таких как Сбербанк, Т-Банк, Ozon и «Золотое яблоко». Основными источниками информации послужили научные статьи, отчёты и данные компаний.

Практическая значимость заключается в разработке рекомендаций по внедрению MarTech для повышения конкурентоспособности компаний.

Анализ влияния маркетинговых технологий на конкурентные преимущества компаний позволяет выделить несколько ключевых направлений.

1. Аналитика данных. Использование Big Data, AI и машинного обучения позволяет компаниям анализировать клиентов, прогнозировать спрос и персонализировать предложения, а автоматизированные CRM-системы (системы управления взаимоотношениями с клиентами) помогают выстраивать

долгосрочные отношения с клиентами и повышать их лояльность. Компании, которые внедряют аналитику данных, получают глубокое понимание потребностей своей целевой аудитории, и это помогает им быстрее реагировать на рыночные изменения и предлагать клиентам более ценные продукты и услуги.

Например, Сбербанк активно внедряет AI и Big Data в маркетинг. Его цифровая платформа анализирует поведение клиентов, чтобы предлагать персонализированные банковские услуги и кредитные предложения, что увеличивает уровень лояльности пользователей. Кроме того, голосовой помощник «Салют» помогает клиентам находить нужные продукты и управлять финансами. По предварительным оценкам, финансовый эффект от внедрения искусственного интеллекта в Сбербанке в 2022 г. превысил 230 млрд рублей [2]. Таким образом, цифровые технологии маркетинга не только улучшают качество клиентского обслуживания, но и обеспечивают Сбербанку устойчивое конкурентное преимущество на финансовом рынке.

2. Автоматизация. Чат-боты и голосовые помощники играют ключевую роль в автоматизации маркетинговых процессов, обеспечивая оперативное взаимодействие с клиентами, персонализируя предложения, повышая эффективность рекламных кампаний, а также значительно улучшают клиентский опыт. Автоматизация маркетинга способствует ускорению работы и оптимизации использования ресурсов, что дает возможность бизнесу сосредоточиться на стратегическом развитии и укреплении рыночных позиций.

В качестве успешного примера можно привести Т-Банк, где чат-боты и голосовые помощники позволяют клиентам решать финансовые вопросы без участия операторов банка, что, в свою очередь, не только снижает затраты на обслуживание, но и улучшает клиентский опыт. Благодаря быстрому и удобному взаимодействию с клиентами банк повышает уровень удовлетворенности и лояльности, что в долгосрочной перспективе способствует увеличению повторных обращений и удержанию клиентов. Согласно отчету Gartner, компании, использующие чат-ботов для обслуживания клиентов, смогут снизить операционные расходы на 30 % [3]. Следовательно, автоматизация маркетинга создает устойчивое конкурентное преимущество за счет улучшения клиентского опыта и более эффективного управления маркетинговыми коммуникациями.

3. Персонализация и цифровая реклама. Благодаря современным маркетинговым технологиям компании могут предлагать потребителям персонализированный контент и рекламу. Программатик-реклама, контекстная реклама и таргетированная реклама, контент-маркетинг и email-рассылки на основе предпочтений пользователей позволяют значительно повысить эффективность маркетинговых кампаний и минимизировать затраты. Использование персонализированного маркетинга позволяет компаниям лучше взаимодействовать с клиентами, повышая их доверие и снижая вероятность ухода к конкурентам.

Онлайн-ритейлер Ozon активно использует комплексные инструменты внутренней рекламы для повышения эффективности маркетинговых кампаний и стимулирования продаж. С помощью платформы Ozon Performance продавцы могут продвигать карточки товаров в поисковой выдаче и размещать баннеры, что способствует увеличению видимости продукции. Также Ozon применяет

программатик-рекламу и email-рассылки, основанные на предпочтениях пользователей, что позволяет системе машинного обучения анализировать поведение клиентов и предлагать персонализированные скидки и рекомендации товаров. Такой подход не только повышает конверсию и средний чек, но и обеспечивает достижение высоких маркетинговых метрик: CTR (отношение числа кликов на рекламу к числу ее показов) рекламных кампаний оказывается сопоставимым с медийными размещениями на других площадках, а post-click-показатели (события после клика на рекламу и перехода на посадочную страницу в интернете) на Ozon — одними из самых высоких, что свидетельствует о большом интересе аудитории маркетплейса к предлагаемым продуктам [4]. Таким образом, персонализированный маркетинг не только увеличивает эффективность рекламных кампаний, но и способствует росту доверия клиентов. Компании, использующие такие стратегии, получают конкурентные преимущества, повышают лояльность аудитории и укрепляют свои позиции на рынке.

4. Омниканальный маркетинг. Современные компании используют омниканальный подход, объединяя онлайн- и офлайн-каналы для создания единого пользовательского опыта. Например, использование мобильных приложений, геолокационных сервисов и систем аналитики позволяет компаниям предлагать клиентам релевантные предложения в нужное время и в нужном месте. Компании, которые используют омниканальный подход, обеспечивают клиентам максимальный комфорт и удобство, что, в свою очередь, повышает уровень удовлетворённости и сокращает вероятность потери покупателей.

Торговая сеть по продаже товаров для жизни, красоты и дома «Золотое яблоко» использует омниканальный подход, объединяя онлайн-магазин, мобильное приложение и офлайн-магазины. Программа лояльности, основанная на анализе покупательских данных, позволяет клиентам получать персонализированные скидки и предложения как в приложении, так и в магазинах. Согласно исследованиям, компании с сильными омниканальными стратегиями удерживают до 89 % своих клиентов, тогда как у тех, кто полагается на меньшее число каналов, этот показатель составляет около 33 %; увеличивают годовой доход на 9,5 % и одновременно сокращают расходы на 7,5 % благодаря более эффективному взаимодействию с клиентами [5]. Компании, внедряющие омниканальный маркетинг, не только удерживают существующих клиентов, но и привлекают новых, что обеспечивает устойчивый рост и лидерские позиции на рынке.

Таким образом, современные цифровые маркетинговые технологии — это не просто средства продвижения, а инструменты, которые помогают компаниям выстраивать и укреплять свои конкурентные преимущества. Организации, активно использующие аналитику, автоматизацию, персонализацию и омниканальный маркетинг, получают возможность глубже понимать свою аудиторию, быстрее адаптироваться к изменениям рынка и предлагать клиентам инновационные решения, недоступные их конкурентам. Активное внедрение MarTech и адаптивное использование цифровых технологий к особенностям своего бизнеса позволяет компаниям не только усилить рыночные позиции, но и создать долгосрочные преимущества перед конкурентами.

Список литературы

1. Байков, Е. А. Применение цифровых маркетинговых технологий для достижения стратегического конкурентного преимущества / Е. А. Байков // Стратегическое управление развитием цифровой экономики на основе умных технологий : монография / Под ред. А. В. Бабкина. — Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. — С. 621–643. — DOI 10.18720/IEP/2021.2/29.
2. Искусственный интеллект в Сбербанке. 28.11.2024. — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 02.02.2025).
3. Чат-боты на основе AI: новый уровень ДБО. 08.04.2024. — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 03.02.2025).
4. Ozon Performance: как бизнесу разной величины найти клиентов среди пользователей маркетплейса 04.02.2025. — URL: <https://seller.ozon.ru/media/boost/ozon-performance-kak-biznesu-raznoj-velichiny-najti-klientov-sredi-polzovatelej-marketplejsa/> (дата обращения: 04.02.2025).
5. Dey, P. Omnichannel Statistics (2024) Every Business Needs To Know / P. Dey. — URL: <https://www.bettercommerce.io/blog/omnichannel-statistics-every-business-needs-to-know-for-2024> (дата обращения: 05.02.2025).

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В РФ

А. А. Федотова

Научный руководитель: Н. В. Лохман, *д-р экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
anastasia.fedotova685@mail.ru

Проведен анализ, который показал, что таргетированная реклама является одним из методов рекламной деятельности, который делает акцент на персонализированных и целенаправленных сообщениях для определенной группы потенциальных потребителей. Таргетированная реклама в маркетинговой деятельности является ключевым инструментом в современных условиях цифрового маркетинга.

Ключевые слова: таргетированная реклама, интернет, рынок, реклама.

Актуальность рассматриваемой темы определяется тем, что с развитием цифровых технологий и расширением онлайн-пространства таргетированная реклама действительно стала важным инструментом в маркетинге. Она позволяет компаниям эффективно привлекать внимание аудитории. В условиях сложной конкурентной среды компании используют анализ данных для более точного определения целевой аудитории. Это помогает снизить затраты и повысить эффективность рекламных кампаний.

Цель статьи — исследовать роль и проанализировать развитие таргетированной рекламы в маркетинге, с особым акцентом на ее применение в социальных сетях.

В рамках данных исследований применяются методы сравнения и анализа при оценивании данных рекламного рынка России.

С появлением интернета общество получило множество новых возможностей. Новые инструменты для ведения бизнеса стали доступны благодаря интернету, и в настоящее время таргетированная реклама становится всё более популярной и эффективной. Разнообразие методов таргетирования является ключевым аспектом в маркетинговых стратегиях и рекламных кампаниях. Эти методы помогают компаниям и рекламодателям выявить свою аудиторию и эффективно передать ей свои послания.

В современном мире можно выделить несколько категорий таргетинга: локальная, поведенческая, социально-демографическая, временная, по интересам, по количеству запросов [2].

Проанализируем структуру, объем и динамику рынка рекламы с целью выявления основных факторов, влияющих на маркетинг фирм и рекламный сектор в России. Изучение данной структуры помогает рекламодателям найти оптимальные места для размещения своих объявлений.

Структура рекламного рынка России представлена в табл. 1.

Таблица 1

Структура рекламного рынка России в 2019–2023 гг., % [1]

Сегмент рекламного рынка	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г. (I полугодие)
Телевидение	35,4 %	35,7 %	35,7 %	35,4 %	35,2 %
Радио	3,2 %	2,4 %	2,4 %	2,6 %	2,8 %
Пресса	3,0 %	1,7 %	1,7 %	1,6 %	1,5 %
Out of Home (реклама на улицах)	8,9 %	6,8 %	6,8 %	7,0 %	7,2 %
Интернет	49,4 %	53,4 %	53,4 %	53,4 %	53,3 %
ИТОГО по медиарынку	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Анализ данных табл. 1 показывает, что сегмент интернета по-прежнему демонстрирует наиболее стремительный рост, стабильно увеличивая свою долю в рекламной индустрии. Параллельно с этим популярность телевидения неуклонно снижается, и за первое полугодие 2023 года на него пришлось лишь 35,2 %. После падения в период 2019–2021 гг. радиореклама продемонстрировала небольшой подъем. В первой половине 2023 г. она заняла 2,8 % рекламного рынка. Печатные издания также демонстрирует спад на протяжении всего анализируемого времени, однако скорость этого падения постепенно уменьшается. Доля рынка внешней рекламы снижалась, упав до 6,8 % к 2021 г. Однако с 2022 г. тренд изменился, и наблюдается постепенный рост: до 7,0 % в 2022 г. и 7,2 % за первые полгода 2023 г., что свидетельствует о возросшем интересе к этому виду продвижения.

Объем рекламного рынка демонстрирует объем рекламной деятельности (табл. 2).

Таблица 2

Объем рекламного рынка России в 2019–2023 гг., млрд руб. [1]

Сегмент рекламного рынка	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г. (I полугодие)
Телевидение	175,0	169,0	169,0	170,0	172,0
Радио	16,0	11,2	10,0	11,0	12,0
Пресса	15,1	8,0	7,0	6,0	5,0
Out of Home (реклама на улицах)	43,8	32,2	30,0	31,0	32,0
Интернет	244,0	253,0	265,0	280,0	295,0
ИТОГО по медиарынку	493,8	473,4	481,0	498,0	516,0

Вложения в интернет-рекламу продемонстрировали подъем, увеличившись с 493,8 млрд руб. в 2019 году до 516 млрд руб. в первой половине 2023 года, что указывает на устойчивый рост данной отрасли. Несмотря на некоторые колебания, телевидение сохраняет существенную часть рынка, демонстрируя объем в 170 млрд руб. за первые шесть месяцев 2023 года. В то же время радио, пресса и Out of Home показывают спад финансовых показателей. Их итоговые объемы составили 4,9 млрд, 15,5 млрд и 10,7 млрд руб. соответственно.

В первом полугодии 2023 г. объем рынка интернет-услуг продемонстрировал заметное увеличение, достигнув внушительной отметки в 295,0 млрд руб. Рынок рекламы продолжает расширяться, в первую очередь из-за увеличения расходов на интернет-рекламу, тогда как остальные сегменты в основном демонстрируют сокращение затрат.

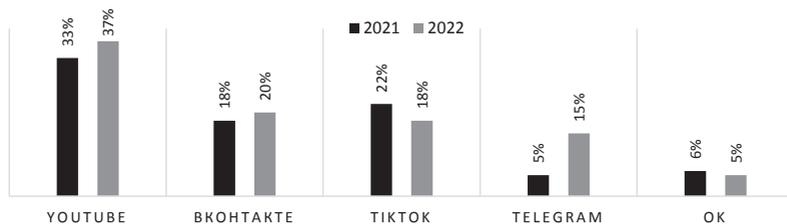
Динамика изменения структуры рекламного рынка представлена в табл. 3.

Таблица 3

**Динамика изменения структуры рекламного рынка России
в 2019–2023 гг., % [1]**

Сегмент рекламного рынка	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г. (I полугодие)
Телевидение	-6 %	-3 %	-8 %	-5 %	-10 %
Радио	-5 %	-30 %	-3 %	6 %	1 %
Пресса	-16 %	-47 %	-10 %	-5 %	-3 %
Out of Home (реклама на улицах)	0 %	-27 %	-5 %	0 %	2 %
Интернет	20 %	4 %	2 %	4 %	3 %
ИТОГО по медиарынку	5 %	-4 %	1 %	3 %	1 %

В табл. 3 представлена динамика структуры рекламного рынка с 2019 по 2022 г. по различным сегментам. Особенно выделяется сектор Интернета, который продемонстрировал значительный рост в 2019 г., но затем испытал спад, оставаясь при этом среди лидеров с 20 %. В то же время телевидение и пресса показывают снижение своей популярности. Что касается радио, то в 2022 г. этот сектор сталкивался с негативными результатами: -30 %, однако в 2022 г. наблюдается рост использования до 6 %, и в 2023 г. сохраняется положительная тенденция. В отношении Out of Home стоит отметить, что в указанный период она почти не развивалась, а напротив, показатели снижались, однако к 2023 г. увеличились на 2 %. Графическое представление динамики спроса на рекламу в популярных социальных сетях представлено на рисунке.



Динамика спроса на рекламу в популярных соцсетях [1]

Широко известные платформы вроде VK, OK, Telegram и TikTok интенсивно применяют таргетированную рекламу. Согласно исследованию «IAB Russia» за 2023 год, этот вид рекламы по-прежнему очень популярен среди

рекламодателей. 85 % брендов, продвигающих свои продукты в социальных сетях, используют таргетированную рекламу.

В заключение можно сказать, что таргетированная реклама действительно является ключевым элементом цифрового маркетинга. Успех в её использовании зависит от способности адаптироваться к изменяющимся условиям и потребительским предпочтениям, а также от постоянного анализа результатов рекламных кампаний для оптимизации стратегий.

Рекомендации: для получения высоких показателей и продвижения бренда нужно не только использовать таргетированную рекламу, но и необходимо интегрировать в стратегию компании комплексный подход к маркетингу, где важную роль играет множество различных инструментов и методик.

Список литературы

1. Кобзева, А. Г. Таргетированная реклама в маркетинговой деятельности / А. Г. Кобзева, В. С. Никулина, Н. Г. Силкина // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 5. — URL: <https://esj.today/PDF/63ECVN523.pdf> (дата обращения: 13.02.2025).
2. Основы таргетированной рекламы [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mango-office.ru/journal/for-marketing/targetirovannaya-reklama/bazadlya-novichkov/> (дата обращения: 14.02.2025).

УДК 911.5

**РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА
ПРИАЗОВСКОГО РЕГИОНА**

В. В. Бабаевская

Научный руководитель: И. В. Колодяжная, *канд. экон. наук, доцент*

Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи,

(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия

vbabaevskaa@mail.ru

В данной работе рассмотрены проблемы развития туристско-рекреационного кластера Приазовского региона, выявлены направления развития туристического потенциала на побережье Азовского моря.

Ключевые слова: кластер, регион, потенциал, туризм, инфраструктура.

Актуальность исследования, проведенного в данной статье, обусловлена необходимостью активизировать развитие туристической отрасли Российской Федерации как одного из доходных секторов экономики. Особое внимание уделяется развитию такого перспективного направления, как внутренний туризм.

Целью работы является определение перспектив развития туристского потенциала Приазовья на основе исследования понятия «туристический потенциал».

В качестве методов исследования избраны методы анализа и синтеза, системный анализ, сравнительный анализ, моделирование.

Практическая значимость исследования заключается в определении перспективных направлений развития туристского потенциала Приазовья.

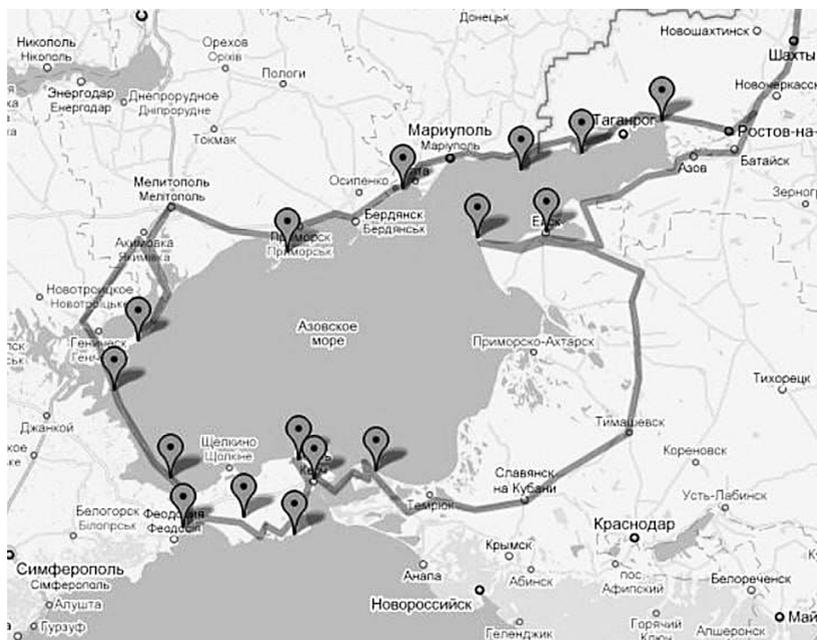
В последнее время туристическая индустрия играет все более значимую роль в экономическом развитии почти всех стран, что подтверждает глобальную тенденцию роста сектора услуг в формировании валового национального продукта. В регионах, обладающих соответствующими ресурсами, туризм становится ключевым фактором, способствующим как конкурентоспособности, так и устойчивому экономическому прогрессу. Эффективное развитие и использование молодежного туристического потенциала в данных территориях становится объективной необходимостью.

Туризм оказывает значительное влияние на развитие новых регионов. Варианты для развития туристической отрасли в Приазовье в условиях специальной военной операции почти полностью утрачены, поскольку военный конфликт с Украиной и возрастание социальной напряженности вызвали множество негативных последствий, что сказалось на уровне жизни населения в этих областях.

Увеличение русофобии в некоторых странах, а также растущие экономические и политические санкции привели к ограничению выездного туризма, что заставило россиян обратить внимание на внутренние поездки. В связи с этим возникает необходимость в дальнейшем развитии туристических экономических зон. Вновь присоединенные территории ДНР, ЛНР, Запорожской и

Луганской областей обладают богатейшими природными ресурсами, что открывает широкие возможности для формирования туристического и рекреационного комплекса на берегу Азовского моря [2].

По окончании специализированной военной операции начнется активный этап восстановления существующей и создания новой туристической инфраструктуры. Одним из ключевых направлений развития новых регионов станет молодежный туризм (рисунок).



Туристско-рекреационный кластер вдоль побережья Азовского моря

В 2025 году исторические регионы Российской Федерации: ДНР, ЛНР, Запорожская и Херсонская области — получают из федерального бюджета почти по 80 млн руб. субсидий на развитие сферы туризма.

Для характеристики туристической отрасли любого региона целесообразно использовать кластерный подход.

Основная цель любого туристического кластера заключается в формировании высококачественного туристического сектора, который будет удовлетворять потребности как приезжих туристов, так и местных жителей, а также соответствовать интересам региона, в котором он находится.

Для успешного создания кластера необходимо учитывать два ключевых аспекта:

- важность сочетания сотрудничества и конкуренции между компаниями в рамках кластера;
- развитие и функционирование кластера на основе принципов государственно-частного партнерства.

Поэтому одним из направлений развития туристического потенциала на побережье Азовского моря является создание нового туристического кластера, который привлечет тысячи отдыхающих, так как с включением в состав России новых регионов оно стало внутрисоюзным.

В связи с тем, что Азовское море в результате присоединения исторических регионов стало внутренним морем Российской Федерации, появились условия для развития лечебно-оздоровительного туризма для детского и взрослого населения ДНР. Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. предусмотрена реконструкция пляжного побережья Азовского и Черного морей протяженностью 280 километров. Кроме этого, разработан концепт-план развития яхтенного туризма в г. Мариуполе, морского пассажирского сообщения на побережье Азовского и Черного морей России [1].

Однако сегодня существует множество причин, сдерживающих развитие туризма в Приазовском регионе. Многие объекты находятся в разрушенном состоянии и не функционируют, часть объектов используется в качестве маневренного фонда для жителей Мариуполя и других городов.

Инфраструктура побережья Приазовского региона фактически не соответствует условиям, предъявляемым к благоустройству зон туризма. Кроме этого, существуют проблемы в вопросах водоснабжения, инженерных коммуникаций вдоль побережья, транспортного обеспечения.

В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы:

- 1) на территории Приазовья необходимо создать 19 туристических кластеров, которые позволят развивать, кроме туристической сферы, сельское хозяйство и рыболовецкий промысел;
- 2) существуют большие возможности для развития бальнеологического, познавательного, экологического направлений в Приазовье, создание спа-центров. Планируется до 2040 года увеличить туристический поток до 300 тыс. человек в год и создать до 3,5 тыс. новых рабочих мест.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [Электронный ресурс]. — URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rY0aVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 12.02.2025).
2. Овчаренко, Л. А. Перспективы развития туризма в ДНР в контексте формирования эффективного механизма государственно-частного партнерства / Л. А. Овчаренко, Т. В. Черкашина // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия Экономика. — 2022. — № 4 (42). — С. 155–158.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОНАХ

П. В. Глухих, *обучающийся*, Е. Н. Осипова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ch_market@sibupk.nsk.su

В данной статье рассмотрено понятие особые экономические зоны туристско-рекреационного типа на территории Российской Федерации. Цель работы — проанализировать существующие туристско-рекреационные зоны в России и информационные источники, связанные с созданием ОЭЗ ТРТ.

Ключевые слова: рекреационный туризм, особые экономические зоны, особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, развитие, инфраструктура.

Актуальность исследования заключается в активном развитии внутреннего туризма на территории Российской Федерации. С этой целью Правительство РФ создаёт специализированные районы с различными налоговыми преференциями — особые экономические зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) с благоприятными условиями как для туристов, так и для организаторов бизнеса в сфере туризма.

Цель исследования заключается в разработке теоретических положений и обоснования развития туристско-рекреационных зон с учётом их типов, в анализе механизмов и инструментов развития таких зон, а также в разработке методики оценки влияния туристско-рекреационных зон на социально-экономическое положение территории.

В данной статье были использованы такие методы исследования, как абстрагирование, аналогия, классификация, сравнительный анализ, синтез, такой инструмент, как наблюдение.

Предполагается, что данная работа позволит проанализировать деятельность отдельных ОЭЗ ТРТ и предложить рекомендации для их развития и создания подобных зон в других регионах РФ. Практическая значимость проводимого исследования заключается в том, что полученные сведения можно будет использовать для развития существующих ОЭЗ ТРТ и создания новых.

Для начала необходимо изучить терминологию понятий «особая экономическая зона» и «особая экономическая зона туристско-рекреационного типа». Так, согласно Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22.07.2005, особая экономическая зона — это часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством РФ и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности. Также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны [1].

Задачами создания ОЭЗ ТРТ для туристов и местного населения являются улучшение здоровья и качества жизни населения; развитие туристско-рекреационной системы и смежных отраслей; повышение занятости населения;

сохранение окружающей среды, природных и культурных ценностей. Создание ОЭЗ ТРЗ способствует благоприятному инвестиционному климату в регионах России. Также ОЭЗ ТРЗ создают условия для создания конкурентоспособного туристского продукта и инновационного развития индустрии отдыха и путешествий.

Основой для создания ОЭЗ ТРТ являются рекреационные ресурсы. Рекреационные ресурсы включают природные территории, историко-культурные объекты и явления — в общем, все, за счет чего турист занимается рекреацией, восстанавливается. Системы рекреации делятся на урбанизированные и неурбанизированные, природные и культурные. Туристско-рекреационный кластер — это объединение коллективных средств размещения и сопутствующих сервисов [2].

На данный момент в Российской Федерации существуют следующие ОЭЗ ТРТ: «Байкальская гавань», «Бирюзовая Катунь», «Завидово», «Ворота Байкала», «Архыз», «Ведучи», «Эльбрус», «Матлас», «Армхи и Цори» и «Мамисон».

Помимо ОЭЗ ТРТ также существуют и другие формы туристско-рекреационных территорий: туристские кластеры, существующие в некоторых регионах (например, «Озерный кластер» в Новосибирской области), а также группы курортов (Кавказские Минеральные Воды).

При этом ОЭЗ ТРТ могут специализироваться на определенных направлениях туризма. Например ОЭЗ «Байкальская гавань» специализируется на экологическом туризме, используя в качестве своей базы Байкальскую природную территорию. ОЭЗ ТРТ «Эльбрус» и «Архыз» специализируются на горнолыжном и экстремальном туризме. Но в основном большинство ОЭЗ ТРТ специализируются, прежде всего, на рекреационном туризме.

Особенно развиты ОЭЗ ТРТ на территории Северного Кавказа, где действуют шесть ОЭЗ ТРТ из десяти, расположенных в России: «Эльбрус», «Ведучи», «Мамисон», «Армхи и Цори», Каспийский прибрежный кластер и «Архыз». Они оказывают положительное влияние на экономику Северо-Кавказского федерального округа.

«Архыз» стал флагманом среди туристических ОЭЗ в СКФО — за 13 лет сюда удалось привлечь более 14 млрд руб. инвестиций и еще почти 50 млрд руб. до 2030 года. Резиденты ОЭЗ с 2011 года создали более 2 тыс. мест размещения, рестораны, лобби-бары, спа-центры, пункты проката горнолыжного инвентаря и экскурсионные бюро на общую сумму около 4 млрд руб. Горнолыжный курорт «Архыз» по итогам зимнего сезона 2023–2024 гг. посетило 720 тыс. туристов. Это на 10 % больше числа гостей аналогичного периода годом ранее. Всего, благодаря деятельности ОЭЗ ТРТ и туристских кластеров в СКФО, было уплачено почти 1 млрд руб. налоговых отчислений и создано более 1,5 тыс. рабочих мест [3].

Однако на эффективность ОЭЗ ТРТ могут отрицательно влиять такие факторы, как неэффективное управление, недостаток государственных и частных инвестиций, несовершенство нормативно-правовой базы, необходимость защиты окружающей среды (включая создание неудобств местному населению в связи с природоохранными мероприятиями), сезонность и некоторые другие

факторы. Решить эти проблемы возможно. Так, государство оказывает финансовую поддержку ОЭЗ ТРТ в рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство», а также предоставляет налоговые льготы и каникулы. Также государство вводит более строгие нормы и правила воздействия на окружающую среду и проводит регулярный мониторинг. Проблема сезонности решается созданием новой всесезонной туристской инфраструктуры, а также развитием всесезонных мероприятий. Для решения проблемы управляемости создаются специальные компании для управления ОЭЗ ТРТ. На фоне развития внутреннего туризма совершенствуется и нормативно-правовая база.

Таким образом, ОЭЗ ТРТ создаются на территориях, располагающих рекреационными ресурсами. Помимо удовлетворения потребностей туристов, ОЭЗ ТРТ создают новые туристские предприятия и развивают туризм в регионах на основе облегченной регистрации и ведения бизнеса, а также государственной поддержки. За почти 15 лет существования некоторые ОЭЗ ТРТ уже смогли принести десятки миллиардов рублей выручки и создать тысячи мест размещения, существенно увеличив турпоток в регионы. Однако существуют немало проблем, в основном связанных с несовершенством законодательной базы в туристской отрасли, которые постепенно решаются.

Список литературы

1. Об особых экономических зонах в Российской Федерации : ФЗ от 22.07.2005 № 116-ФЗ (послед. редакция) // «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] (дата обращения: 11.02.2025).
2. Поройко, Л. И. Туристско-рекреационные зоны: оценка социально-экономической эффективности в условиях современной российской экономики / Л. И. Поройко // Вестник Академии. — 2013. — № 4. — С. 33–41. — EDN RTYNFB.
3. Развивающиеся туристические зоны в России стали перспективными для инвестиций. — Российская газета. — 2023 [Электронный ресурс]. — URL: <https://rg.ru/2023/11/23/dengi-na-kurorte-ne-otdyhaiut.html> (дата обращения: 24.09.2024).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ НА ПОБЕРЕЖЬЕ АЗОВСКОГО МОРЯ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Е. В. Завгородняя, *обучающийся*, И. В. Колодяжная, *канд. экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
vitalevna_04_04@mail.ru

В статье рассматриваются перспективы развития курортной деятельности на побережье Азовского моря. Определяется роль туризма в социально-экономической сфере региона Донецкой Народной Республики, также подробно изучаются основные курортные поселки, уже имеющие большие планы на свою модернизацию.

Ключевые слова: Азовское море, туризм, курортная деятельность, перспективы, потенциал.

Потенциал Азовского моря как самого теплого среди морей России является одним из важнейших направлений развития экономики в Донецкой Народной Республике. Экономическая роль развития туризма на побережье проявляется, прежде всего, в ускорении роста экономики республики [2]. Туризм оказывает существенное многостороннее влияние на экономику региона. Ключевым социально-экономическим следствием развития туризма для общества является увеличение рабочих мест и уровня дохода населения. Жители получают возможность участвовать в создании и предоставлении туристических услуг, а также заниматься предпринимательской деятельностью в этой сфере.

Отдых на Азовском море славится большим количеством солнечных дней — умеренной температурой воды на протяжении всего курортного сезона. Также море содержит всевозможные микроэлементы и соли, которые полезны для здоровья человека. Иначе говоря, отдых на побережье Азовского моря — это комфортное и бюджетное времяпровождение для туристов, предпочитающих пляжный отдых.

Таким образом, перед федеральными властями остро стоит вопрос о восстановлении уникального водного бассейна, а также прилегающих к нему территорий. На данный момент на территории побережья планируются грандиозные строительные и ремонтно-восстановительные работы.

Согласно документу «Стратегия развития Приазовья до 2040 года», побережья Донецкой Народной Республики вошли в состав развивающихся территорий, которые нуждаются в финансовой и управленческой составляющей. Эта стратегия открывает возможности для привлечения инвестиций и внедрения современных управленческих практик, необходимых для комплексного развития региона.

Мелекино, Белосарайская коса, Юрьевка, Азовская Ялта и Урзуф — поселки, находящиеся на побережье Азовского моря, их называют «золотые пески» юга Донецкой Народной Республики.

Ближайший к г. Мариуполю курорт село Мелекино. Ранее такое расположение воспринималось как недостаток из-за работы основных загрязнителей

окружающей среды — двух крупных металлургических комбинатов «Азовсталь» и ММК им. Ильича. Однако в настоящее время этот фактор утратил свою значимость, так как заводы прекратили свою деятельность.

Летом 2025 года в Мелекино планируется открытие круглогодичной модульной базы отдыха [1]. По проекту архитекторов на территории базы будут размещены домики на 50 номеров, оснащенные всем необходимым для комфортного отдыха. Предполагается, что база будет функционировать круглый год, а бассейн оснастят системой подогрева воды. Данный замысел будет реализован в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Белосарайская коса — курорт, который пользуется большой популярностью среди горожан Донецкой Народной Республики, поселок находится в 25 км от г. Мариуполя. Здесь, как и вдоль всего побережья Азовского моря, протянулись широкие песчаные пляжи, а воздух наполнен летней влагой.

Уже известно, что на побережье Белосарайской косы планируется строительство крупного реабилитационного центра-санатория «Мария», который займёт площадь около 13 гектаров. Санаторий превратится в современное пространство для отдыха и восстановления. Реализация проекта будет осуществляться с привлечением частных инвестиций при поддержке государства. Архитектурной изюминкой комплекса станет его форма, напоминающая «восьмерку» — символ бесконечности и силы. В состав центра-санатория войдут:

- санаторий на 650 мест;
- современный реабилитационный комплекс с новейшим оборудованием;
- медицинский центр с видом на море для психологической и физической реабилитации;
- крытый и открытый бассейны;
- спа-зона;
- «тропы здоровья»;
- развлекательно-досуговый и ресторанный комплексы.

Данный социально важный проект ориентирован на создание комфортных условий для восстановления и отдыха, а также станет значимым шагом в поддержке участников СВО и их семей.

Населенный пункт Урзуф хоть и считается самым дорогим курортом Азовского побережья в сравнении с ранее упомянутыми поселками, однако пользуется не меньшей популярностью среди отдыхающих. Помимо кристально чистого моря и широкого песчаного пляжа, в Урзуфе есть несколько ночных клубов, подходящих для молодежи или людей, выбирающих активный отдых. В поселке имеется множество кафе и магазинов, а также наибольшее количество действующих пансионатов. Тем, кто предпочитает спокойствие и тишину, стоит выбирать размещение подальше от центра, так как громкая музыка может помешать насладиться морским спокойствием.

В то же время поселок Урзуф готовится к грандиозным изменениям.ласти Донецкой Народной Республики сообщили о намерениях провести реконструкцию курорта, который должен стать одним из ключевых туристических центров региона. Программа развития, рассчитанная до 2030 года, включает демонтаж устаревшей инфраструктуры и строительство новых объектов, создавая тем самым современную курортную зону.

Реконструкция улицы Набережная будет одним из ключевых этапов развития поселка. Будет возведена новая набережная с просторной прогулочной территорией, украшенной фонтанами и зонами для отдыха. Проект ориентирован на создание комфортного пространства для всех: как для туристов, так и для местных жителей. В его рамках планируется обустройство велодорожек, скамеек, кафе и смотровых площадок, откуда откроется панорамный вид на Азовское море.

В центре Урзуфа, на месте старого рынка, намечено строительство современного торгового центра «Море-Молл». Его площадь превысит 5000 м², что позволит ему стать одним из самых крупных в регионе. Внутри будут расположены магазины популярных брендов, фуд-корт, кинотеатр и зоны для развлечения детей.

Также проект предусматривает возведение причала для пассажирских судов, что откроет речное сообщение с городами Таганрог, Ростов-на-Дону и даже Москвой. Такая возможность позволит туристам добраться до Урзуфа не только наземным транспортом, но и водным, что существенно расширит доступность курорта для его посетителей.

Реконструкция поселка Урзуф — важная часть масштабной программы развития туристической индустрии в Донецкой Народной Республике. Правительство рассчитывает, что к 2030 году этот курортный поселок станет популярным направлением для отдыха не только для россиян, но и для иностранных туристов.

Таким образом, потенциал развития курортной отрасли на побережье Азовского моря в Донецкой Народной Республике представляется весьма многообещающим. Уникальные природные ресурсы, благоприятные климатические условия и наличие культурного наследия создают основу для формирования конкурентоспособного курортного продукта.

Государственная поддержка и инвестиции в туристическую инфраструктуру помогут существенно ускорить процесс развития региона. Кроме того, курорты на побережье Азовского моря позволят не только улучшить экономическое положение Донецкой Народной Республики, но и укрепить её имидж как привлекательного региона для отдыха и туризма, способствуя дальнейшему развитию социальной и культурной жизни местных жителей.

Список литературы

1. Об утверждении документации проекта планировки Прибрежной территории села Мелекино Мангушского муниципального округа Донецкой Народной Республики: приказ от М-ва строительства и жилищно-коммунального хозяйства ДНР от 9 ноября 2024 г. № 177-од. — 2024. — 13 окт. — С. 1–3.
2. Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма на территории Донецкой Народной Республики на 2021–2025 гг.: приказ М-ва молодежи, спорта и туризма ДНР от 30 января 2020 г. № 01–09/269. — 2020. — 10 фев. — С. 1–53.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Д. В. Малов, *обучающийся*, О. В. Балашова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ks1980@mail.ru

Статья посвящена анализу динамики и особенностей развития туристского потока экстремального туризма в Новосибирске. В рамках исследования рассматриваются ключевые направления экстремального туризма, такие как рафтинг, альпинизм и парапланеризм, а также их влияние на экономику региона. Оцениваются природные ресурсы Новосибирска, которые способствуют развитию туристической инфраструктуры, и выявляются проблемы, с которыми сталкивается отрасль.

Ключевые слова: туризм, экстремальный туризм, туристские ресурсы, туристский поток, туристская инфраструктура.

Актуальность исследования. В последние годы экстремальный туризм в России, и в частности в Новосибирске, переживает настоящий бум, вызванный изменением общественных приоритетов и растущим интересом к активному отдыху. Эта тема становится всё более актуальной и требует глубокого анализа. Ниже приведены ключевые аспекты, обосновывающие значимость исследования развития экстремального туризма в Новосибирске.

Цель исследования — изучить динамику и особенности развития туристского потока экстремального туризма в Новосибирске.

Методы и инструменты исследования: методы синтеза, обобщения, статистического анализа.

Практическая и теоретическая значимость исследования. Исследование динамики и особенностей развития туристского потока экстремального туризма в Новосибирске имеет значимую практическую и теоретическую ценность, способствуя как развитию местной экономики и туристической инфраструктуры, так и обогащению научной базы по данной теме.

Экстремальный туризм становится всё более популярным направлением в России и, в частности, в Новосибирске. Этот вид туризма предлагает уникальные возможности для тех, кто ищет адреналин и активные приключения [1, 2].

В 2025 году наблюдается заметный рост интереса к экстремальным видам отдыха. Данная статья рассматривает статистику туристского потока экстремального туризма в Новосибирске за 2025 год, анализируя его динамику, ключевые направления, целевую аудиторию и факторы, влияющие на его развитие.

По данным Новосибирского управления по туризму, в 2025 году количество туристов, предпочитающих экстремальные виды отдыха, увеличилось на 30 % по сравнению с предыдущим годом. Основные факторы, способствующие этому росту, включают:

1. Увеличение осведомленности о возможностях активного отдыха и общение через социальные сети.

2. Постпандемный интерес к активному отдыху, стремление к новым видам развлечений.

3. Активные рекламные кампании и сотрудничество с популярными блогерами и экстремальными спортсменами.

Новосибирская область предлагает разнообразные природные ландшафты, идеальные для экстремального туризма. Сюда входят:

1. Горы (например, Бердские скалы, гора Зверобой, гора Соколиный камень и т. д.) для альпинизма и трекинга.

2. Реки (Обь и Иня) для рафтинга и каякинга.

3. Леса и заповедники для трекинга и других активностей.

В 2025 году было зарегистрировано более 25 тыс. туристов, выбравших экстремальные виды отдыха в Новосибирске. Это на 30 % больше по сравнению с 2024 годом. Из них:

1. Рафтинг: 10 000 туристов.

2. Альпинизм: 7 500 туристов.

3. Парапланеризм: 5 000 туристов.

4. Скалолазание и другие виды: 2 500 туристов.

Анализ возрастной структуры показал, что большинство туристов находятся в возрасте 18–35 лет. Данные показывают следующее распределение:

— 18–24 года: 40 %;

— 25–34 года: 35 %;

— 35–44 года: 15 %;

— 45–60 лет: 10 %.

Такое распределение связано с повышенным интересом молодежи к активным видам отдыха и желанием испытать новые эмоции.

Согласно проведенному опросу, большинство участников экстремального туризма в 2025 году составили мужчины (60 %), в то время как женщины составили 40 %. Это может быть связано с традиционными стереотипами относительно активных видов отдыха, хотя женщины всё чаще начинают участвовать в экскурсиях и походах [4].

В 2025 году наиболее популярными направлениями в экстремальном туризме были:

1. Рафтинг: 40 % общего количества туристов.

2. Альпинизм: 30 %.

3. Парапланеризм: 20 %.

4. Скалолазание и другие виды: 10 %.

Наиболее востребованными маршрутами стали:

1. Река Обь: основное направление для рафтинга, предлагающее различные категории сложности.

2. Горы Алтая и Салаирский кряж: для альпинизма и трекинга.

3. Плато Укок: популярное место для парапланеристов.

В 2025 году наблюдается улучшение инфраструктуры, связанной с экстремальным туризмом. Открытие новых прокатных пунктов, улучшение дорог

и развитие туристических центров способствовали увеличению туристского потока. Основные инфраструктурные улучшения включают:

1. Развитие маршрутов для рафтинга и трекинга.
2. Открытие новых баз отдыха и гостиниц.
3. Проведение обучающих курсов и мастер-классов.

Безопасность остаётся одним из ключевых факторов при выборе экстремальных видов отдыха. В 2025 году была внедрена система сертификации инструкторов и операторов, что положительно скажется на общем уровне безопасности и доверии со стороны туристов [3].

Несмотря на рост, экстремальный туризм в Новосибирске сталкивается с рядом проблем.

1. Сезонность. Многие виды экстремального туризма зависят от времени года, что создаёт колебания в потоке туристов.

2. Конкуренция. Растущая конкуренция как внутри региона, так и в других туристических направлениях требует постоянного улучшения качества предлагаемых услуг.

3. Экологические проблемы. Увеличение числа туристов может негативно сказаться на экологии, что требует внедрения устойчивых практик.

Выводы и рекомендации. Экстремальный туризм в Новосибирске в 2024 году показал значительный рост. Позитивные динамики в увеличении туристского потока связаны с активной рекламой, развитием инфраструктуры и повышением безопасности. Однако для дальнейшего успешного развития необходимо решать актуальные проблемы, такие как сезонность и экологические аспекты. Важно продолжать развивать и информировать потребителей о возможностях экстремального туризма, чтобы обеспечить устойчивый рост и сохранить привлекательность региона в этой сфере.

Список литературы

1. Иджилова, Д. В. Экстремальный туризм — это форма устойчивого туризма / Д. В. Иджилова, А. Алексеева // Экономика и управление отраслями, комплексами на основе инновационного подхода : материалы Международной научно-практической конференции, Элиста, 28 марта 2014 года / Ответ. редактор: Б. К. Салаев; Министерство образования и науки Российской Федерации; Калмыцкий государственный университет. — Элиста : Джангар, 2014. — С. 471–475.
2. Климова, С. И. Анализ современного природно-ресурсного потенциала России / С. И. Климова, И. Ю. Яковлева // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований : сборник научных трудов. — Москва : Московский государственный областной университет, 2015. — С. 151–158.
3. Князев, В. В. Организация туризма на национальном и международном рынках / В. В. Князев — Москва, 2022. — 189 с.
4. Косолапов, А. Б. Теория и практика экстремального туризма / А. Б. Косолапов. — Москва : КноРус, 2024. — 240 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ШОП-ТУРИЗМА В НОВОСИБИРСКЕ

С. А. Никонова, *обучающийся*, О. В. Балашова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ks1980@mail.ru

В статье рассмотрены ключевые аспекты и особенности развития шоп-туризма в Новосибирске, третьем по величине городе России. Проведен анализ факторов, способствующих популярности шоп-туров среди местных жителей и туристов, включая разнообразие торговых площадок, доступность брендов и культурные мероприятия. Оценены основные тенденции, статистика потока шоп-туристов, а также их возрастная и гендерная структура.

Ключевые слова: шоп-туризм, торговые центры, туристический поток, местные бренды, инфраструктура, экономическое развитие, культурные мероприятия.

Актуальность исследования. В последние годы наблюдается устойчивый рост интереса к шоп-турам как среди местных жителей, так и среди жителей других регионов России и соседних стран. Это связано с увеличением покупательской способности и доступностью разнообразных товаров. Шоп-туризм может стать важным источником дохода для местной экономики. Развитие этого направления способствует созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни населения. Анализ статистики позволит понять масштабы этого явления и его воздействие на экономику региона [4].

Цель исследования — изучить особенности развития шоп-туризма в Новосибирске.

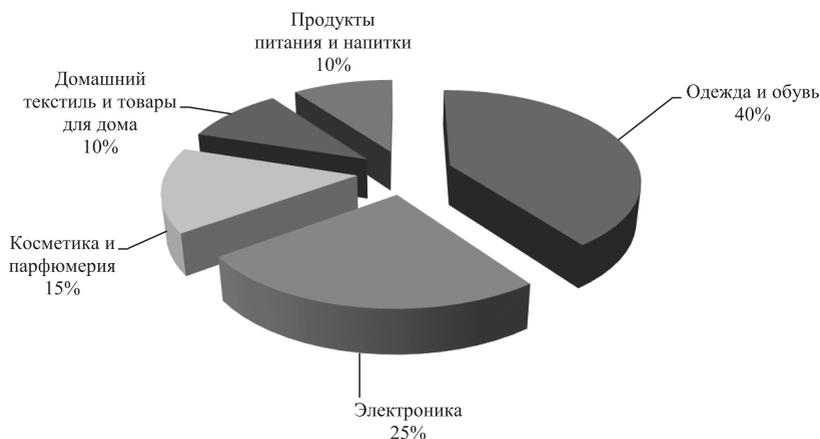
Методы и инструменты исследования: методы синтеза, обобщения, статистического анализа.

Практическая и теоретическая значимость исследования. Исследование особенностей развития шоп-туров в Новосибирской области имеет как практическую, так и теоретическую значимость, создавая возможности для более глубокого понимания и развития этого перспективного направления в сфере туризма. Увеличение потока туристов благодаря улучшению шоп-туристической среды будет способствовать созданию новых рабочих мест в разных сферах: от торговли до услуг общественного питания и гостиничного сервиса.

Шоп-туризм — это отдельное направление туристической деятельности, которое фокусируется на покупках как основном мотиве визита в тот или иной регион [3]. В последние годы в России, и особенно в Новосибирской области, наблюдается рост популярности шоп-туров. Новосибирск как крупный промышленный и торговый центр предлагает множество возможностей для шопинга, что делает его привлекательным для туристов не только из России, но и из соседних стран.

Шоп-туризм в Новосибирске становится все более популярным как среди местных жителей, так и среди туристов из других регионов.

Анализ показывает, что основные категории товаров, привлекающие шоп-туристов, включают ассортиментные группы, представленные на рисунке.



Основные категории товаров, привлекающие шоп-туристов

Таким образом, шоп-туристы чаще всего приобретают одежду и электронику, что связано с доступностью известных брендов и акциями в местных магазинах.

Наиболее активная возрастная группа, участвующая в шоп-турах в Новосибирске, это туристы 25–45 лет. По данным опросов, 60 % шоп-туристов — это женщины, что наглядно демонстрирует доминирование женской аудитории в данной категории услуг.

Гендерный анализ показывает, что среди шоп-туристов почти 60 % составляют женщины и 40 % — мужчины. Это связано с тем, что женщины традиционно больше интересуются шопингом и модными новинками [1, 2].

Несмотря на рост популярности шоп-туров, существует ряд проблем и вызовов, которые необходимо преодолеть для дальнейшего развития этого направления.

1. Конкуренция с другими регионами. Новосибирск конкурирует с такими крупными торговыми центрами, как Екатеринбург и Красноярск.

2. Организационные моменты. Необходимость в более развитой инфраструктуре, включая удобные маршруты и сервисы для туристов.

3. Экономические факторы. Изменения в экономической ситуации и валютные колебания могут негативно влиять на покупательскую способность шоп-туристов.

Выводы и рекомендации. Для успешного развития шоп-туризма в Новосибирской области рекомендуется:

1. Улучшение маркетинга. Организация рекламных кампаний, направленных на привлечение туристов из других регионов и стран.

2. Создание эксклюзивных предложений. Разработка программ лояльности и акций для туристов, привлекающих их в торговые центры и магазины.

3. Развитие транспортной инфраструктуры. Улучшение доступности торговых точек и создание удобных маршрутов для шоп-туристов.

Список литературы

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н. А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 567 с.
2. Андреев, В. Д. Организация и методика риск-ориентированного аудита в туризме : учебное пособие / В. Д. Андреев. — Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2021. — 392 с.
3. Журавская, Т. Экономика качеств трансграничного рынка: шоп-туризм как перформативная практика / Т. Журавская, Н. Рыжова // Социологическое обозрение. — 2021. — № 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-kachestv-transgranichnogo-rynka-shop-turizm-kak-performativnaya-praktika> (дата обращения: 22.02.2025).
4. Бугрова, А. И. Шоп-туризм: структура и особенности развития / А. И. Бугрова, С. М. Васина // Социальные, естественные и технические системы в современном мире: состояние, противоречия, развитие: 18 Вавиловские чтения : материалы международной междисциплинарной научной конференции в 2 частях, Йошкар-Ола, 4–5 декабря 2024 года / Ответ. ред. В. П. Шалаев. Часть 1. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2015. — С. 359–361.

**ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ
ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОПЕРАТОРА
ООО «ШЛАМ-ПЛЮС» Г. МАРИУПОЛЯ**

Е. Е. Павленко

Научный руководитель: И. В. Колодяжная, *канд. экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
katoevgenivna@yandex.ru

В данной статье рассмотрены пути повышения эффективности функционирования туристического оператора, рассмотрены основные подходы к управлению и регулированию туристской привлекательности представленных путешествий, систематизированы основные факторы, обеспечивающие привлекательность продукта туриндустрии и определены их весовые коэффициенты по степени важности.

Ключевые слова: туриндустрия, сфера туризма, потребитель, турпродукт.

Актуальность исследования, посвященного повышению эффективности деятельности туристического оператора ООО «Шлам-плюс» в Мариуполе, обусловлена крайне сложной ситуацией, сложившейся в регионе. Геополитическая нестабильность, экономические потрясения и разрушения инфраструктуры существенно ограничивают возможности развития туристического бизнеса и требуют применения нестандартных подходов к управлению. Привлекательность туристического продукта в подобных условиях становится критическим фактором выживаемости. В отличие от стабильных туристических зон, где привлекательность может основываться на хорошо развитой инфраструктуре и устоявшейся репутации, г. Мариуполь требует фокусировки на уникальных, возможно, даже нестандартных, предложениях, способных привлечь туристов, несмотря на существующие вызовы.

Основной целью работы является формирование привлекательности продукта туриндустрии в клиентоориентированном подходе и создание комплекса факторов, которые наилучшим образом отражают структуру туристского предложения и определяют направления улучшения привлекательности продукта туриндустрии.

В качестве методов исследования избраны методы научного исследования: фундаментальные, комплексные; информационно-структурное и компьютерное моделирование; методы анализа данных и методы планирования для определения положения туристического оператора на мировом и отечественном туристском рынке.

Практическая значимость исследования заключается в разработке и обосновании новейших подходов к управлению туристскими ресурсами туроператора, направленные на повышение качества и конкурентоспособности туристских продуктов на туристском рынке.

Благополучие туристских предприятий зависит от экономического положения региона, в котором они действуют, от внешних факторов воздействия (политических, экономических, социальных, технологических), от сезонности и качества предоставляемых услуг.

Противоречия между традиционной системой управления кадрами и глобальным рынком систем управления персоналом (HRM) усилились с переходом к рыночной экономике.

В этих условиях первостепенное значение приобретает эффективное управление человеческими ресурсами. Устаревшие модели жесткого контроля уступают место гибким подходам, ориентированным на непрерывное развитие сотрудников и повышение качества их работы. Это подразумевает не только традиционные методы обучения и повышения квалификации, но и внедрение инновационных программ, таких как умение работать в команде, способность к адаптации и креативному мышлению [2]. Эффективное управление качеством предполагает постоянный контроль всех процессов, регулярный анализ полученных данных и внедрение корректирующих мероприятий. Для этого необходимо внедрить систему обратной связи, которая позволяет оперативно выявлять проблемные зоны и принимать своевременные решения. Важно не только реагировать на жалобы клиентов, но и выявлять потенциальные риски, предотвращать их появление. Ключевым аспектом является комплексное понимание качества, которое включает в себя не только качество предоставляемой услуги или продукта (например, уровень комфорта в отеле, качество экскурсионного обслуживания), но и качество процессов, обеспечивающих предоставление этой услуги. Это означает совершенствование внутренних бизнес-процессов, внедрение современных технологий, повышение эффективности работы всех подразделений компании [1].

Создание модели, определяющей предпочтения потребителей в рамках предоставляемых туристических услуг с учетом клиентоориентированного подхода, позволяет определить области для улучшения и дальнейшего развития. Базой для моделирования привлекательности туристического продукта должны служить структура и характеристики анализируемого объекта, а также отзывы различных групп потребителей о качестве туристических услуг.

Исходя из анализа научных публикаций и результатов опросов клиентов туристических компаний, автором систематизированы ключевые факторы, определяющие привлекательность туристического продукта, а также проведена оценка их важности. В ходе работы была разработана шкала преимуществ потребительских ожиданий в составе туристического предложения, значения которой варьируются от 0 (наименьшая важность) до 1 (наивысшая важность).

Эта шкала разделена на три основных интервала:

А — параметры высокой привлекательности туристического продукта (0,6–0,9);

В — параметры умеренной привлекательности туристического продукта (0,3–0,6);

С — непривлекательные параметры для туристического продукта (0–0,3) (таблица).

Определение значимости потребительских запросов при создании турпродукта для различных социальных категорий

Социальные группы	Критерии продукта туриндустрии						
	Цена	Качество обслуживания	Транспортное обслуживание	Размещение	Количество экскурсий	Продолжительность путешествия	Сезон
Элитные туристы	A 0,8	A 0,9	A 0,7	A 0,7	B 0,6	C 0,3	A 0,8
Обычные обычные туристы	B 0,6	B 0,6	B 0,6	B 0,4	A 0,8	A 0,9	A 0,8
Группы по интересам	A 0,9	B 0,5	B 0,6	B 0,5	A 0,6	B 0,5	C 0,3
Участники форумов, семинаров, конференций	B 0,6	B 0,6	B 0,4	A 0,7	A 0,9	B 0,5	C 0,3
Семейный туризм	A 0,6	B 0,6	A 0,9	A 0,7	C 0,0	C 0,3	A 0,7
Пенсионеры	B 0,6	A 0,6	A 0,7	A 0,6	A 0,6	B 0,5	C 0,3
Клиенты с низкими доходами	A 0,6	B 0,6	C 0,3	C 0,3	B 0,5	A 0,9	B 0,5
Молодежь и студенты	B 0,5	C 0,3	C 0,2	C 0,2	A 0,6	B 0,6	C 0,3
Уровень приоритетности	5,2	4,7	4,4	4,1	4,6	4,5	4,0

Предложенный подход к определению приоритетности запросов клиентов при создании структуры турпродукта предполагает выявление ключевых элементов, влияющих на его формирование, и разработку стратегий управления для оптимизации этих элементов. Это, в свою очередь, способствует повышению привлекательности туристического предложения, увеличению продаж и, как следствие, получению прибыли.

Применение данной методики в работе туристической компании позволит выделить наиболее перспективные направления деятельности, требующие дальнейшего развития, повысить туристическую привлекательность и расширить клиентскую базу за счет удовлетворения выявленных потребностей. Важно сосредоточить усилия на улучшении именно тех аспектов, которые наиболее важны для потребителей.

Список литературы

1. Управление бизнес-процессами в сфере туристских услуг: предпосылки, принципы, особенности / Н. А. Лучина, Л. Б. Нюренбергер, Н. А. Щетинина [и др.] // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 4. — С. 294–298.
2. Прокопец, Т. Н. Значение и сущность управления персоналом в индустрии туризма и гостеприимства / Т. Н. Прокопец // Туризм и гостеприимство. — 2022. — № 2. — С. 15–16.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ В СОСТАВЕ ГОСТИНИЦЫ

Д. К. Чермаков

Научный руководитель: Е. Н. Осипова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
dmitrychermakov03@mail.ru

В данной статье рассматривается служба питания гостиницы, которая входит в состав гостиничного предприятия, функции, типы питания и методы предоставления услуг питания. Проводится анализ организации предоставления услуг питания ресторана «ТОР» в гостинице ООО «МК-ТОР» г. Новосибирска. На основании проведенного исследования предложены рекомендации по улучшению организации предоставления услуг питания в гостинице «ТОР».

Ключевые слова: питание, организация питания, гостиница, ресторан гостиницы, услуги питания.

На сегодняшний день предоставление услуг питания в гостинице является одним из главных критериев выбора гостиницы для комфортного проживания. Функционирование предприятий питания, которые входят в состав гостиничного предприятия, значительно отличается от независимых кафе, баров и ресторанов. В отеле посещение ресторана является важной услугой, так как на территории гостиницы ресторан, бар, кафе предназначены для проживающих гостей, и в стоимость проживания могут быть включены завтрак, обед, ужин. Однако такие предприятия могут иметь два входа: для постояльцев гостиницы и гостей с улицы.

Актуальность исследования темы состоит в том, что предприятие питания является составной частью гостиничной сферы бизнеса и туризма. Ресторан в гостинице — это не только лицо гостиничного предприятия, имидж, а также источник прибыли, он составляет большую часть доходов гостиничного комплекса. Сотрудники службы питания должны обладать такими качествами, как внимательность, стрессоустойчивость, тактичность, вежливость, а также знать ассортимент меню, опрятно выглядеть, оперативно решать возникшие проблемы гостей и создавать комфортную атмосферу в ресторане гостиницы. Для многих гостей уровень сервиса в ресторане влияет на впечатление о гостинице в целом и новом визите в данную гостиницу [1].

Целью данного исследования является разработка рекомендации по улучшению организации предоставления услуг питания в гостинице ООО «МК-ТОР» г. Новосибирска.

Методы исследования: изучение, синтез, наблюдение, сбор информации, анализ.

Служба питания гостиницы — это отдельная служба, которая обслуживает гостей в ресторане, баре и т. д. Данная служба не ограничивается простым

приготовлением, подачей пищи гостям, но и выполняет следующие функции, это: прием и оформление заказов гостей в ресторане отеля, организация шведского стола, координация работы всех сотрудников, планирование и разработка меню ресторана, кафе, бара в соответствии с сезоном, обслуживание гостей в номерах (room-service), контроль качества продуктов, выбор поставщиков и закупка продуктов, решает вопросы по организации массовых мероприятий, которые проходят в гостинице (банкет, организация кофе-брейка, кейтеринг и другие массовые мероприятия). В состав службы питания входят следующие подразделения: ресторан (ресторанный зал), кафе, бар, кухня, room-service, банкетная служба [2].

На сегодняшний день гостиничные предприятия предлагают разнообразные типы питания: проживание без питания, в стоимость проживания включен только завтрак, полупансион (в стоимость проживания включены завтрак и ужин), расширенный полупансион (в стоимость проживания входят завтрак и ужин), полный пансион (проживание с трехразовым питанием: завтрак, обед и ужин), все включено (проживание с трехразовым питанием + второй завтрак, полдник, поздний ужин). Особое внимание уделяют организации завтраков. Большинство отелей предлагают завтрак по среднеевропейскому меню. Оно включает: чай, кофе, соки, хлебобулочные изделия, тосты, джем, масло, фрукты, йогурты, сосиски, омлет, сыры, ветчину, яйца, каши, хлопья и мюсли.

При оказании услуг питания при гостинице применяются следующие методы обслуживания:

1. Обслуживание официантами, заказ у гостей принимает официант. Официант приветствует гостей, предоставляет меню, дает рекомендации по выбору блюд, ориентировочное время подачи блюд, проводит расчет с гостями.

2. Самообслуживание. При данном методе гости могут сами приготовить себе блюда, однако может встречаться и частичное самообслуживание, когда часть работ выполняется обслуживающим персоналом (сбор посуды, доставка и т. д.) [3].

Таким образом, наличие собственного ресторана в гостинице является конкретным преимуществом. Во-первых, это обеспечение питанием проживающих гостей, во-вторых, это дополнительный доход, получаемый от организации банкетов, конференций, семинаров и праздничных мероприятий.

Рассмотрев службу питания, функции, формы и методы предоставления услуг, проведем анализ организации предоставления услуг питания на примере гостиницы ООО «МК-ТОР» г. Новосибирска. Данная гостиница расположена по адресу: ул. Дуся Ковальчук, 410/1, в 10 минутах езды от станции метро «Завельцовская». Стоит отметить, что отель «ТОР» является одним из новейших отелей на рынке гостиничных услуг г. Новосибирска, который открыл двери своим гостям в 2022 году. В гостинице имеются бар, ресторан «ТОР». Отель «ТОР» предоставляет своим гостям следующие услуги питания: бар, ресторан, room-service, кофе-брейк, организация банкета (праздничного мероприятия) [4].

Прежде чем проводить анализ деятельности службы питания отеля «ТОР», важно оценить ассортиментную политику ресторана. Наибольший процент основного меню приходится на закуски — 8 наименований, горячие

блюда — 6 наименований, блюда гриль — 9 наименований, что определяет характер и формат заведения. Помимо основного меню в ресторане имеется меню бара и винная карта, предлагающая посетителям выбрать тот или иной напиток.

Для проведения анализа деятельности службы питания в гостинице «ТОР» использовался метод «тайного гостя» и анализ отзывов. Благодаря методу «тайный гость» были выявлены преимущества и недостатки в обслуживании гостей. Из преимуществ в работе ресторана при гостинице, стоит выделить прекрасную сервировку столов, довольно быструю подачу блюд, официанты могут посоветовать блюда и напитки, опираясь на свое мнение.

Из недостатков: официанты неопрятно выглядят, отсутствует униформа, красивый интерьер ресторана, но присутствует пыль, у официантов нет четкого представления, какие блюда готовит кухня ресторана, и т. д. Оценка ставилась от 1 до 5 и производилась по таким критериям, как сервис, обслуживание, презентация блюд и напитков, внешний вид обслуживающего персонала, интерьер и чистота, расчет.

Далее было проведено исследование отзывов в ресторане отеля «ТОР» методом анализа отзывов гостей из интернет-ресурсов на сайтах агрегаторах, таких как travel.yandex.ru, 101hotels.ru, 2ГИС. Проанализировав отзывы ресторана гостиницы «ТОР», выявлены положительные стороны: отзывчивый персонал, вкусная еда и отличное обслуживание, прекрасный интерьер. Из главных минусов: однообразное меню, иногда не работает ресторан по вечерам, скучный шведский стол.

На основании проведённого анализа были выявлены основные недостатки в работе ресторане «ТОР» при гостинице: недостаток персонала в службе питания, отсутствие коммуникабельности и униформы у персонала. Для устранения недостатков можно порекомендовать следующие предложения:

1. Расширить штат сотрудников в службе питания, ввести дополнительных официантов, которые бы обслуживали гостей, что, в свою очередь, способствует уменьшению нагрузки на другого официанта. Так как в полную загрузку ресторана в отеле более 70 % одному официанту или двоим тяжело справляться с работой, введение дополнительных сотрудников поможет ускорить процесс обслуживания гостей и в целом работу службы.

2. Приобрести униформу для обслуживающего персонала. Внешний вид сотрудника службы питания даёт гостю представление о самой гостинице и ресторана в целом. Для этого необходимо всем работникам отеля выглядеть опрятно и безупречно.

3. Усовершенствовать подачу блюд в услуге room-service, а именно: приобрести специальные крышки для накрывания блюд, так как вся приготовленная еда приходит ненакрытая в номер, проходя через весь холл первого этажа гостиницы и общественный лифт.

4. Для сотрудников проводить различные мероприятия, например, тренинги или мастер-классы, чтобы замотивировать коллектив на работу и сплотить его.

5. Проводить маркетинговые исследования и оценивать работу ресторана, персонала и других услуг, которые предоставляет служба питания отеля. Например: анализировать отзывы, оставленные гостями на сайтах агрегаторах,

в книге отзывов и предложений, проводить анкетирование гостей (уровень обслуживания и качество блюд), оперативно решать конфликтные ситуации и жалобы гостей, принимать меры по их устранению.

Таким образом, выполнение предложенных рекомендаций по улучшению организации предоставления услуг питания в составе гостиницы позволит улучшить качество предоставляемых услуг, а также устранить имеющиеся недостатки, отель выйдет на новый уровень, поднимет репутацию и увеличит свою конкурентоспособность.

Список литературы

1. Акимова, Н. А. Основы научных исследований в общественном питании : учебное пособие / Н. А. Акимова, А. Ю. Соколов, Б. А. Баранов. — Москва : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2019. — 192 с.
2. Белошапка, М. И. Технология ресторанного обслуживания : учеб. пособие для нач. проф. образования / М. И. Белошапка. — Москва : Академия, 2019. — 224 с.
3. Организация питания в гостинице [Электронный ресурс]. — URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015011456?ysclid=m3w7cv349t240077728> (дата обращения: 20.01.2025).
4. Официальный сайт отеля «ТОР» [Электронный ресурс]. — URL: <https://hoteltor.ru/?ysclid=m3w6r3rt0842047727> (дата обращения: 25.01.2025).

РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

А. А. Чирцова

Научный руководитель: Ж. П. Шнорр, *д-р экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ),
г. Новосибирск, Россия
chirtsovaangelina@mail.ru

Развитие событийного туризма на российском рынке представляет собой значимый аспект, способствующий увеличению турпотока и стимулированию экономического развития регионов. В статье рассматриваются текущие тенденции, основные детерминанты, а также проблемы и перспективы событийного туризма.

Ключевые слова: событие, событийный туризм, российский туристский рынок.

В последние годы наблюдается рост интереса россиян к событийным мероприятиям, что во многом связано со стремительным развитием внутреннего туризма и появлением новых видов туристской специализации. Так, согласно опросу, проводимому ежегодно на платформе «МТС Travel», в 2024 году среди путешественников россиян около 60 % поездок приходилось на поездки с событийными целями, что обуславливает актуальность темы исследования [5]. Цель работы — исследовать развитие событийного туризма в России. Методы исследования: анализ, синтез, обобщение, сравнение, SWOT-анализ. В ходе исследования систематизирована информация о событийном туризме на российском рынке с учетом специфики, диапазона событийных мероприятий, целевой аудитории, результатов SWOT-анализа, выполненного автором, что позволило обозначить комплекс мер по развитию событийного туризма.

В процессе исследования установлено отсутствие единого мнения относительно термина «событийный туризм», обусловленного, по нашему мнению, сравнительно недавним изучением данного вида туристской специализации в научной литературе. Большинство авторов считает, что событийный туризм — вид туризма, направленный на посещение разнообразных событий в другой стране, регионе или городе [4]. Данное направление туризма относится к самому быстрорастущему сегменту индустрии туризма, поскольку имеет значительный социально-экономический эффект для территорий, где проводятся мероприятия, включая территории со слабо выраженным туристским потенциалом. Кроме того, в силу своей специфики событийный туризм обладает рядом преимуществ, в том числе способностью привлекать туристов в периоды низкого спроса, прогнозированием масштабов и сроков проведения событийных мероприятий [3]. Далее перечислим характерные признаки событийного туризма: массовость, всесезонность, интерактивность, инновационность, прогнозируемость, зрелищность, регулярность мероприятий и стимулирование повторного посещения территории.

Одну из первых классификаций видов событийного туризма предложил А. В. Бабкин, в соответствии с которой магнитами событийного туризма выступают: театрализованные шоу, национальные фестивали и праздники, гастрономические фестивали, модные показы, спортивные события, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, аукционы произведений искусства и антиквариата, фестивали и выставки цветов, фестивали исторических реконструкций и фестивали кино и театра [1]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что событийный туризм охватывает разнообразные событийные мероприятия, где каждый желающий может найти и посетить событие, соответствующее его потребностям, предпочтениям, уровню дохода.

В 2024 году ВЦИОМ провел опрос среди населения России о том, какие событийные мероприятия привлекают россиян, результаты представлены на рисунке [2].



Оценка привлекательности событий россиянами

В предпочтениях россиян наблюдается посещение театров и кинотеатров, что подчеркивает стремление к культурным развлечениям. Менее востребованными оказались спортивные и образовательные мероприятия, что свидетельствует о выборе развлекательных форм досуга, которые позволяют погрузиться в другие миры и отвлечься от повседневных забот и стресса. Ключевыми детерминантами событийного туризма выступают возрастные характеристики, уровень образования, доход и степень урбанизации места проживания [2]. Целевая аудитория различных мероприятий: молодежь 18–35 лет, прослеживается тренд падения интереса с возрастом к досуговым событиям по месту жительства, поскольку представленный слой является наиболее мобильным.

Рассмотрим текущие тенденции развития событийного туризма на российском рынке. Наиболее востребованными событиями, по результатам опроса на платформе «МТС Travel», в 2024 году стали фестивали «VK Fest» (разные города России), «STEREOLETO» (Севкабель Порт, Санкт-Петербург; Stereoleto MSK — Сад Эрмитаж, Москва) и «Нашествие» (Тверская обл., с. Большое Завидово) [5]. Список ТОП-5 популярных направлений для событийных поездок

представлен следующей географией: Москва и область (40 %), Санкт-Петербург и Ленобласть (27 %), Краснодарский край (16 %), Республика Татарстан и Казань (13 %), Екатеринбург и Свердловская область (85 % респондентов) [5]. Остальные респонденты посещали мероприятия в близлежащих регионах от своего места жительства. На портале «Event.ru» представлена подборка российских фестивалей, запланированных в 2025 году, с указанием предполагаемого числа посетителей: «Intervals» (Нижегородская область, 350 тыс. чел.), «НУР» (Казань, 100 тыс. чел.), «Фиштиваль» (г. Зеленоградск, 60 тыс. чел.), «Ural Music Night» (Екатеринбург, 170 тыс. чел.) и др.

На основе выполненного автором SWOT-анализа событийного туризма обозначены проблемы и перспективы развития событийного туризма на российском рынке, результаты которого представлены в таблице.

Результаты SWOT-анализа событийного туризма в России

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Богатое культурное и историческое наследие. 2. Разнообразие природных ландшафтов и ресурсов. 3. Рост внутреннего туризма. 4. Проведение крупных национальных и международных событий. 5. Возрождение местных культурных обычаев и традиций, а также развитие народного промысла 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неразвитая инфраструктура в регионах. 2. Недостаточная финансовая поддержка со стороны государства. 3. Слабая гостиничная база. 4. Дефицит квалифицированных кадров. 5. Недостаток информации о проведении мероприятий в регионе
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечений инвестиций в развитие инфраструктуры и услуг событийного туризма. 2. Расширение информационной поддержки событий. 3. Рост числа мероприятий, которые будут проводиться на регулярной основе, как международных, так и внутренних. 4. Улучшение экономической составляющей и повышение имиджа региона путем развития событийного туризма. 5. Расширение сотрудничества с различными странами для организации международных мероприятий 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политическая и экономическая нестабильность. 2. Изменения в законодательстве, которые могут затруднить въезд иностранных туристов. 3. Появление новых пандемий и др. непредвиденных ситуаций, приводящих к таким последствиям, как ограничения на поездки. 4. Увеличение конкуренции со стороны других стран. 5. Изменение климата создаст сложности при организации некоторых мероприятий

Для развития событийного туризма на территории России можно выделить комплекс мер: организация новых мероприятий с учетом потребностей целевой аудитории, разработка рекламной стратегии по продвижению мероприятий в различных регионах страны, формирование благоприятного инвестиционно-го климата, а также улучшение транспортной доступности и инфраструктуры.

Итак, можно констатировать, что рынок событийного туризма находится на этапе формирования, что свидетельствует о наличии перспектив его дальнейшего становления и развития. В то же время данный рынок определяется

стихийным характером, что приводит к замедлению роста интереса к этому виду туризма среди населения страны. Однако при наличии грамотно выработанной стратегии и эффективных решений существующих проблем есть основания полагать, что возможна активизация развития событийного туризма, в том числе для территорий со слабо выраженным туристским потенциалом.

Список литературы

1. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. — 251 с.
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tochki-pritjazhenija-ili-sobytiinyi-turizm-2024> (дата обращения: 08.02.2025).
3. Лучина, Н. А. Особенности развития событийного туризма в Новосибирской области / Н. А. Лучина [и др.] // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сборник научных трудов, Симферополь, 2 апреля 2021 года / Под общ. ред. З. О. Адамановой. Вып. 7. — Симферополь : ООО «Издательство Типография «Ариал», 2021. — С. 408–410.
4. Пирогова, О. В. Развитие событийного туризма в России и в мире / О. В. Пирогова, А. Ю. Пирогова, Н. Ю. Омарова // Управленческий учет. — 2024. — № 4. — С. 116–122.
5. Эксперты указали на популярность событийного туризма среди россиян [Электронный ресурс]. — URL: <https://iz.ru/1804694/2024-12-10/eksperty-ukazali-na-popularnost-sobytiinogo-turizma-sredi-rossian> (дата обращения: 10.02.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМ НА РОССИЙСКОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Е. С. Шаманович, *обучающийся*, И. В. Колодяжная, *канд. экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
elizzashamfox@gmail.com

В данной работе рассматривается необходимость развития адаптированных маркетинговых стратегий для разных регионов России, что учитывает культурные и социальные различия в восприятии туристических продуктов.

Ключевые слова: туризм, услуга, анализ, стратегия, рынок.

Актуальность исследования обусловлена динамичным развитием российского туристического рынка, усилением конкуренции и влиянием цифровых технологий на продвижение туристических услуг. В современных условиях туристические фирмы вынуждены адаптироваться к изменениям спроса, экономической ситуации и новым маркетинговым инструментам.

Целью исследования является анализ особенностей продвижения туристических фирм в России, выявление эффективных маркетинговых стратегий и перспективных направлений развития отрасли.

В качестве методов исследования особенностей продвижения туристических фирм на российском рынке использовались как качественные, так и количественные методы. Качественные методы включают анализ литературы и успешных практик продвижения турфирм, кейс-стади, т. е. анализ примеров успешных маркетинговых стратегий, а также анкетирование и интервью для получения данных о потребностях туристов и восприятии маркетинговых методов.

Количественные методы включают анкетирование для изучения предпочтений туристов и восприятия рекламы, интервью с экспертами и сбор статистических данных о состоянии рынка, онлайн-платформы и социальные сети, которые используют для анализа рекламных кампаний и отзывов клиентов, и контент-анализ — для изучения рекламных материалов турфирм.

Эти инструменты позволили получить полное представление о текущем состоянии рынка и выработать рекомендации по улучшению маркетинговых стратегий [1].

Теоретическая значимость исследования представлена обзором теоретических основ продвижения туристических фирм, которые основываются на концепциях маркетинга, широко применяемых в различных сферах бизнеса. В рамках туризма продвижение включает в себя комплекс мероприятий, направленных на привлечение клиентов и создание у них положительного имиджа компании. Теория маркетинга в туризме рассматривает такие аспекты, как сегментация рынка, таргетирование, позиционирование и создание уникального предложения.

Важным элементом теоретической базы является концепция маркетинговых коммуникаций, включающая в себя использование различных каналов для взаимодействия с клиентами, таких как реклама, PR, участие в выставках, работа с блогерами и влияние социальных сетей. Теоретические исследования подчеркивают необходимость адаптации маркетинговых стратегий в зависимости от потребностей целевой аудитории, а также внимания к изменениям в экономической и политической ситуации.

Теория также рассматривает роль цифрового маркетинга в продвижении туристических услуг. В последние годы активное использование интернета и социальных сетей значительно повлияло на подходы к маркетингу, особенно в условиях пандемии, когда онлайн-продажа туров и виртуальные путешествия стали важными инструментами для туристических компаний [2].

Исследование способствует расширению теоретического понимания процесса продвижения туристических фирм в контексте российской специфики. Одним из ключевых вкладов является выявление особенностей применения международных теоретических подходов в условиях российских реалий, таких как влияние экономических и политических факторов на поведение потребителей и изменения в спросе на туристические услуги.

Развитие адаптированных маркетинговых стратегий для разных регионов России учитывает культурные и социальные различия в восприятии туристических продуктов. Этот подход позволяет углубить теоретические представления о гибкости маркетинга в туризме и важности персонализированных предложений для российских клиентов.

Исследуя новые инструменты и платформы для продвижения туристических услуг, необходимо сделать акцент на значении социальных сетей и онлайн-ресурсов, которые подчеркивают изменение традиционных моделей маркетинга в туризме и их переход в цифровую среду. Использование этих инструментов даст возможность провести глубокий и всесторонний анализ, который необходим для выработки рекомендаций по улучшению маркетинговых стратегий туристических фирм в России.

Результаты исследования имеют практическую ценность для туристических фирм, стремящихся улучшить свои маркетинговые стратегии. Ожидается, что они помогут компаниям более точно определить целевую аудиторию и лучше удовлетворять потребности клиентов. Применение рекомендованных методов продвижения позволит повысить узнаваемость бренда, укрепить лояльность клиентов и повысить конкурентоспособность на российском туристическом рынке.

Исходя из полученных данных, можно выделить несколько ключевых рекомендаций:

- усиление присутствия в социальных сетях, активное использование платформ для взаимодействия с клиентами и продвижения туров;
- оптимизация контента. Создание привлекательного и информативного контента (видео, статьи, блоги), который будет интересен и полезен туристам;
- использование инфлюенсеров. Сотрудничество с блогерами и лидерами мнений для повышения доверия к бренду и увеличения охвата аудитории;

— персонализированные предложения. Разработка индивидуальных предложений для различных сегментов рынка с учётом предпочтений клиентов.

Эти рекомендации помогут туристическим компаниям более эффективно позиционировать себя на рынке и достигать лучших результатов в продвижении своих услуг.

В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы:

1) анализ существующих тенденций и инструментов продвижения позволяет сделать заключение о том, что успешные туристические компании должны не только применять традиционные методы рекламы, но и активно развивать цифровое присутствие, работать с новыми каналами коммуникации и обеспечивать высокий уровень сервиса для своих клиентов;

2) только комплексный подход, включающий использование инновационных технологий и адаптацию к внутренним и внешним изменениям, может привести к успеху на конкурентном российском рынке туризма.

Список литературы

1. Ларионов, А. С. Перспективы использования интернет-маркетинга в сфере туристского бизнеса / А. С. Ларионов // Устойчивое развитие экономики. — 2020. [Электронный ресурс]. — URL: https://elib.psu.by/bitstream/123_456_789/26_413/1/ларионов%20..%20П (дата обращения: 04.02.2025).
2. Швец, И. Ю. Особенности маркетинга в сфере туристских услуг / И. Ю. Швец, М. М. Кспоян // Аллея науки. — 2022. — № 6 (69) [Электронный ресурс]. — URL: <https://Alley-science.ru> (дата обращения: 04.02.2025).

ОБЪЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА И МЕТОДЫ ИХ ИССЛЕДОВАНИЯ

И. Н. Шикарев, *обучающийся*, Е. Н. Осипова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ch_market@sibupk.nsk.su

В данной статье рассмотрены методы исследования объектов промышленного туризма, представлена их группировка и возможность использования промышленного туризма в профориентационных целях. Цель исследования — рассмотреть объекты промышленного туризма и методы их исследования.

Ключевые слова: методы исследования, объекты промышленного туризма, продукты промышленного туризма, промышленный туризм, экскурсии на промышленные предприятия.

Тема промышленного туризма с позиций продвижения компании на рынок для формирования благоприятной среды и качества жизни региона достаточна актуальна и важна для промышленного развитого Искитимского района. Актуальность подчеркивает и крайняя необходимость формирования у современной молодежи и знаний своего региона, и привлечение их на производственное предприятие как специалистов.

Особый интерес в случае планирования промышленных экскурсий может вызвать не простое посещение промышленного предприятия как зрителя, но и как вовлеченного в производственный процесс сотрудника, что в большей степени будет привлекать молодые кадры. Именно это является одной из основных целей промышленного туризма.

Ещё одной целью формирования туристических направлений в области промышленного туризма считается популяризация какого-либо товара на рынке, особенно с позиций его экологичности. Для убеждения потребителей в экологичности производства и качестве применяемых ингредиентов, четком соблюдении технологического процесса их приглашают самостоятельно на экскурсии убедиться в этом.

Изучив предлагаемые в различных источниках по теме исследования методы, выявлено, что их достаточно большое количество и можно применить многие из них. Обобщенная и структурированная информация приведена в виде группировки методов по различным подходам к изучению проблем на рис. 1.

Каждый из методологических подходов предусматривает использование определенных инструментов (методов), когда могут быть применены как общие методы исследования, так и специальные, подбор которых зависит от проблемы, цели и задач исследования, определенных поставленными целями и ожидаемыми результатами.

Методы, используемые при рекреационном подходе	<ul style="list-style-type: none"> – проведение наблюдений; – метод сравнительного анализа; – заполнение аналитических форм; – опрос экспертов
Методы, используемые при межотраслевом подходе	<ul style="list-style-type: none"> – социально-экономическое прогнозирование; – метод сравнительного анализа; – метод статистической оценки; – опрос экспертов
Методы, используемые при маркетинговом подходе	<ul style="list-style-type: none"> – проведение исследования рынка; – маркетинговый прогноз; – опрос экспертов
Методы, используемые при экономическом подходе	<ul style="list-style-type: none"> – затратный и доходный методы; – метод сравнительных продаж и сравнительного анализа; – опрос экспертов; – сравнительно-исторический метод; – заполнение аналитических форм

Рис. 1. Группировка методов исследования по различным подходам к изучению проблем

Рассмотренные методики применяют на разных этапах исследования и в соответствии с целями и задачами, ситуацией на рынке.

Большая часть методик является часто используемой, к примеру: опрос экспертов, метод сравнительного анализа, статистической оценки. Такие методы, как доходный, метод сравнительных продаж, применяется при оценке целесообразности освоения сегментов рынка [2].

Комплексность исследования рынка услуг промышленного туризма определяется именно использованием различных методологических подходов, что архиважно в разработке программ развития туризма.

Изучение потенциала региона — отправная точка в развитии туризма и является, как правило, основополагающей частью региональных программ развития туризма. К содержанию исследований в области туризма относят: изучение состояния проблемы, постановку целей и определение задач, выработку гипотезы исследования, подбор методов и методик экспериментов, их апробацию.

Исходя из вышеизложенного, используемые в промышленном туризме для разработки экскурсий объекты (производственные процессы, здания и т. п.) разделяют на два направления (рис. 2).



Рис. 2. Объекты промышленного туризма

При изучении промышленного туризма наиболее заметно выделяется его взаимосвязь с производственными экскурсиями, структура которых подразделяется на следующие направления (рис. 3) [3, с. 231].

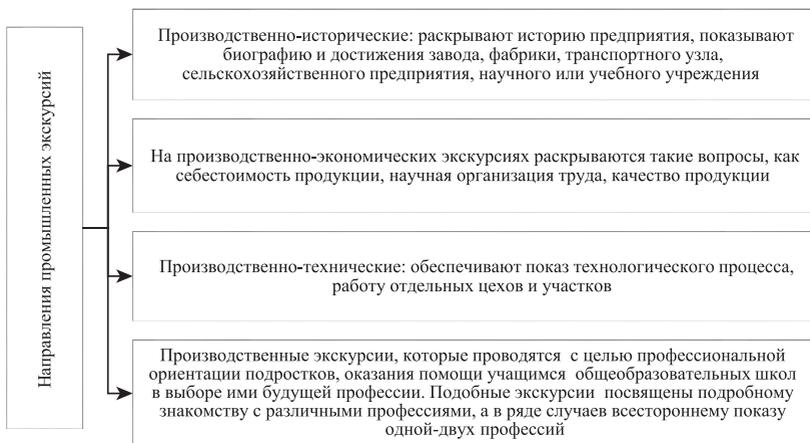


Рис. 3. Направления экскурсий в промышленном туризме

Таким образом, продуктом промышленного туризма, а значит, и объектом изучения можно считать нечто производное и объединенное от исторического наследия различных времен в промышленных отраслях СССР (заброшенные производственные предприятия), а также действующие предприятия России,

предлагающие масштабные экскурсии для продвижения своей продукции, а также в профорientационных целях.

Список литературы

1. В России набирает популярность промышленный туризм // Российская газета [Электронный ресурс]. — URL: <https://rg.ru/2023/02/07/stalevary-zovut-vgosti.html> (дата обращения: 09.12.2024).
2. Кадыров, Р. В. Промышленный туризм как креативный маркетинг / Р. В. Кадыров, Р. Г. Мударисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2018. — № 8. — С. 88–94.
3. Костиков, А. К. Комплексная модель объектов промышленного туризма / А. К. Костиков, Е. Н. Лихачёв // Творчество и современность. — 2020. — № 1 (12). — С. 27–34.

УДК 337

**МАТЕМАТИЧЕСКИЙ МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ
ЗАПАСАМИ И ЕГО ОБОСНОВАНИЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
ОБЩЕСТВА**

В. О. Андриевский

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В данной статье представлен функционал математического метода оптимизации управления запасами для потребительского общества, основанный на модели экономического размера заказа (EOQ). Цель исследования — обосновать применимость EOQ модели в условиях неопределенности, которая позволяет повысить точность прогноза и минимизировать совокупные затраты на хранение и приобретение товаров.

Ключевые слова: управление запасами, модель EOQ, математическое моделирование, волатильность спроса.

Актуальность исследования. Оптимизация управления запасами с помощью модели экономического размера заказа (EOQ, модель Уилсона) позволяет компаниям минимизировать общие затраты, связанные с закупкой и хранением товаров. Этот математический подход определяет оптимальный объем каждой партии закупки, эффективно снижая издержки на всех этапах производственно-сбытовой цепочки [2].

Методы и инструменты исследования. В данном исследовании использовались общенаучные методы познания, библиометрический анализ, контент-анализ научных статей, опубликованных в рецензируемых изданиях; экспертно-аналитических отчетах и материалах, общедоступных в интернете.

Практическая и теоретическая значимость исследования. Модель особенно эффективна для кооперативных обществ, испытывающих проблемы с избыточными товарными запасами и низкой скоростью их оборота, рис. 1.



Рис. 1. Предпосылки применения модели EOQ для кооперативного сектора экономики

Для построения модели Уилсона используется следующая формула:

$$Q_w = \sqrt{\frac{2Kv}{s}},$$

где Q_w — экономический размер заказа (оптимальный размер партии);

K — фиксированные затраты на выполнение заказа, руб.;

v — годовой спрос (количество единиц товара, которые будут проданы или использованы за год);

s — стоимость хранения одной единицы товара в год (затраты на хранение, включая складские расходы, страхование, упущенную выгоду и т. д.) [3].

Для практического применения модели Уилсона к показателям районного потребительского общества «Прохоровское» воспользуемся данными финансовой отчетности за 2023 год. Общая выручка составила 275 208 тыс. руб. Фиксированные затраты на обработку одного заказа (K) оценены в 5 тыс. руб. Затраты на хранение единицы продукции (s) определены как 15 % от средней стоимости товарных запасов, которая равна 18 545 тыс. руб. — следовательно, $s=0,15 \times 18545=2782$ тыс. руб.

Подставляем данные в формулу: $Q_w = \sqrt{\frac{2 \times 5 \times 275208}{2782}} = \sqrt{989,2} \approx 31,46$.

Расчеты, основанные на модели Уилсона, указывают на оптимальный размер заказа, составляющий порядка 32 единиц продукции. Представление динамики затрат (затраты на размещение заказов, на хранение и общие) в зависимости от изменяющегося размера заказа показано на рис. 2.

Минимум суммарных издержек, соответствующий экономически оптимальному размеру заказа (ЕОQ), обозначен на графике как ключевая точка принятия управленческих решений.

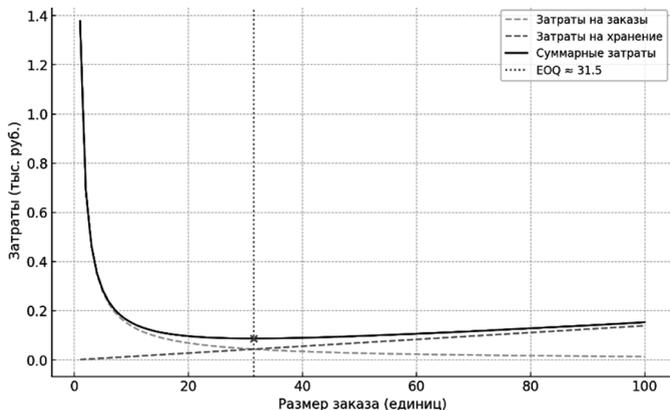


Рис. 2. График соответствия затрат и заказа в модели Уилсона

Анализ зависимости затрат на заказы и затраты на хранение, представленный в данных, демонстрирует их обратную корреляцию в зависимости от объема заказа. Для потребительского общества «Прохоровское» модель Уилсона оптимизирует общие затраты при объеме заказа около 31 единицы, обеспечивая экономически выгодный баланс между частотой поставок и объемом запасов.

Для ускорения оборачиваемости товаров для повышения эффективности использования оборотного капитала необходимо следовать четырем шагам (рис. 3).

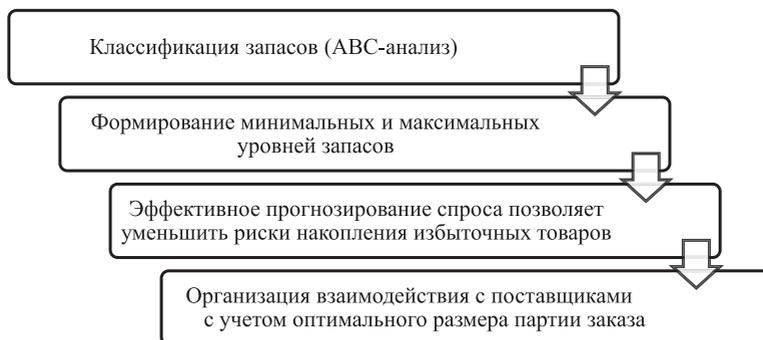


Рис. 3. Шаги для ускорения оборачиваемости запасов

Выводы и рекомендации. Применение модели Уилсона особенно актуально для РПО «Прохоровское» Белгородской области ввиду ограниченных финансовых ресурсов и высоких складских расходов. Эффективное управление запасами является критическим фактором стабильной прибыльности предприятия [1]. Оно гарантирует удовлетворение потребительского спроса при минимизации затрат на хранение, закупку и продажу товаров. Для РПО «Прохоровское», учитывая замедление оборачиваемости запасов, рост избыточных запасов и увеличение кредиторской задолженности, внедрение продуманной долгосрочной политики управления запасами приобретает особую социально-экономическую значимость. Главная цель финансовой политики — бесперебойное производство и реализация продукции при минимальных затратах на хранение и доставку запасов.

Список литературы

1. Сергеев, В. И. Управление закупками и запасами в цепях поставок : учебник / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 402 с.
2. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок : учебник / А. Н. Стерлигова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 430 с.
3. Экономико-математическое моделирование минимизации общих затрат в управлении запасами / И. В. Зайцева, О. А. Малафеев, Д. Н. Резеньков [и др.] // Фундаментальные исследования. — 2021. — № 2. — С. 18–22.

АУДИТ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. А. Баширова

Научный руководитель: Е. В. Жданова, *преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
jdaev@mail.ru

В данной работе рассмотрен аудит как эффективное средство обеспечения экономической безопасности предприятия. Автором определена роль аудита, а также представлены рекомендации по обеспечению экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: аудит, экономическая безопасность предприятия, финансовая отчетность, риски, контроль.

Современные условия ведения бизнеса характеризуются высокой степенью неопределенности и наличием множества экономических угроз, включая финансовые, правовые и налоговые риски. В этой связи подтверждается **актуальность** аудита как инструмента, способного не только выявить существующие проблемы, но и предотвратить их возникновение, обеспечивая тем самым экономическую безопасность предприятия.

Целью исследования является выявление роли аудита в обеспечении экономической безопасности предприятия, а также определение ключевых направлений его воздействия и разработка рекомендаций по повышению экономической безопасности предприятия посредством аудита.

В процессе исследования использованы следующие **методы**: анализ нормативно-правовых актов, регулирующих аудиторскую деятельность, обобщение и систематизация научных трудов отечественных ученых по теме исследования.

Теоретическая значимость представлена в систематизации роли аудита в обеспечении экономической безопасности предприятия по актуальным в настоящее время направлениям. **Практическая значимость** работы заключается в разработке рекомендаций, направленных на обеспечение экономической безопасности предприятий посредством использования аудита.

В соответствии с п. 3 ст. 1 федерального закона № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», аудит представляет собой «независимую проверку бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности» [1]. Учитывая, что аудит является инструментом, способным выявлять финансовые риски и предупреждать их возникновение, его обязательное проведение на определенных этапах хозяйственной деятельности обеспечивает прозрачность и стабильность функционирования предприятия, что особенно актуально в условиях постоянно меняющегося законодательства и возрастающей сложности ведения бизнеса, когда финансовая отчетность играет ключевую роль в принятии стратегических решений. Таким образом, исследование роли аудита в обеспечении

экономической безопасности предприятия представляется актуальным и практически значимым направлением.

А. М. Кусмаева утверждает, что аудит «способствует выявлению угроз и указывает на ошибки в ведении учета предприятия, устранение которых повышает уровень экономической безопасности и способствует экономическому росту предприятия» [3, с. 83]. Действительно, своевременное выявление угроз и корректировка выявленных ошибок позволяет предприятию избежать финансовых потерь и минимизировать репутационные риски.

И. Р. Хайруллина и А. Ф. Урманшина выделяют особую роль внутреннего аудита, который способствует идентификации и нейтрализации внутренних и внешних угроз, «позволит избежать финансовых санкций со стороны контролирующих органов и контрагентов», обеспечивая тем самым устойчивость хозяйствующего субъекта [4, с. 231]. Таким образом, внутренний аудит становится инструментом не только контроля, но и защиты предприятия.

По мнению П. Д. Колотовкиной и Е. О. Вегнер-Козловой, аудит помогает организациям снижать налоговые, финансовые, экономико-правовые, имущественные, правовые, кадровые риски, поскольку является «своего рода превентивной мерой, позволяющей противостоять ряду рисков на ранней стадии их развития» [2, с. 36]: внедрение аудита на ранних стадиях позволяет избежать значительных затрат в будущем.

Роль аудита в обеспечении экономической безопасности предприятия представлена в таблице.

Роль аудита в обеспечении экономической безопасности предприятия

Направление	Описание роли аудита	Результат
Выявление скрытых угроз	Осуществление аналитических процедур для обнаружения рисков, мошенничества, ошибок в отчетности и нарушений нормативных требований	Своевременное обнаружение угроз, предотвращение финансовых и репутационных потерь
Обеспечение достоверности	Проверка корректности данных финансовой отчетности и соответствия стандартам бухгалтерского учета	Повышение доверия со стороны инвесторов, кредиторов и партнеров
Устранение выявленных рисков	Предоставление рекомендаций по устранению обнаруженных нарушений и улучшению внутренних процессов компании	Уменьшение рисков и повышение операционной эффективности
Соблюдение нормативных актов	Оценка соответствия деятельности компании законодательным требованиям и профессиональным стандартам	Снижение вероятности штрафов, санкций и правовых споров
Формирование прозрачности	Создание открытой и прозрачной системы отчетности и управления для всех заинтересованных сторон	Укрепление репутации компании и повышение инвестиционной привлекательности
Обеспечение информационной базы	Предоставление объективной и надежной информации для принятия управленческих решений	Эффективное стратегическое планирование и управление ресурсами

Аудит является не только инструментом контроля, но и важным стратегическим механизмом для долгосрочного обеспечения экономической безопасности предприятия. Аудит является эффективным инструментом обеспечения экономической безопасности предприятия, способствуя выявлению и устранению угроз, повышению доверия со стороны инвесторов и соблюдению нормативных требований.

В целях обеспечения экономической безопасности предприятия посредством использования аудита предложим ряд рекомендаций:

- 1) регулярное проведение внешнего аудита для своевременного выявления рисков и обеспечения соответствия нормативным требованиям;
- 2) разработка системы внутреннего контроля, обеспечивающей мониторинг и управление ключевыми рисками компании;
- 3) использование современных цифровых инструментов аудита для автоматизации процессов и повышения их эффективности;
- 4) обучение сотрудников основам аудита и внутреннего контроля для повышения уровня финансовой грамотности;
- 5) проведение независимой оценки системы аудита с целью выявления возможностей для ее улучшения;
- 6) внедрение аудиторских процедур в стратегическое планирование компании для минимизации финансовых и операционных рисков.

Аудит представляет собой важный стратегический инструмент, способствующий повышению устойчивости и конкурентоспособности предприятия.

В заключение следует отметить, что аудит является важным инструментом обеспечения экономической безопасности предприятия, так как он способствует своевременному выявлению угроз, устранению рисков и повышению доверия заинтересованных сторон. Для повышения эффективности аудита необходимо внедрение комплексного подхода, использование цифровых технологий, обучение персонала и независимая оценка аудиторской системы, что позволит не только минимизировать финансовые и операционные риски, но и обеспечить устойчивое развитие предприятия в условиях нестабильной экономической среды.

Список литературы

1. Об аудиторской деятельности : ФЗ от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 08.08.2024).
2. Колотовкина, П. Д. Аудит в системе экономической безопасности предприятия / П. Д. Колотовкина, Е. О. Вегнер-Козлова // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы VIII Международной научно-практической конференции: в двух томах, Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 года / научный редактор А. П. Багирова. Том 1. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2022. — С. 34–37.

3. Кусмаева, А. М. Аудит как способ обеспечения экономической безопасности предприятия / А. М. Кусмаева // Студент года 2020 : сборник статей XV Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 5 ноября 2020 года. — Пенза : Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2020. — С. 82–85.
4. Хайруллина, И. Р. Аудит и экономическая безопасность / И. Р. Хайруллина, А. Ф. Урманшина // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 6–2. — С. 229–232 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/audit-i-ekonomicheskaya-bezopasnost> (дата обращения: 20.01.2025).

ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ: «ПЛЮСЫ» И «МИНУСЫ» НОВОЙ ВАЛЮТЫ

А. В. Брусова

Научные руководители: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*,

Е. О. Бакарасов, *преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),

г. Новосибирск, Россия

brusova.arina@bk.ru

Внедрение цифровых технологий приводит к изменениям на рынке платежей и трансформации потребительского поведения, что способствует росту безналичных расчетов. Бизнес и население все больше нуждаются в цифровых формах денег, соответствующих информационной эпохе. Глобальный переход к цифровой модели требует использования новых цифровых средств.

Ключевые слова: цифровой рубль, Центральный банк РФ, валюта, электронные платежи.

Цифровой рубль — это цифровая форма российской национальной валюты, которую Центробанк России планирует выпускать в дополнение к существующим формам денег [1]. Он будет представлять собой цифровую версию рубля, созданную на базе блокчейн-технологии и цифровых реестров. В начале 2020 года в первый раз была предложена идея создания цифрового рубля. Центральный банк Российской Федерации работает над внедрением и адаптацией цифрового рубля в отечественный сектор экономики с тех пор и по настоящее время.

Создание и развитие цифрового рубля вызвано объективными причинами, такими как необходимость адаптации к современным технологиям и удобством использования электронных платежей. Можно сказать, что цифровой рубль являет собой закономерное продолжение процесса цифровизации финансовой экономики России. Центральный банк РФ, следуя примерам других государств, предпринимает значительные усилия для цифровой трансформации всей финансовой системы, рассматривая цифровой рубль в качестве важного шага в развитии национальной валюты.

Введение новой валюты обусловлено несколькими причинами:

1. Необходимость улучшения международных платежей. В ведущих странах мира уже активно разрабатываются цифровые валюты, и Россия не хочет отставать от этого процесса. Внедрение цифрового рубля позволит ускорить и упростить переводы за границу, минимизировать риски и повысить прозрачность финансовых операций. Для удобства транзакций нужна эффективная международная платежная система. По данным Центрального банка, рассматриваются следующие варианты: интеграция двух платформ — цифрового рубля и других цифровых валют; взаимодействие платформ национальных валют через третью систему, которая будет общей [2].

2. Безналичные платежи в магазинах растут быстро. Способы безналичной оплаты в настоящее время различные, такие как оплата банковской картой,

СМС-оплата, оплата по Системе быстрых платежей. По данным Центробанка, в декабре 2024 года процент безналичных платежей в розничном секторе составил 85,3 %, увеличившись с 83,4 % за девять месяцев [3].

Наша страна входит в топ-3 стран с самой высокой долей онлайн-платежей на душу населения среди развитых платежных рынков. Некоторые банки берут комиссию за безналичные платежи, поэтому цифровой рубль поможет пользователям оплачивать товары без ограничений и комиссий.

Новая третья валюта имеет несколько значимых преимуществ перед другими деньгами (таблица).

Преимущества новой валюты — цифрового рубля

Преимущества	Характеристика
Снижение операционных затрат	Внедрение цифрового рубля поможет уменьшить расходы на операции. Использование электронных платежей выгодно как частным лицам, так и компаниям. Отказ от наличных средств сэкономит деньги и ресурсы
Безопасность и надежность	Цифровой рубль обеспечивает более надежные транзакции и защиту от мошенничества, чем использование наличных денег. Использование блокчейн-технологий и криптографических методов защищает от подделок и мошенничества, что позволяет чувствовать себя более уверенно при проведении финансовых операций
Эффективность и удобство платежей	Благодаря возможности проводить транзакции в реальном времени люди и компании могут экономить время и упрощать процесс денежных переводов, не посещая банки или обменные пункты
Прозрачность и контроль	Цифровой рубль обеспечивает прозрачность и контроль финансовых операций, помогая бороться с теневой экономикой и нарушениями финансовых правил
Возможности для инноваций	Внедрение цифрового рубля способствует развитию финансовых технологий и инноваций, что стимулирует экономический рост и поддерживает финансовую экосистему и экономический рост страны

Следует выделить проблемы, возникающие при внедрении цифрового рубля в российской практике.

— Кибербезопасность. Не исключена возможность атак и взломов, когда взломщики могут похитить денежные средства и личную информацию. Сильная централизация системы может вызвать серьезные проблемы при атаке на серверы. Возможные сбои могут затруднить доступ пользователей к кошелькам, обеспечение безопасности может быть сложной задачей.

— Потеря анонимности. Внедрение цифрового рубля способствует снижению анонимности при использовании денежных средств, потому что государственные органы и учреждения получают доступ к информации о переводах и использовании средств. Следовательно, это нарушает вопросы анонимности и влечет контроль над личными финансами.

— Социальное восприятие. Цифровой рубль — новая третья валюта и незнакомая потребительскому обществу. Данная форма валюты может вызвать

ряд вопросов, непониманий и противоречий. На внедрение валюты понадобится время, граждане и организации должны будут привыкнуть к нововведению, что может вызвать сопротивление и неопределенность в социальной сфере.

— Снижение ликвидности банков. Резкое внедрение новой валюты может вызвать убывание денежных средств из коммерческих банков. Последствия могут привести к снижению их ликвидности, банковскому кризису и рецессии. Снижение денежных средств на счетах вкладчиков ограничит возможности кредитования как для физических лиц, так и для предпринимателей.

— Исключение из финансовой системы. В современном мире существует риск сбоя доступа к Интернету как по политическим причинам, так и по техническим. Это может исключить из финансовой системы некоторые категории граждан, что справедливо вызывает противоречивые вопросы о доступности и инклюзивности новой системы.

При внедрении новой валюты в мир нужно учитывать и уделять особое внимание недостаткам, чтобы учесть все минусы и сделать цифровой рубль удобным для всех участников финансово-кредитной системы.

Согласно инструкции Центрального банка России, цифровой рубль позволит гражданам осуществлять быстрые, удобные и безопасные платежи, что также поможет расширить доступ к финансовым услугам и улучшить уровень жизни граждан в стране [4].

В работе рассмотрены преимущества и недостатки новой валюты — цифрового рубля. По результатам исследования выявлено, что в современной экономической практике многие мировые сообщества разрабатывают аналогичные псевдоинновации цифрового рубля или уже используют возможности применения цифровых денег. В широком формате цифровая валюта запущена и адаптируется в Нигерии и в некоторых странах Карибского бассейна. Разработка и внедрение тестовых проектов цифровых денег продолжаются в ЮАР, Швеции, Казахстане, Сингапуре, Малайзии, Саудовской Аравии и ряде других стран.

Список литературы

1. Банк России: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <https://cbr.ru/fintech/dr/> (дата обращения: 07.02.2025).
2. Интеграция цифровых валют реально может заменить SWIFT [Электронный ресурс]. — URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=16893> (дата обращения: 07.02.2025).
3. ЦБ РФ перестал давать прогнозы по доле безналичных платежей [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.interfax.ru/business/1000731> (дата обращения: 07.02.2025).
4. Цифровой рубль: что это такое и когда он заработает в России // Т-Ж: журнал про ваши деньги [Электронный ресурс]. — URL: <https://t-j.ru/guide/digital-currency> (дата обращения: 07.02.2025).

ПРОФЕССИЯ КАССИРА: ВЗГЛЯД МОЛОДЕЖИ

А. В. Бурматова, А. В. Алаева

Научный руководитель: Е. С. Григорчикова, *преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
e.grigorchikova@icloud.com

В данной статье авторами рассматривается актуальность и привлекательность профессии кассира среди молодежи. Проведен опрос обучающихся выпускных групп Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК) по направлению подготовки «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)», изучающих дисциплину «Выполнение работ по должности служащего «кассир». На основании полученных данных сделан анализ, и сформулированы выводы о востребованности профессии кассира среди молодежи (выпускников) для старта карьеры.

Ключевые слова: кассир, молодежь, начало карьеры, выпускники, занятость, рынок труда.

Слово «кассир» происходит от итальянского слова *cassa*, означающего «ящик». Это указывает на первоначальную функцию профессии — хранение денежных средств в ящике. В Древней Руси аналогичными функциями занимались казначеи, отвечавшие за сохранность казны князей, бояр и простых граждан. Формирование современной профессии кассира связано с изобретением в XIX веке американскими предпринимателями братьями Ритт прототипа современных кассовых аппаратов [1].

В настоящее время в зависимости от сферы деятельности различают разные типы кассиров: продавец-кассир, кассир билетной кассы, валютный кассир, кассир транспортного предприятия, кассир страховой компании, кассир букмекерской конторы, кассир автозаправки, кассир-операционист банка, бухгалтер-кассир [1].

Актуальность исследования. Современная молодежь, характеризующаяся высокой адаптивностью к инновациям и новым технологиям, проявляет особенности в подходе к выбору профессии, в отличие от установок более старшего поколения. Авторы настоящего исследования, являющиеся выпускниками и изучающие дисциплину «Выполнение работ по должности служащего «кассир», считают целесообразным провести анализ уровня заинтересованности выпускников данной профессией.

Цель исследования — изучение востребованности профессии кассира среди молодежи.

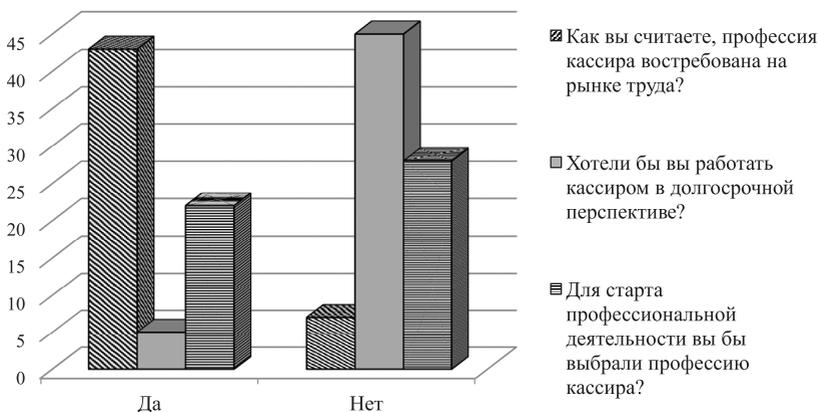
Авторы статьи в своем исследовании использовали **методы:** аналитический, эмпирический, статистического анализа.

Теоретическая значимость исследования заключается в понимании текущих тенденций на рынке труда и определении перспектив развития этой профессии в будущем.

Практическая значимость работы состоит в том, что результаты исследования могут быть полезны работодателям, так как отражают отношение выпускников к выбору профессии кассира.

По данным проведенного исследования сервисом поиска работы и подбора персонала HH.ru, в 2024 году профессия продавец-консультант (кассир) вошла в первую тройку востребованных профессий на рынке труда. Число вакансий за год составило 769 тысяч [2]. Число вакансий кассира по различным видам деятельности в Новосибирской области на 17.02.2025 г. составило 1310 [3].

Профессия кассира традиционно была одной из наиболее популярных среди молодежи, особенно среди студентов и молодых людей без высшего образования. Она позволяла быстро найти работу, получить опыт общения с клиентами и заработать деньги. В настоящее время молодежь проявляет снижение интереса к этой профессии, чему свидетельствуют результаты проведенного опроса (рисунок), в котором приняли участие 50 обучающихся выпускных групп в возрастной категории от 17 лет до 21 года.



Результаты опроса выпускных групп по направлению подготовки «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы: 86 % респондентов (43 чел.) считают, что профессия кассира на рынке труда является востребованной, из их числа только 5 человек хотели бы работать по данной профессии в долгосрочной перспективе. Для старта профессиональной деятельности профессию кассира выбрали бы 44 % опрошенных.

Отмечается, что незаинтересованность в работе кассира связана с тем, что молодые люди больше ориентированы на гибкий график работы, возможность работать удаленно и иметь свободное время для личных интересов. Работа кассира зачастую предполагает фиксированный график и постоянное присутствие на рабочем месте, что может быть неудобным для современной молодежи. Еще одним фактором является заработная плата. При выборе работы молодые люди

настроены на высокий заработок, но заработная плата кассира часто связана с низкой оплатой труда, особенно в начале карьеры.

Также молодежь, которая стремится к карьерному росту и развитию, может рассматривать профессию кассира как временное решение, а не долгосрочную перспективу. Профессия кассира редко предлагает возможности для значительного карьерного роста внутри компании. Это может отпугивать амбициозных молодых людей, которые хотят развиваться профессионально и занимать руководящие должности.

Таким образом, востребованность профессии кассира среди молодежи снижается. Молодые люди ищут более привлекательные и перспективные варианты трудоустройства, которые предлагают лучшие условия работы и возможности для карьерного роста.

Список литературы

1. Костюкова, Е. И. Освоение должности служащего 23369 «Кассир» : учебное пособие / Е. И. Костюкова, В. С. Германова, Ю. А. Цисельская. — Москва : КноРус, 2025. — 192 с.
2. 20 самых востребованных специальностей 2024 года [Электронный ресурс]. — URL: <https://novosibirsk.hh.ru/article/20-samykh-vostryebovannykh-spyetsialnostyey-2024-goda> (дата обращения: 04.02.2025).
3. Работа кассиром в Новосибирске [Электронный ресурс]. — URL: <https://novosibirsk.hh.ru/vacancies/kassir> (дата обращения: 17.02.2025).

БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ НА ЭТАПЕ МАСШТАБНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

А. А. Гордиенко, К. А. Маркелова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
angelinaaa2092@gmail.com

В статье рассмотрены десять ключевых инноваций и тенденций в банковской сфере. Каждая тенденция подкреплена реальными примерами из практики российских банков, таких как Сбербанк, Т-Банк, ВТБ и Альфа-Банк.

Ключевые слова: искусственный интеллект, блокчейн, цифровой рубль, Open Banking, биометрическая идентификация, персонализированные услуги, ESG-банкинг, роботизация, IoT-технологии, кибербезопасность, банковские инновации.

В условиях инновационно-трансформационной экономики, когда технологии развиваются с невероятной скоростью, банковская сфера не остается в стороне. Инновации выступают в качестве ключевого фактора успеха банков, для которых важно оставаться конкурентоспособными и предоставлять качественные услуги. В современных условиях глобальных изменений, таких как цифровизация, глобализация и изменение потребительских предпочтений, банки вынуждены адаптироваться к новым реалиям и внедрять новые технологии. Это и делает тему банковских инноваций актуальной и важной для изучения.

Целью исследования является анализ роли и влияния банковских инноваций на этапе глобальных изменений, в том числе оценка их воздействия на развитие банковского сектора в России. Предполагается рассмотрение инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн, цифровой рубль, Open Banking, биометрические системы и другие с точки зрения их применения в российских банках. Также целью будет выявление факторов, способствующих успешному внедрению этих технологий, и разработка рекомендаций по их эффективному использованию в условиях современных вызовов.

Для достижения поставленной цели исследования будет использоваться комплекс методов и инструментов. В первую очередь анализ научной литературы, что позволит сформировать теоретическую основу исследования и выявить ключевые тенденции в области банковских инноваций. Также будет применён метод кейсов, который позволит изучить успешные примеры внедрения новых технологий в российских банках, таких как Сбербанк и Альфа-Банк, чтобы выделить лучшие практики и подходы к цифровизации. Метод сравнительного анализа будет использован для оценки различий в практике внедрения инноваций в банковский сектор России и других стран, что поможет выявить сильные и слабые стороны подходов. С целью предсказания будущих трендов в банковской отрасли будет применён метод прогнозирования, что поможет оценить, как технологии могут повлиять на банковскую сферу России до 2025 года.

Полученные результаты исследования банковских инноваций могут выступить в качестве базы для разработки стратегий и практических рекомендаций, которые помогут российским банкам адаптироваться к глобальным изменениям и эффективно внедрить инновационные технологии. Эти рекомендации повысят качество обслуживания клиентов, безопасность транзакций, оптимизируют рабочие процессы и укрепят конкурентоспособность банков на рынке. Исследование банковских инноваций в том числе расширяет теоретическую базу понимания влияния новых технологий на финансовую сферу. Оно позволяет глубже осознать значимость инноваций в банковской системе, произвести оценку их влияния на экономическую эффективность и найти новые научные подходы к анализу банковских трансформаций. Теоретические выводы исследования могут послужить фундаментом для дальнейших научных работ по теме банковских технологий. Таким образом, результаты исследования имеют большую практическую и теоретическую ценность. Они могут быть использованы банками, а также представляют интерес для учёных, занимающихся изучением банковских технологий и их влиянием на экономику.

Банковский сектор России находится на пороге масштабных изменений, которые определяют его развитие в ближайшие годы. К 2025 году можно ожидать появления новых технологий и подходов, которые кардинально изменят взаимодействие банков с клиентами.

Банковские инновации — это конечный результат инновационной деятельности банка, осуществляемой в виде нового или улучшенного банковского продукта или услуги [2].

1. Искусственный интеллект и машинное обучение. Искусственный интеллект (ИИ) станет неотъемлемой частью банковской системы. Банки будут использовать ИИ для анализа больших данных, прогнозирования поведения клиентов, автоматизации процессов и улучшения кибербезопасности. В 2025 году ИИ используется для анализа больших данных, прогнозирования поведения клиентов и предотвращения мошенничества. Альфа-Банк применяет ИИ для анализа транзакций и выявления аномалий, что позволяет минимизировать риски. Сбербанк также активно применяет ИИ в своих сервисах: чат-бот Евгений ежедневно обрабатывает миллионы запросов от клиентов, а системы машинного обучения помогают выявлять подозрительные операции в режиме реального времени.

2. Блокчейн и смарт-контракты. Блокчейн-технологии активно внедряются в банковскую отрасль для повышения прозрачности и безопасности транзакций. В 2025 году блокчейн используется для автоматизации процессов, таких как аккредитивы и факторинг, через смарт-контракты. Смарт-контракты позволяют автоматизировать процессы, что приводит к сокращению времени обработки операций и снижению затрат. В России уже проводятся пилотные проекты с использованием блокчейна. ВТБ и Альфа-Банк участвуют в тестовых сделках с применением смарт-контрактов на платформе «Мастерчейн», разработанной Центральным банком России.

3. Цифровой рубль. В 2025 году одной из ключевых инноваций станет цифровой рубль — третья форма национальной валюты. С 1 июля 2025 года

крупнейшие банки, такие как Сбербанк и ВТБ, начнут предоставлять клиентам возможность открывать счета и проводить операции с цифровыми рублями. Эта технология обеспечивает мгновенные и безопасные платежи, а также позволяет снизить издержки для бизнеса и физических лиц. Кроме того, цифровой рубль упрощает трансграничные расчёты, что особенно важно в условиях санкций.

Например, Банк России рассматривает возможность взаимодействия цифрового рубля с цифровыми валютами других стран, такими как ОАЭ, для обхода ограничений в международных платежах.

4. Open Banking (открытый банкинг). Open Banking — это идея, которая подразумевает свободный доступ к информации о клиентах через API (программные интерфейсы). Благодаря этому банки и сторонние организации смогут создавать новые финансовые продукты и услуги. Например, Т-Банк предоставляет API для интеграции своих сервисов с приложениями сторонних разработчиков. Сервисы доставки еды или такси могут интегрировать платёжные функции Т-Банка, чтобы клиенты могли оплачивать услуги прямо через свои приложения. К 2025 году Open Banking станет общепринятым стандартом, что приведёт к усилению конкуренции и улучшению качества услуг.

5. Биометрическая идентификация. Биометрические данные используются в рамках Единой биометрической системы (ЕБС). Биометрические технологии, такие как распознавание лица, голоса и отпечатков пальцев, станут основным способом идентификации клиентов. В 2025 году ожидается массовое внедрение биоэквайринга, позволяющего оплачивать покупки с помощью биометрических данных. Сбербанк уже запустил сервис оплаты по лицу, а национальная система платёжных карт работает над универсальным решением для всех банков.

Важную роль в цифровизации банковской системы играет Банк России. Внедрение банком России в банковскую сферу удаленной идентификации дает возможность физическим лицам дистанционно получать услуги без личного присутствия [1].

6. Персонализированные финансовые услуги. Финансовые организации активно применяют информацию о клиентах для разработки индивидуальных предложений. Альфа-Банк предлагает клиентам персональные инвестиционные портфели, основанные на анализе их финансовых привычек. Сбербанк использует данные о расходах клиентов для подбора оптимальных условий по кредитам и депозитам.

Такие экосистемы, как «Сбер» и «Т-Банк», объединяют информацию о счетах, кредитах и страховках в одном приложении. Это позволяет создавать «подписки на образ жизни», например, для многодетных семей или молодых специалистов.

7. Зеленое финансирование и ESG-банкинг. «Зеленые» облигации и инструменты учёта углеродного следа становятся ключевыми. Банки предлагают «зеленые» кредиты и инвестиции в экологически чистые проекты. Сбербанк и ВТБ уже выпускают «зеленые» облигации, средства от которых направляются на строительство солнечных электростанций и ветряных парков.

В России доля безналичных платежей достигла 83,4 %, что снижает экологический след на 12 % за счет сокращения использования пластика. Банки также внедряют системы отслеживания ESG-критериев, что соответствует глобальным трендам (рисунок).



Доля безналичных платежей в розничном обороте за 2017–2023 гг. [3]

8. Интернет вещей (IoT) в банкинге. IoT-технологии находят своё применение в автоматизации различных процессов, таких как мониторинг банкоматов и управление платежами через подключённые устройств. Например, интеллектуальные банкоматы способны предупреждать о нехватке наличных средств, что позволяет банкам оперативно реагировать на возникающие проблемы. Носимые устройства, такие как смарт-часы с NFC, могут заменить традиционные банковские карты. Кроме того, IoT-технологии способствуют выявлению мошенничества, анализируя данные о клиентах в режиме реального времени.

9. Кибербезопасность и защита данных. В условиях нарастающей цифровизации общества возрастает и вероятность кибератак. В 2025 году ожидается активное внедрение банками систем безопасности, основанных на искусственном интеллекте и машинном обучении, для оперативного выявления потенциальных угроз. Т-Банк внедрил многоуровневую систему аутентификации, включающую SMS-коды, push-уведомления и биометрические данные. Сбербанк применяет передовые методы шифрования данных и осуществляет непрерывный мониторинг потенциальных угроз.

10. Трансграничные платежи и криптовалюты. В условиях санкционного давления банки активно ищут инновационные пути осуществления международных расчётов. В 2025 году цифровой рубль и криптовалюты могут стать основными инструментами для трансграничных платежей. Центральный банк России рассматривает возможность использования криптовалюты в экспериментальном режиме для проведения внешнеторговых операций.

2025 год станет переломным для банковской отрасли России. Инновации, такие как цифровой рубль, ИИ и блокчейн, не только улучшают качество обслуживания, но и открывают новые возможности для бизнеса. Однако успех этих технологий зависит от их безопасного и эффективного внедрения, а также от готовности банков адаптироваться к меняющимся условиям. В качестве рекомендаций можно рассмотреть инвестиции банков в разработку и внедрение

систем искусственного интеллекта и блокчейна для анализа данных, автоматизации процессов, прогнозирования поведения клиентов и повышения кибербезопасности. Особое внимание стоит уделить разработке собственных решений и участию в совместных проектах с ведущими технологическими компаниями.

Список литературы

1. Асадулаева, Ш. Р. Современные банковские технологии в условиях цифровой экономики / Ш. Р. Асадулаева // Символ науки. — 2021. — № 2. — С. 33–35.
2. Жеребко, О. О. Современные тенденции развития банковских инноваций / О. О. Жеребко, Е. А. Ягупова // Science Time. — 2021. — № 5 (89). — С. 120–126.
3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. — URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 13.02.2025).

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Т. В. Дробина, *обучающийся*, Э. С. Боронина, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
tany.drobina@mail.ru

В современных условиях рынок испытывает значительное влияние со стороны глобализации, технологических изменений и изменений в потребительских предпочтениях. Инвестиции становятся ключевым инструментом, способствующим развитию промышленных предприятий. В данной статье рассматриваются ключевые аспекты учётно-аналитического обеспечения, его роль в управлении инвестициями, а также методы и инструменты, способствующие эффективной реализации инвестиционных проектов. Инвестиционная деятельность играет ключевую роль в развитии предприятий, особенно в таких капиталоемких отраслях, как производство строительных материалов. Обеспечение информационно-аналитической поддержки реализации стратегии инвестиционной деятельности позволяет не только адаптироваться к изменениям рынка, но и занимать лидирующие позиции в своей отрасли.

Ключевые слова: инвестиции, учётно-аналитическое обеспечение, инвестиционная деятельность, финансирование, инвестиционные проекты.

Современная экономика требует от производственных предприятий активного инвестирования в развитие, что связано с необходимостью обновления оборудования, расширения производственных мощностей и внедрения новых технологий. Принятие обоснованных инвестиционных решений базируется не только на интуитивных оценках, но и на глубоком анализе имеющихся данных. В этом контексте учётно-аналитическое обеспечение становится ключевым элементом, позволяющим принимать эффективные решения, снижая связанные с инвестициями риски. Объектом наблюдения в исследовании выступает промышленная компания АО «Искитимцемент», которая является одним из ведущих предприятий по выпуску цемента в Сибири.

Инвестиционные решения являются ключевым элементом стратегического развития производственных предприятий, особенно в условиях высокой конкуренции и необходимости модернизации производственных мощностей. Для успешной реализации инвестиционных проектов требуется качественное учётно-аналитическое обеспечение, включающее сбор, обработку и анализ данных, оценку рисков и эффективности проектов. АО «Искитимцемент», одно из крупнейших предприятий цементной промышленности России, представляет собой интересный пример для изучения данных процессов.

АО «Искитимцемент» ведет активную работу по реализации нескольких ключевых направлений инвестиций. В последние годы предприятие активно инвестирует в модернизацию оборудования, внедрение экологически чистых технологий и расширение производственных мощностей. Основными

направлениями инвестиционных решений являются: замена устаревшего оборудования, внедрение энергосберегающих технологий, развитие логистической инфраструктуры [6].

По направлению модернизации оборудования в организации осуществляется вложение средств в замену устаревшего оборудования на новые высокоэффективные установки. Это позволяет повысить производительность и уменьшить затраты на энергоресурсы. В 2021 году компания инвестировала 150 млн рублей в обновление производственной линии. По второму направлению, которое включает в себя расширение производственных мощностей, компания реализовала проект по строительству нового цеха по производству цемента мощностью 1,5 млн т в год. Ожидается, что данный проект позволит увеличить долю на рынке и удовлетворить растущий спрос.

Следующее направление инвестирования — это экомодернизация, которая включает внедрение технологий очистки газов и утилизации производственных отходов для снижения негативного воздействия на окружающую среду. Инвестиции в экогаджеты составили более 50 млн рублей за пять лет.

Инвестиционные решения на производственных предприятиях предполагают выбор направлений вложения капитала, которые способствуют повышению эффективности производства, расширению рынков сбыта и увеличению прибыли. Учетно-аналитическое обеспечение процесса инвестирования в коммерческих компаниях включает такие направления, как сбор и систематизацию данных о финансовом состоянии предприятия; анализ инвестиционных возможностей и ограничений; оценку эффективности инвестиционных проектов с использованием методов NPV, IRR, срока окупаемости; мониторинг реализации проектов и контроль за использованием ресурсов.

Особое внимание в организации уделяется учету капитальных вложений, так как они составляют основу инвестиционной деятельности предприятия. Учетная политика предприятия предусматривает детализацию данных по каждому инвестиционному проекту, что позволяет контролировать расходы и сроки реализации. Учетно-аналитическое обеспечение процесса инвестирования в АО «Искитимцемент» обеспечивает точное отражение стоимости основных средств и их амортизации, учет затрат на реализацию инвестиционных проектов, формирование отчетности, необходимой для анализа финансовой устойчивости и ликвидности [1, 2].

Для оценки эффективности инвестиционных решений в организации АО «Искитимцемент» экономисты рассчитывают чистую приведенную стоимость проекта (NPV), которая позволяет оценить прибыльность проекта с учетом временной стоимости денег, а также внутреннюю норму доходности (IRR), которая используется для сравнения эффективности различных проектов.

Так, на примере проекта модернизации производственной линии был проведен анализ, который показал, что NPV проекта составляет 120 млн рублей, IRR — 15 %, а срок окупаемости — 4 года. Эти показатели свидетельствуют о высокой эффективности проекта [4, 6].

Также следует отметить, что АО «Искитимцемент» активно использует современные информационные системы для управления инвестиционной

деятельностью. Внедрение ERP-системы позволило автоматизировать учет затрат и контроль за использованием ресурсов; повысить точность финансовых прогнозов; оперативно получать данные для анализа эффективности проектов.

Несмотря на успешную реализацию инвестиционных проектов, АО «Искитимцемент» сталкивается с рядом следующих проблем: недостаточная гибкость учетной системы при изменении условий реализации проектов, сложность учета всех факторов риска, необходимость повышения квалификации персонала в области анализа инвестиционных проектов.

С целью совершенствования учетно-аналитического обеспечения предлагается внедрить более гибкие системы учета, адаптированные к изменяющимся условиям, использовать методы сценарного анализа для учета рисков, организовать обучение сотрудников по вопросам инвестиционного анализа. Инвестиционная деятельность АО «Искитимцемент» направлена на улучшение производственных процессов, расширение ассортимента и увеличение доли на рынке строительных материалов. Реализуемые проекты по модернизации и расширению имеют высокую рентабельность и способствуют устойчивому росту компании [3, 5].

Таким образом, учетно-аналитическое обеспечение играет важную роль в принятии и реализации инвестиционных решений на производственных предприятиях. На примере АО «Искитимцемент» показано, что учетно-аналитическое сопровождение инвестиционных проектов позволяет минимизировать риски и повысить обоснованность инвестиционных решений. Совершенствование учетно-аналитического обеспечения принятия управленческих решений, а также внедрение современных технологий способствуют устойчивому развитию предприятия в долгосрочной перспективе. В дальнейшем организации целесообразно продолжать активно инвестировать в проекты, обеспечивающие технологическое совершенствование, что поможет обеспечить конкурентные преимущества и соответствовать современным требованиям рынка.

Список литературы

1. Алексеева, И. В. Учетно-аналитическое обеспечение принятия стратегических решений в деятельности промышленных предприятий: дис. ... канд. эконом. наук 08.00.12 / Алексеева Ирина Владимировна. — Ростов-на-Дону, 2002. — 224 с.
2. Варпаева, И. А. Учетно-аналитическое обеспечение управления затратами инвестиционной деятельности организации : монография / И. А. Варпаева, О. В. Гришина, В. Л. Жевнерчук; ФГБОУ ВПО «Московский гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ)». — Нижний Новгород : Нижегородский фил. МЭСИ, 2015. — 197 с.
3. Калинин, А. М. Информационно-аналитическое обеспечение инвестиционных проектов: автореф. дис. ... канд. эконом. наук 08.00.12 / Калинин Андрей Михайлович; Финансовая академия при Правительстве РФ. — Москва, 2010. — 25 с.

4. Кривцова, Ю. В. Учетно-аналитическое обеспечение внутреннего контроля инвестиционной деятельности предприятия: дис. ... канд. эконом. наук 08.00.12 / Кривцова Юлия Владимировна; Самарский государственный университет путей сообщения. — Самара, 2011. — 229 с. — Место защиты: Саратовский государственный социально-экономический университет.
5. Попов, А. Ю. Развитие учетно-аналитического обеспечения оценки инвестиций в инновации промышленными предприятиями / А. Ю. Попов // Вестник Пермского университета. Серия Экономика. — 2023. — Т. 18, № 3. — С. 311–332 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-uchetno-analiticheskogo-obespecheniya-otsenki-investitsiy-v-innovatsii-promyshlennymi-predpriyatiyami> (дата обращения: 13.02.2025).
6. Официальный сайт компании АО «Искитимцемент»: отчет о деятельности АО «Искитимцемент» за 2022 год [Электронный ресурс]. — URL: <https://iskcem.ru/> (дата обращения: 13.02.2025).

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ УСЛУГИ КАК ЗАКОНОМЕРНОСТЬ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

И. О. Калабин, Л. Г. Юдин

Научный руководитель: Н. В. Колоскова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ilya.kalabin2015@yandex.ru, hein_leo@mail.ru

В данной работе рассмотрен процесс трансформации финансовой услуги, предоставляемой населению России профессиональными посредниками. Этот процесс не может трактоваться однозначно позитивно или негативно, т. к. он включает в себя согласование интересов всех участвующих сторон. Конечной целью исследования является определить с помощью научных методов влияние цифровой трансформации и внедрения инноваций на взаимоотношения поставщиков и потребителей финансовых услуг, предложить пути улучшения взаимодействия участников рынка в данной сфере.

Ключевые слова: финансовая услуга, цифровизация, трансформация, инновация, финансовый рынок, конкуренция, качество, финансовая грамотность.

В современном обществе рост уровня жизни населения зависит от множества факторов, основными являются: рост экономики, т. е. рабочих мест, зарплат, сдерживание инфляции, забота об экологии, здоровье и т. д. Всё перечисленное относится к политике государства. Но есть и другие факторы не менее фундаментального характера, определяющие возможности каждого человека увеличить своё благосостояние, — это факторы финансового рынка.

Современный финансовый рынок переживает эпоху системных изменений, что обусловлено в первую очередь новой технологической революцией. Также надо учесть, что довольно быстро изменяется сам потребитель финансовых продуктов: повышаются требования к качеству и набору предлагаемых услуг, растёт осознание своих прав, расширяется выбор продуктов на рынке. В центре этих перемен находится финансовая услуга — базовый элемент, обеспечивающий эффективное функционирование финансовой системы любой страны. Исследование финансовых услуг — путь к повышению финансовой грамотности населения, которая позволяет людям принимать более обоснованные решения в личных финансах, способствует получению максимальной пользы и одновременно снижению рисков в процессе использования финансовых услуг.

Ключевым инструментом развития в сфере финансовых рынков являются финансовые услуги, предоставляемые населению финансовыми организациями. В условиях быстрого развития технологий и глобализации экономики национальный финансовый сектор претерпевает значительные изменения, которые порождают новые бизнес-модели банков и других профессионалов рынка, направленные на максимальное улучшение качества обслуживания и повышения конкурентоспособности участников рынка. Эти организации весьма разнообразны, но их объединяет то, что они продают на рынках финансовые

продукты (услуги), при этом находясь в рамках лицензионных требований и строгих предписаний регулятора.

Извечный вопрос экономической эффективности — это консенсус качества и количества проданного товара. На финансовом рынке это имеет особый смысл. Финансовая услуга будет эффективной только тогда, когда стороны соблюдают ответственность и обладают всей информацией о структуре услуги, её полной стоимости, санкциях, периодах охлаждения и т. п. Трансформация финансовой услуги подразумевает кардинальные изменения в способах её предоставления, управления и потребления на основе технологических и экономических нововведений. Описанный вид трансформации служит важным индикатором инновационности финансового рынка, отражая гибкость и адаптивность последнего.

Научной проблемой данного исследования является трансформация финансовой услуги как фактор непредсказуемости в отношении её потребления. Это может порождать противоречия и снижение уровня жизни. Приведём примеры.

1. Ежегодно более 3 млн россиян получают ущерб от мошеннических финансовых схем по причине своей неосведомлённости или недостаточной информированности о новых свойствах финансовых услуг, на чём и строят свой «чёрный бизнес» нелегальные и недобросовестные организации.

2. Резкое увеличение доступности финансовых услуг привело к закредитованию населения, к большим потерям капиталов неквалифицированных инвесторов, что порождает «финансовые пузыри» на рынке и является опасным для экономики [3].

Задачами экономической науки являются: систематизировать и подробно описать трансформации в сфере финансовых услуг, разработать и оптимизировать алгоритмы взаимодействия поставщиков и потребителей финансовых услуг.

Финансовая услуга как общественное явление существует на протяжении длительного периода времени, оно зародилось ещё до н. э. и прошло длинный путь эволюции. В древности к финансовым услугам относились обмен и хранение денежных ресурсов, а также предоставление их в ссуду. Впервые предоставление финансовых услуг банковскими организациями стало осуществляться в эпоху Античности (V в. до н. э.). В этот период происходило активное развитие кредитования и банковского дела. Выдачей кредитов занимались банки — частные и государственные. В Древней Греции такие организации назывались *трапезиты*, в Древнем Риме — *аргентарии*. Многие государства уже имели свою денежную систему и занимались чеканкой монет, что делало возможным совершать денежные переводы и обмен валют.

В эпоху Средневековья бурный расцвет торговли привел к активному использованию ценных бумаг (векселя, депозитные сертификаты, чеки, закладные), что открыло новые возможности для кредитования, сбережений и других видов финансовых услуг. Период Нового времени (XVII–XIX вв.) характеризуется появлением таких новых финансовых услуг, как страхование и инвестирование. С приходом в жизнь общества мобильной связи и интернета большинство финансовых услуг подверглось цифровизации, что повлекло за собой их автоматизацию и далее интеллектуализацию. В XXI веке онлайн-банкинг стал нормой жизни. Особого внимания заслуживают мобильные приложения банков.

Изначально они представляли собой лишь информационные сервисы, однако на сегодняшний день их функционал увеличился в несколько раз [1].

Таким образом, на протяжении длительного времени финансовые услуги не раз претерпевали различные трансформации для адаптации к новым экономическим условиям и потребностям их пользователей. Это подтверждается большим разнообразием услуг в области кредитования, хранения и использования личных финансов, предлагаемых кредитными организациями [4].

На сегодняшний день к главным факторам трансформации финансовой услуги можно отнести: цифровизацию, автоматизацию с использованием искусственного интеллекта (ИИ), появление новых бизнес-моделей, упрощение и персонализация обслуживания и др. Поскольку трансформация финансовых услуг вызывает их качественные и целевые изменения, то она ведёт к развитию дифференциации услуг. Со временем финансовые услуги начинают значительно различаться между собой как по степени удовлетворения потребностей, так и по степени сложности их потребления. Очевидно, что более узконаправленные персональные потребности клиентов удовлетворяются финансовыми организациями через наиболее сложные продукты, иногда это могут быть индивидуальные предложения, но чаще всего это стандартизированные продукты.

Современные финансовые услуги разделяют по уровню сложности на 4 группы. I группа: не требует от потребителя специальных навыков или профессиональных знаний; II группа: клиенты должны иметь специальный уровень подготовки и финансовой грамотности; III группа: ориентирована на удовлетворение специальных финансовых потребностей клиентов, которые имеют соответствующий уровень профессиональной подготовки в области финансов; IV группа: ограниченный круг клиентов, осуществляющих деятельность в узкоспециализированных сферах финансов [2].

Чем дальше происходят сдвиги в техническом прогрессе на финансовых рынках, тем больше повышается уровень сложности потребления финансовых услуг. Можно сказать, что инновационные услуги предназначены не для всех категорий граждан, а только для тех, которые сочетают в себе цифровую и финансовую грамотность, а также разбираются в вопросах финансового права.

Итак, не стоит рассчитывать на то, что финансовый рынок наконец-то «в надёжных руках» (регулятора и конкуренции), и поэтому процессы цифровизации будут только упрощать и улучшать качество финансового обслуживания клиентов банков и других профессиональных участников рынка. Так, в 2024 году Банк России получил 338 тысяч жалоб от потребителей финансовых услуг и инвесторов. Последствием конкуренции на финансовом рынке является трансформация финансовой услуги в её абсолютно новую цифровую форму (перезаформатирование), что даёт ей явные преимущества перед традиционными форматами. Среди них: удобство получения, скорость обслуживания, гибкость и увеличение ассортимента, снижение ряда рисков и издержек. Но, с другой стороны, та же самая конкуренция порождает всё новые методы продвижения и продажи финансовых услуг (агрессивная реклама, ребрендинг, «упаковка» продуктов, ведущая к частичной дезинформации, навязывание услуги и сопутствующих ей услуг).

Таким образом, выводом из проведённого исследования может служить тезис: современная трансформация финансовых услуг недостаточно тесно увязана с теми изменениями, которые происходят в среде потребителей финансовых услуг. Поставщики финансовых услуг явно опережают запросы и возможности своих потребителей. Это может создавать социальное напряжение, а данная неурегулированность может порождать «финансовые пузыри», что опасно для экономики. Кроме того, технологические прорывы отдельных банков потенциально угрожают стабильности финансового рынка, его пропорциям и уровню конкуренции. Необходимо глубокое исследование существа происходящих трансформаций, прежде всего, в самой финансовой услуге, а также изучение восприятия новых финансовых услуг потребителями — физическими лицами, затрагивая вопросы финансовой грамотности, защиты прав потребителей финансовых услуг, стандартизации финансовых услуг и многие другие.

Список литературы

1. Баланов, А. Н. Цифровая трансформация. Финансовые услуги и банковское дело : учебник для вузов / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 562 с.
2. Колоскова, Н. В. Политика повышения доступности финансовых услуг и её современные особенности в России / Н. В. Колоскова, В. В. Колпаков // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2023. — № 1 (43). — С. 57–78.
3. Колоскова, Н. В. Триггеры и драйверы развития личных финансов в современной России / Н. В. Колоскова, В. В. Колпаков // Научно-технический прогресс как механизм развития современного общества : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2 частях, Пермь, 13 декабря 2023 года. — Уфа : Аэтерна, 2023. — С. 92–94.
4. Лазарева, И. Е. Финансовые технологии в структуре финансовой системы / И. Е. Лазарева // Сборник научных работ серии «Финансы, учет, аудит». — Вып. 28. — Донецк : ДОНАУИГС, 2022. — С. 117–125.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

М. А. Колпакова

Научный руководитель: И. Г. Карпутова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
m.kolpakova2010@mail.ru

В работе проведен анализ методов оценки инвестиционных проектов в связи с санкциями и геополитической ситуацией. Даны различные прогнозы и предложены варианты моделирования инвестиционных проектов.

Ключевые слова: инвестиции, геополитика, мобилизационная экономика, санкции, оценка инвестиционных проектов.

Актуальность оценки инвестиционных проектов в настоящее время обусловлена высокой степенью экономической неопределенности, связанной с глобальными геополитическими изменениями, волатильностью финансовых рынков и ускоряющейся технологической трансформацией. Компании и инвесторы сталкиваются с необходимостью пересмотра традиционных подходов к оценке рисков, учета инфляционных процессов и адаптации стратегий капиталовложений к новым макроэкономическим реалиям. Существенное влияние оказывают также ESG-факторы, которые становятся не просто дополнительным критерием, а ключевым элементом инвестиций, определяющим доступ к капиталу и долгосрочную устойчивость проектов.

Современные вызовы требуют более гибких и комплексных моделей оценки инвестиционных проектов, способных учитывать высокие темпы цифровизации, изменение структуры потребительского спроса и рост значимости устойчивого развития. В условиях нестабильности рынок капитала становится более избирательным, что вынуждает инвесторов глубже анализировать перспективы проектов, оценивая не только традиционные финансовые показатели, но и адаптацию к новым технологическим стандартам, влиянию санкций и возможным изменениям в глобальных цепочках поставок. Таким образом, качественная оценка инвестиций в текущих условиях становится критически важным фактором успешного развития бизнеса и минимизации рисков.

Целью исследования является анализ инструментария оценки инвестиционных проектов в современных условиях и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Методы и инструменты исследования. Исследование оценки инвестиционных проектов в современных условиях требует комплексного подхода, включающего как традиционные, так и адаптированные к текущей экономической реальности методы. Анализ дисконтированных денежных потоков остается одной из ключевых методик, однако сегодня он дополняется сценарным моделированием, учитывающим высокую степень неопределенности и возможные

макроэкономические шоки. Важным инструментом становится стресс-тестирование, позволяющее проверять устойчивость проектов к инфляционным изменениям, санкционным ограничениям и колебаниям стоимости капитала.

Для учета нестабильности финансовых рынков широко применяются методы реальных опционов, позволяющие оценить гибкость стратегических решений при изменяющихся внешних условиях. Цифровые технологии и мегаданные способствуют совершенствованию системы оценки за счет использования машинного обучения и прогнозных аналитических моделей, что позволяет инвесторам оперативно адаптироваться к новым вызовам. Кроме того, ESG-факторы становятся не просто элементом анализа, а полноценной составляющей инвестиционной оценки, требующей новых инструментов количественного и качественного измерения устойчивости проектов. В современных условиях именно сочетание этих методов помогает повысить точность прогнозирования и снизить вероятность инвестиционных потерь.

Теоретическая значимость исследования оценки инвестиционных проектов в современных условиях заключается в развитии методов анализа, учитывающих высокую степень экономической неопределенности, влияние глобальной цифровизации и рост значения ESG-факторов. В современных реалиях традиционные подходы к оценке инвестиций требуют адаптации к новым макроэкономическим вызовам, таким как инфляционные риски, санкционные ограничения и изменение структуры глобальных рынков. Исследование позволяет углубить понимание факторов, определяющих эффективность капиталовложений, а также разработать модели, которые настраивают систему оценки под динамично изменяющиеся условия.

Практическая значимость выражается в возможности разработки эффективных инструментов для бизнеса и инвесторов, позволяющих минимизировать риски и принимать обоснованные решения в условиях нестабильности. Компании получают возможность применять современные технологии, включая машинное обучение и прогнозную аналитику, для точного моделирования инвестиционных сценариев. Исследование также помогает внедрять критерии устойчивого развития в инвестиционный анализ, что повышает доверие со стороны международных партнеров и регулирующих органов. Оценка и выводы по его результатам могут способствовать созданию более надежных стратегий финансирования и повышению устойчивости экономики в целом.

Выводы и рекомендации. Одним из ключевых методов оценки инвестиционных проектов остается анализ дисконтированных денежных потоков (DCF), который позволяет определить чистую приведенную стоимость (NPV) и внутреннюю норму доходности (IRR). Однако в условиях высокой неопределенности традиционные модели дисконтирования часто сталкиваются с проблемой точности прогнозов. Изменение стоимости капитала вследствие инфляции и колебаний процентных ставок может существенно повлиять на расчетные показатели доходности [2]. В такой ситуации актуальными становятся сценарный анализ и метод реальных опционов, которые помогают учитывать альтернативные варианты развития событий и возможность гибкой коррекции инвестиционной стратегии.

Оценка инвестиционных проектов также требует применения методов стресс-тестирования, что особенно важно в условиях санкционного давления и ограничений глобальных цепочек поставок. Компании анализируют, насколько их проекты устойчивы к изменениям цен на ресурсы, логистическим сбоям и изменяющимся регуляторным требованиям. Например, в нефтегазовом секторе стресс-тестирование используется для моделирования различных сценариев изменения цен на нефть и их влияния на прибыльность долгосрочных проектов [4]. В других отраслях, таких как высокие технологии, этот метод позволяет прогнозировать влияние скачков цен на полупроводниковую продукцию и дефицита ключевых компонентов.

Использование цифровых технологий и больших данных значительно повышает точность оценки инвестиционных проектов, особенно в нестабильной экономической среде [1]. Инструменты машинного обучения позволяют анализировать исторические данные и предсказывать вероятные изменения рыночной конъюнктуры. В современные финансовые модели интегрируются алгоритмы искусственного интеллекта, которые помогают учитывать сложные взаимосвязи макроэкономических факторов и предлагать оптимальные инвестиционные решения. Например, в сфере недвижимости анализ больших данных используется для определения перспективных локаций с учетом динамики спроса и инфраструктурных изменений.

Основываясь на современных методах оценки, можно выделить ряд рекомендаций для эффективной инвестиционной деятельности [3]. Компании должны внедрять комплексные аналитические подходы, сочетающие традиционные методы оценки с элементами гибкой адаптации. Важно интегрировать цифровые технологии для повышения точности прогнозов и учитывать ESG-факторы, поскольку их значение продолжает расти. Кроме того, бизнесу необходимо оперативно реагировать на изменения в макроэкономической среде, используя сценарное моделирование и стресс-тестирование для минимизации рисков.

Таким образом, оценка инвестиционных проектов в современных условиях требует более глубокой адаптации к динамично изменяющейся среде. Компании, использующие инновационные методы анализа и учитывающие устойчивое развитие, получают значительные конкурентные преимущества. В условиях нестабильности наиболее успешными становятся те инвесторы, которые способны сочетать финансовую разумность с технологической гибкостью и ответственным подходом к долгосрочной устойчивости своего бизнеса.

Список литературы

1. Бостанова, П. И. Оценка инвестиционного проекта и формирование инвестиционного портфеля / П. И. Бостанова, М. А. Мейриева // *Управленческий учет*. — 2024. — № 9. — С. 404–409.
2. Ван, Ю. Методы оценки инвестиционных проектов на современном этапе развития / Ю. Ван, Ю. Янь // *Управление социально-экономическим развитием предприятий, отраслей, регионов: проблемы и перспективы* :

сборник научных трудов XVI Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков, посвященной 105-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Пенза, 9 ноября 2023 года. — Пенза : Пензенский государственный университет, 2024. — С. 28–30.

3. Споров, Д. С. Принципы оценки эффективности инвестиционного проекта и учет рисков при оценке эффективности / Д. С. Споров // Молодой ученый. — 2024. — № 48 (547). — С. 114–116.
4. Халяпин, А. А. Оценка инвестиционного риска при реализации инвестиционных проектов / А. А. Халяпин, Т. В. Стрельцова, П. А. Захарченко // Естественно-гуманитарные исследования. — 2023. — № 2 (46). — С. 316–322.

СПОНСОРСТВО КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Д. А. Королькова

Научный руководитель: Е. Б. Дуплинская, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС),
г. Новосибирск, Россия
dianakorolkova2010@gmail.com

В статье обосновывается целесообразность привлечения спонсорских средств как инструмента финансовой поддержки деятельности государственных учреждений. Разрабатываются практические рекомендации для организации работы со спонсорами в государственных учреждениях.

Ключевые слова: спонсорство, внебюджетные средства, финансирование.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в современных условиях жесткой конкуренции и ограниченных бюджетных ресурсов привлечение внебюджетного финансирования становится критически важным для устойчивого развития организаций. Спонсорство как один из ключевых инструментов внебюджетного финансирования предоставляет организациям возможность получить дополнительные ресурсы для реализации своих целей. Однако эффективность спонсорства во многом зависит от его экономического обоснования.

Целью данной работы стало проведение оценки привлекательности спонсорства, а также разработка практических рекомендаций для государственных учреждений, стремящихся к эффективному привлечению спонсорских средств. Для достижения поставленной цели проводится анализ данных о спонсорстве на примере юридического лица — вуза и предлагается внедрение Центра работы со спонсорами в структуру деятельности государственного бюджетного учреждения.

Методы и инструменты научного исследования: изучение литературы, документов и результатов деятельности государственного учреждения; анализ финансовых показателей.

Особенно актуально данное исследование для сфер, где традиционные источники финансирования, такие как государственные дотации или банковские кредиты, становятся ограниченными. Спонсорство позволяет не только покрыть текущие расходы, но и развивать новые проекты, что делает его особенно ценным для культурных, образовательных и спортивных организаций.

За счет бюджетного финансирования реализуются дополнительные общеразвивающие программы, формирующие современные компетенции, первичные навыки проектного управления, командной работы, исследовательские и изобретательские навыки [1]. Однако бюджетных источников зачастую недостаточно для развития организации.

Спонсорство (от лат. *spondeo*) — это добровольная помощь, которая может выражаться в материальном, финансовом, организационном и ином содействии

от физических и юридических лиц. Целью такой поддержки является продвижение своего бренда, наименования, товарного знака товаров и услуг [2].

Внебюджетные спонсорские средства — это средства, которые поступают в организацию из источников, не предусмотренных государственным бюджетом. Это могут быть пожертвования от физических и юридических лиц, инвестиции от внебюджетных фондов, а также средства, полученные от проведения различных мероприятий. Основное их отличие от бюджетных средств заключается в свободе их использования и отсутствии строгих отчетных обязательств перед государственными органами.

Привлечение внебюджетных спонсорских средств позволяет повысить финансовую самостоятельность и независимость организации, обеспечивает более широкий финансовый «пояс» для реализации проектов и программ.

К рискам привлечения внебюджетных спонсорских средств относятся: чрезмерная зависимость, которая может сделать организацию уязвимой, невыполнение партнерами обязательств, что приведет к финансовым потерям и репутационным рискам для спонсируемой организации, и несоответствие интересов и ценностей организаций [3].

Для оценки спонсорской ценности и формирования привлекательных предложений необходимо: четкое понимание целей и потребностей организации; создание разнообразных спонсорских пакетов, отличающихся по стоимости и набору предоставляемых возможностей; оценка спонсорской ценности, основанная на охватах аудитории, медийном эффекте, потенциале для продвижения бренда, возможности корпоративного участия и социальном воздействии; адаптация спонсорского предложения под конкретные потребности и ожидания потенциального спонсора [4].

Практическая значимость исследования заключается в проведении оценки целесообразности внедрения Центра работы со спонсорами в структуру деятельности государственного бюджетного учреждения Агентства поддержки молодежных инициатив («АПМИ НСО»), позволяя сделать вывод о том, что, для реализации данного проекта потребуются прогнозируемая сумма в 1 318 170 руб. Финансовые вложения потребуются на стадии формирования штатного состава сотрудников Центра (3 ед.) и технического оснащения рабочего места сотрудников на период как минимум 7,5 месяцев.

Сумма привлеченных средств рассчитана на примере Центра работы со спонсорами Сибирского государственного университета путей сообщения. Проводя более 365 мероприятий в год, средняя сумма поддержки каждого мероприятия составляет 22 тыс. рублей, учитывая годовую сумму привлеченных средств в размере свыше 8 млн рублей.

Изучив перечень мероприятий, проводимых ГБУ «АПМИ НСО» в период 2022–2024 гг., за период функционирования Центра работы со спонсорами, сумма привлеченных средств прогнозируется в размере 3 586 000 руб. Таким образом, на каждый потраченный рубль при реализации проекта будет привлечено дополнительно 2,7 руб., не затрачивая собственные средства организации и бюджетные ассигнования. Работа со спонсорами позволит привлечь дополнительные средства из внебюджетных источников, что снизит зависимость

Агентства от бюджетных источников. По результатам работы ожидается рост привлеченных средств на реализацию проектов.

Агентство поддержки молодёжных инициатив — это структура, которая охватывает проекты в различных сферах: от культуры до фиджитал-направления, поэтому является наиболее удачной при формировании рекомендаций. Организациям, привлекающим спонсорскую поддержку, предлагается:

- провести SWOT-анализ для оценки своих сильных и слабых сторон для разработки эффективной стратегии привлечения спонсорских средств;
- четко определить цели и задачи, которые необходимо достичь;
- предложить привлекательные условия и возможности для спонсоров; выбирать спонсоров с проверенной репутацией, чьи ценности соответствуют ценностям организации;
- быть прозрачными в своих финансовых операциях и отчитываться перед спонсорами о результатах;
- заинтересовать спонсоров в долгосрочном сотрудничестве.

Увеличение объема финансирования позволит реализовать больше проектов, направленных на решение социальных проблем, развитие творческого потенциала и гражданской активности. Средства, привлеченные через спонсорство, могут быть направлены на создание и развитие молодежных центров, спортивных объектов, культурных площадок и других объектов, необходимых для граждан. Социально значимые проекты, реализуемые при поддержке спонсоров, будут способствовать улучшению социальной атмосферы, профилактике негативных явлений, формированию позитивных ценностей у молодежи.

Выводы и рекомендации: внешние внебюджетные спонсорские средства имеют значительное значение для организаций различных сфер. Их привлечение способствует повышению финансовой устойчивости, развитию новых проектов и созданию положительного имиджа. Организациям следует использовать доступные методы для активного поиска спонсорских ресурсов, что может стать ключом к успешной деятельности в условиях современного экономического пространства.

Список литературы

1. Дуплинская, Е. Б. Государственная поддержка подготовки специалистов для цифровой экономики / Е. Б. Дуплинская, Ю. В. Чепига // Общество, образование, наука: современные тренды : сборник трудов по материалам II Национальной научно-практической конференции, Керчь, 23–24 декабря 2022 года / Редколлегия: Е. П. Масюткин [и др.]. — Керчь : Керченский государственный морской технологический университет, 2022. — С. 666–670.
2. Большой толковый словарь [Электронный ресурс]. — URL: <https://marketing.academic.ru/118/Спонсорство> (дата обращения: 30.01.2025).
3. Гореликов, В. А. Спонсорство как один из видов маркетинговых продуктов / В. А. Гореликов // Маркетинг. — 2020. — № 4 (20). — С. 81–84.
4. Финансовая помощь и поддержка. Финансовая дирекция НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. — URL: https://fd.hse.ru/servisy/podrazdeleniyam/sponsorskaya_pomosch_i_pozhertvovaniya/ (дата обращения: 30.01.2025).

РОЛЬ БАЗОВОГО И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО КАПИТАЛОВ В ЗАЩИТНОЙ ФУНКЦИИ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ БАНКА

П. А. Леонова, *обучающийся*, Н. В. Колоскова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
polina-leonova-96@mail.ru, natashak2002@list.ru

В статье рассмотрены факторы оптимизации структуры собственного капитала коммерческого банка, который, несмотря на свою относительно малую величину, призван смягчать рыночные риски и компенсировать потери банка так, чтобы этого не ощутили клиенты. Целью исследования является анализ функционирования собственных средств банка, определение приоритетных задач управления капиталом банка, учитывая неблагоприятные изменения в экономике и финансах на современном этапе.

Ключевые слова: коммерческий банк, базовый капитал, дополнительный капитал, функция собственного капитала, норматив достаточности собственных средств.

Роль базового капитала становится наиболее важной в современном банковском бизнесе, она растёт на фоне финансовой и экономической неопределённости рынков. Финансовая структура капитала, которым оперируют кредитные организации, настолько сложна, что её подразделяют на различные части и даже уровни (капитал первого уровня, второго уровня). Это происходит по причине того, что необходимо не только регулировать размеры капитала, т. е. общую активность и масштабы операций банка, но и контролировать степень рискованности этих операций, постоянно пополнять резервы, в то же время соблюдая установку собственников на плановые значения маржинальности и размеры дивидендов [2]. По сути, акционеры банка управляют всего лишь 10-й частью капитала, находящегося в обороте, и всё же они полностью определяют политику банка, т. е. контролируют его конкурентоспособность и положение на рынке. В чем причина этого явления?

Некий парадокс состоит в том, что сами акционеры (участники, собственники) обычно черпают данные о надёжности и перспективности своего банка не только от менеджеров в лице Совета директоров (изнутри), но и от рейтинговых агентств, аудиторов, а также биржевых систем, где торгуются акции банка. При этом миноритарные акционеры обычно не вникают в детали эффективности реализуемой стратегии банка, полностью доверяя рыночным индикаторам. Это говорит о том, что ввиду большой сложности банковского менеджмента и, как следствие, высокой ответственности топ-менеджеров последние отвечают не только за финансовый результат банка, но и за его устойчивость и деловую репутацию [3]. А в этом деле капиталу банка отводится важнейшая роль. Заметим, что совокупный собственный капитал банка ещё называют термином «балансовый капитал».

Так, собственный (балансовый) капитал коммерческого банка характеризуется в том числе показателем «мультипликатор капитала», который равен коэффициенту — это соотношение всех активов и тех средств, что принадлежат

акционерам. Если мультипликатор растёт в отчётном периоде, то это означает увеличение деловой активности банка, рост его потенциальной прибыли, но одновременно и вероятное увеличение рисков.

Базовый и дополнительный капиталы не только определяют финансовую устойчивость банка, но и служат важными инструментами его защитной функции по отношению к собственным средствам. Понимание важности этих двух видов капитала позволит лучше понять, как банки управляют рисками и поддерживают свою деятельность в условиях меняющейся рыночной среды.

Среди различных трактовок функций собственного капитала банка отметим наиболее важные:

- системообразующая — капитал делает возможным начало работы банка как бизнес-единицы;
- защитная (страховая) — капитал защищает интересы кредиторов и вкладчиков, посредством использования собственного капитала покрываются внезапные убытки в острой ситуации на рынке;
- регулирующая (кумулятивная) — капитал даёт ориентиры для роста банка, сдерживая увеличение рискованных активов;
- репутационная — капитал поддерживает доверие к банку клиентов и инвесторов [1].

Защитная функция капитала проявляется в том, что в случае кризиса банки могут использовать имеющиеся средства для покрытия убытков, для избежания банкротства и поддержания своей ликвидности. Способность банков быстро и эффективно реагировать на внешние угрозы зависит от состава капитала и управления капиталными ресурсами. Сочетание базового капитала, используемого для покрытия крупных убытков, и дополнительного капитала, который может быть задействован для преодоления серьёзных финансовых трудностей, обеспечивает надёжную основу для защиты интересов всех участников финансового рынка.

Не менее важно влияние базового и дополнительного капитала на кредитный рейтинг банка. Высокий уровень капитала способствует повышению кредитного рейтинга, что, в свою очередь, увеличивает вероятность привлечения дополнительного финансирования и снижает стоимость заимствований.

Базовый капитал — это главный компонент финансовой структуры банковского учреждения. Он включает в себя уставный капитал и нераспределённую прибыль, также резервный фонд, что и формирует «подушку безопасности» для банка, позволяя ему покрывать потенциальные убытки. Высокий уровень базового капитала свидетельствует о том, что банк устойчив и готов противостоять возможным экономическим потрясениям, а это особенно важно в периоды финансовой нестабильности.

Дополнительный капитал включает в себя более рискованные финансовые ресурсы, такие как субординированный долг и другие формы финансирования, специальные резервы против некоторых рисков. Он даёт банку возможность дополнительной защиты от непредвиденных потерь, играет важную роль в обеспечении ликвидности и устойчивости в неблагоприятных ситуациях, когда одного лишь основного капитала недостаточно. Регулирующие органы также

учитывают дополнительный капитал при оценке общего состояния банка, тем самым подчеркивая то, что он придаёт гибкость капиталу банка, способность адаптироваться к новым условиям. Так, дополнительный капитал включает фонды от переоценки имущества и ценных бумаг, прибыль текущего года, не подтверждённую аудиторами. Однако самым надёжным ресурсом на случай финансовых трудностей банка выступает базовый капитал. Данные рассуждения подкрепим исследованием отчётных данных ведущих российских кредитных организаций, среди них выделим 4 самых крупных системно значимых банка (СЗКО), результаты анализа в таблице, рассчитано по источнику [4].

Сравнительный анализ отдельных показателей качества собственного капитала (СК) крупнейших системно значимых банков

Банк	Показатель	Значение на 01.10.2024	Изменение 2024 г. к 2021 г.	Оценка изменения качества
Альфа-Банк	СК, млн руб.	579 947	+55,8 %	позитивная
	Мультипликатор капитала	11,42	Рост в 1,4 раза	позитивная
	Соотношение базового и дополнительного капитала	3,2	Без изменений	негативная
	Удельный вес резервного капитала в СК	3,7 %	+3,2 пп.	позитивная
Банк ВТБ	СК, млн руб.	1 754 094	+27,1 %	позитивная
	Мультипликатор капитала	17,50	Рост в 1,5 раза	позитивная
	Соотношение базового и дополнительного капитала	1,9	Снижение в 1,7 раза	негативная
	Удельный вес резервного капитала в СК	4,6 %	+ 2,6 пп.	позитивная
Газпромбанк	СК, млн руб.	1 225 225	+74,2 %	позитивная
	Мультипликатор капитала	14,67	Рост в 1,4 раза	позитивная
	Соотношение базового и дополнительного капитала	1,8	Снижение в 1,2 раза	негативная
	Удельный вес резервного капитала в СК	2,0 %	+ 0,6 пп.	позитивная
Сбербанк	СК, млн руб.	6 472 343	+37,0 %	позитивная
	Мультипликатор капитала	8,70	Рост в 1,2 раза	позитивная
	Соотношение базового и дополнительного капитала	6,9	Рост в 2 раза	позитивная
	Удельный вес резервного капитала в СК	2,8 %	+ 0,6 пп.	позитивная

Наилучшие показатели качества собственного капитала за 2021–2024 гг. продемонстрировали банки:

- самый высокий темп роста СК — у Газпромбанка (+74,2 %);
- самый большой мультипликатор капитала — у ВТБ (17,5);
- самое лучшее соотношение БК и ДК — у Сбербанка (6,9);
- наибольший удельный вес резервного капитала — у ВТБ (4,6 %).

Если судить по динамике рассматриваемых показателей за 5 лет, то из четырех СЗКО выделяется ПАО «Сбербанк», который имеет наибольшие темпы роста и только положительные оценки качества. Тогда как у других банков наряду с успехами наблюдаются провалы по отдельным показателям.

Согласно требованиям Базельских соглашений, кредитные организации должны рассчитывать три обязательных норматива достаточности: совокупно капитала (Н1.0, мин.=8 %), базового капитала (Н1.1, мин.=4,5 %), основного капитала (Н1.2, мин.=6 %). Методика определения всех нормативов состоит в расчёте отношения соответствующего капитала к сумме активов банка, взвешенных с учётом величины рыночного, кредитного и операционного рисков.

Рассмотрим на рисунке, какие значения этого норматива имеют самые крупные системно значимые банки России [4].



Динамика норматива достаточности СК (Н1.0) в четырех крупнейших СЗКО

Из диаграммы видно, что самые высокие значения норматива Н1.0 имеет за весь период исследования ПАО «Сбербанк». По динамике норматива достаточности базового капитала (Н1.1) Сбербанк также опережает все остальные СЗКО из выбранной группы. На 01.01.2021 Сбербанк показал норматив Н1.1, равный 11,17 %, а на конец периода (01.01.2025) — 11,10 %.

Таким образом, подтверждается гипотеза о том, что более высокое качество собственного капитала обеспечивает банку более сильную защиту от рисков и увеличивает его надёжность и авторитет.

Список литературы

1. Землячев, С. В. Функции собственного капитала банка / С. В. Землячев // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — № 10–1 (80). — С. 132–137.
2. Колоскова, Н. В. Проверка банковской системы России на прочность в период глобальных экономических кризисов / Н. В. Колоскова, Е. А. Егоров // Управленческий учёт. — 2022. — № 12. — С. 1284–1298.

3. Колоскова, Н. В. Влияние западных санкций на биржевые котировки акций системно значимых российских банков / Н. В. Колоскова, Н. В. Князюк // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2024. — № 1 (47). — С. 58–67.
4. Раскрытие информации кредитными организациями / Банк России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cbr.ru/banking_sector/otchetnost-kreditnykh-organizaciy/transparent/ (дата обращения: 20.02.2025).

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЛИДЕРОВ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ РОССИИ

В. В. Рубан

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

Современная банковская система Российской Федерации представлена большим количеством игроков, среди которых особое место занимают крупнейшие банки, такие как Сбербанк, ВТБ и Т-Банк. Эти финансовые учреждения не только обеспечивают стабильность и развитие внутреннего финансового рынка, но и играют самую ключевую роль в экономике нашей страны, оказывая особое влияние на кредитование, депозиты, а также доступность на финансовом уровне для бизнеса и населения.

Ключевые слова: банковская система, инвестиционная привлекательность, операционная эффективность, управление рисками, прибыльность.

Настоящее исследование направлено на сопоставление операционной эффективности ведущих российских банков через призму ключевых финансово-экономических индикаторов, включая структуру активов, рентабельность, параметры кредитования, управление рисками и прибыльность.

В основу анализа положен системно-логический подход, дополненный методами оценки конкурентоспособности.

1. Сопоставление ключевых финансовых параметров (капитализация, доходность активов (ROA), рентабельность собственного капитала (ROE), структура баланса).

2. Анализ рыночной доли кредитных организаций в сравнении с ключевыми конкурентами.

3. Изучение клиентских предпочтений через анкетирование и анализ удовлетворенности услугами.

4. Оценка технологической адаптивности (внедрение ИИ, мобильных платформ, цифровых сервисов).

Несмотря на прогнозируемое ЦБ РФ снижение чистой прибыли на 29 % в 2024 году, сектор сохранил позитивную динамику благодаря расширению кредитного портфеля и оптимизации риск-менеджмента.

ПАО «Сбербанк», являясь системообразующим институтом, демонстрирует абсолютное лидерство по масштабам присутствия: на февраль 2025 года сеть насчитывает свыше 11 тыс. отделений [4]. В 2023 году банк укрепил репутацию ESG-лидера, заняв первое место в рейтинге RAEX и войдя в индекс МосБиржи RAEX ESG. Инновационная активность организации подтверждается запуском открытой модели ИИ для ESG-классификации.

По итогам 2023 года чистые активы Сбербанка достигли 52 307,2 млрд руб., что в 2 раза превышает показатель ВТБ (25 770,5 млрд руб.) и в 16 раз — АО «Т-Банк»

(3 235,5 млрд руб.) [2]. Данные свидетельствуют о доминирующей роли Сбербанка на рынке.

Сбербанк предлагает наиболее привлекательные ставки и максимальные суммы кредитования среди трёх крупнейших банков (табл. 1). Это способствует удержанию лидерских позиций за счёт сочетания надёжности, клиентоориентированности и диверсификации услуг.

Таблица 1

Условия кредитования в АО «Т-банк», ПАО Сбербанк и ПАО «ВТБ»

Наименование банка	Минимальная ставка по кредиту	Условия по кредиту
Сбербанк	17 %	Минимальная сумма кредита составляет 50 тыс. рублей. Возможно получение кредита до 5 млн рублей. Срок кредита: от 3 месяцев до 7 лет
Тинькофф	15,5 %	Минимальная сумма кредита составляет 30 тыс. рублей. Возможно получение кредита до 3 млн рублей. Срок кредита: от одного до пяти лет
ВТБ	14 %	Минимальная сумма кредита составляет 20 тыс. рублей. Возможно получение кредита до 2,5 млн рублей. Кредит можно взять на срок от шести месяцев до семи лет

Из табл. 1 можно сделать вывод, что Сбербанк занимает лидирующие позиции в финансовом секторе благодаря репутации самого надежного банка страны за счет предложения конкурентоспособных условий по кредитам и широкого спектра банковских услуг. Проанализируем показатели рентабельности собственного капитала (ROE) трех банков (табл. 2).

Таблица 2

Показатели рентабельности собственного капитала за 2021 – 2023 гг.

Банк	Рентабельность собственного капитала (ROE)		
	2021	2022	2023
АО «Тинькофф Банк»	55,9 %	40,6 %	42,5 %
		–15пп.	+2пп.
ПАО «Сбербанк»	22,2 %	16,1 %	24,2 %
		–6пп.	+8пп.
ПАО «ВТБ»	12,8 %	4,4 %	16,5 %
		–8пп.	+12пп.

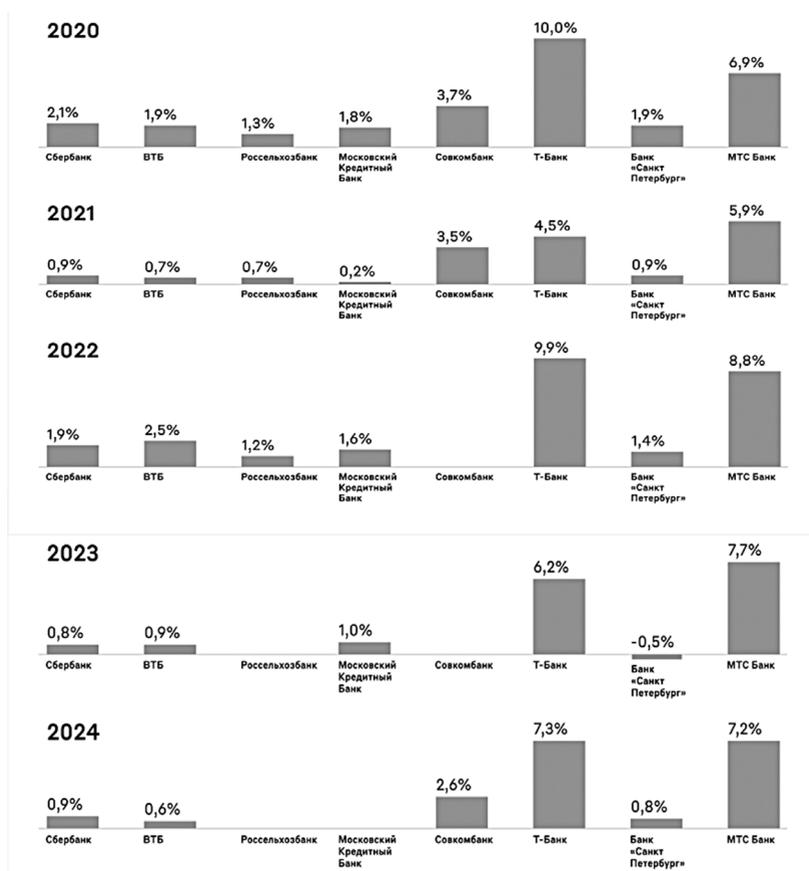
Анализ табл. 2 выявил следующие тенденции:

— все банки столкнулись со снижением ROE в 2022 г., однако к 2023 г. показатели восстановились;

— АО «Т-Банк» сохранил историческое преимущество по ROE: 55,9 % (2021 г.) против 22,2 % у Сбербанка и 12,8 % у ВТБ [1].

Прогнозируется, что в следующем году меры по повышению эффективности банков будут одновременно снижаться.

Стоит также отметить стоимость банковского риска: у таких банков, как «Санкт-Петербург», Сбербанк и ВТБ, стоимость риска наименьшая (рисунок), что связано с достаточно низкой исторической стоимостью фондирования у кредитных организаций [3].



Оценка стоимости рисков в банковском секторе

Среди наиболее эффективных, прибыльных и устойчивых банков выделяются Сбербанк, Т-Банк и банк «Санкт-Петербург» как лидеры инвестиционной привлекательности банковской сферы России.

Список литературы

1. Моисеев, А. Ю. Банковская конкуренция на примере Сбербанка, Т-Банка и ВТБ / А. Ю. Моисеев // Прогрессивная экономика. — 2024. — № 6. — С. 32–42.
2. Рейтинги банков // Финуслуги [Электронный ресурс]. — URL: https://finuslugi.ru/finansovuj_rejting_bankov (дата обращения: 13.02.2025).
3. Альфа-инвестор. Банковский сектор в 2025 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://alfabank.ru/alfa-investor/t/bankovskiy-sektor-v-2025-godu-vybiraem-favoritov/> (дата обращения: 13.02.2025).
4. Центральный банк Российской Федерации // Банк России [Электронный ресурс]. — URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 13.02.2025).

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ДОЛГОСРОЧНЫХ СБЕРЕЖЕНИЙ И ИНДИВИДУАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СЧЕТА

Д. Д. Шадрина, *обучающийся*, Е. В. Чернышева, *преподаватель*
Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ»
(НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия
Chernyshev-78@mail.ru

В статье проводится сравнительный анализ двух популярных инструментов для долгосрочного накопления — программы долгосрочных сбережений и индивидуального инвестиционного счета. Рассматриваются ключевые характеристики, преимущества и недостатки каждого инструмента, а также их соответствие различным инвестиционным целям и профилям риска. Целью работы является предоставление читателю информации, необходимой для принятия обоснованного решения о выборе наиболее подходящего варианта долгосрочных сбережений.

Ключевые слова: программа долгосрочных сбережений, индивидуальный инвестиционный счет, доходность, инвестор, накопления, долгосрочные инвестиции.

Необходимость привлечения долгосрочных инвестиций от населения для экономики России является крайне важным. Долгосрочные инвестиции обеспечивают стабильный приток капитала в реальный сектор экономики (производство, инфраструктура, инновации), что способствует его развитию и росту ВВП. Привлечение внутренних ресурсов снижает зависимость от иностранных инвестиций, что делает экономику более устойчивой к внешним шокам и санкциям. Развитие механизмов привлечения долгосрочных инвестиций повышает культуру сбережений в обществе, что является важным элементом финансовой стабильности.

В начале апреля этого года в России стартовала новая инициатива по стимулированию экономических запасов населения — программа долгосрочных сбережений (ПДС). В рамках этой программы были разработаны механизмы для безопасного инвестирования финансовых средств и получения прибыли на территории страны. К примеру, была значительно повышена гарантированная защита вложений в индивидуальные пенсионные счета (ИИС-3), увеличив предел страховой защиты в два раза [1].

Появление современных инструментов, таких как ПДС и ИИС-3, способно поддержать долгосрочные вложения населения в экономику России. Эти инновации открывают новые возможности для граждан в создании долгосрочных финансовых резервов, что может заинтересовать тех, кто прежде не рассматривал инвестирование как способ достижения своих финансовых целей.

Учитывая актуальность, необходимость введения данных финансовых инструментов для формирования долгосрочных накоплений со стороны населения, авторы сочли целесообразным провести их сравнительный анализ.

Цель исследования — провести сравнительный анализ ПДС и ИИС-3 для определения их ключевых характеристик, преимуществ, недостатков и выявления наиболее подходящих вариантов для различных категорий инвесторов.

Целью ПДС является стимулирование граждан в формировании будущего дохода и привлечение ликвидных активов населения в качестве внутреннего финансирования экономики.

Участник программы осуществляет в рамках ПДС добровольные взносы, а оператор программы — негосударственный пенсионный фонд (далее — НПФ) инвестирует их, тем самым обеспечивая доходность вложений [2].

Гражданин может копить средства за счет добровольных взносов, а также перевести в программу ранее сформированные пенсионные накопления. Государство, в свою очередь, обязано софинансировать накопления граждан в рамках ПДС за счет средств Фонда национального благосостояния и резервов Социального фонда России [3].

Доход в рамках ПДС формируется за счет накопления личных взносов, инвестиционного дохода, софинансирования государства (зависящего от среднемесячного дохода), пенсионных накоплений и налоговых вычетов. Размер софинансирования со стороны государства уменьшается по мере увеличения среднемесячного дохода.

При рассмотрении ПДС можно заметить сходство с таким инструментом, как индивидуальный инвестиционный счет (далее — ИИС).

Брокерский счет, или счет доверительного управления физического лица, и есть индивидуальный инвестиционный счет, по которому предусмотрены ряд ограничений и налоговый вычет [4, 5].

ИИС-3 предоставляет возможность сочетания налоговых льгот типа А и Б, а также увеличенные лимиты взносов и срока владения счетом. Он имеет сложную структуру и ряд особенностей, направленных на стимулирование долгосрочных инвестиций.

ИИС-3 разработан для тех, кто готов к долгосрочным инвестициям и стремится получить максимальную налоговую выгоду, используя комбинацию разных типов вычетов. Он ориентирован на инвесторов, готовых к более сложному и продолжительному инвестиционному процессу.

С целью определения привлекательности ПДС и ИИС-3 для будущих инвесторов приведен сравнительный анализ доходности инструментов.

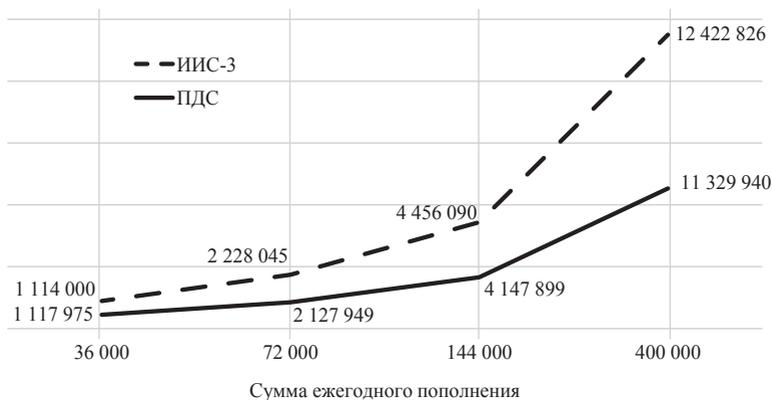
Методом экономического анализа будут проведены расчеты по доходности инвестиционных инструментов по заданным моделям.

В сравнении стратегий рассматриваются четыре варианта ежегодного пополнения: 36 000, 72 000, 144 000 руб. и 400 000 руб. Сумма личных взносов увеличивается пропорционально ежегодному пополнению.

Графически доходность ПДС и ИИС-3 представлена на рисунке.

Оба инструмента ПДС и ИИС-3 демонстрируют рост доходности с увеличением суммы ежегодного пополнения. При минимальной сумме ежегодного пополнения 36 000, 72 000, 144 000 руб. доходность ИИС-3 выше, чем доходность ПДС. При максимальном ежегодном пополнении 400 000 руб. ситуация меняется: доходность ИИС-3 – 12 422 826 руб. значительно выше, чем доходность

ПДС 11 329 940 руб. При этом темпы роста доходности ИИС-3 при увеличении годовых пополнений более высокие, чем у ПДС.



Доходность ПДС и ИИС-3 за 2025–2038 гг., руб.

ИИС-3 обладает более высоким потенциалом доходности при увеличении годовых пополнений, особенно при максимальном пополнении, в то время как ПДС предлагает более стабильный, но менее высокий доход.

Какой инструмент для формирования долгосрочных накоплений выбрать: ИИС-3 или ПДС? Каждая программа обладает своими особенностями.

ИИС-3 отличается повышенной гибкостью и предоставляет возможность самостоятельного регулирования инвестиционного процесса. Он предлагает более высокий потенциал для получения прибыли, особенно при значительных инвестициях, однако с этим связан и более значительный уровень риска. Такая стратегия может быть особенно притягательна для инвесторов, которые не боятся рисков и стремятся к максимальной доходности.

ПДС — это инструмент для формирования пенсионных накоплений. ПДС ориентирована на долгосрочные пенсионные накопления и характеризуется минимальным риском, софинансированием, страхованием и профессиональным управлением со стороны НПФ. ПДС может быть более подходящим для консервативных инвесторов, которые стремятся к стабильному и надежному росту, а также для тех, кто не имеет возможности инвестировать большие суммы.

В итоге автор приходит к мнению, что, выбирая между ПДС и ИИС, ключевым фактором является определение индивидуальных финансовых целей и приоритетов инвестора. Если основной целью является формирование пенсионных накоплений с минимальным риском и гарантированным государственным софинансированием, то ПДС будет предпочтительным вариантом. Если же инвестор стремится к более гибкому управлению своими инвестициями, готов к риску ради потенциально большей доходности и имеет конкретные

финансовые цели на горизонте 5–10 лет, то ИИС-3 может оказаться более подходящим выбором.

ИИС-3 и ПДС могут стать важным фактором развития финансовой системы, стимулирования экономического роста и повышения финансового благополучия населения. При правильном использовании и поддержке со стороны государства эти инструменты могут оказать положительное влияние на многие сферы жизни общества.

Список литературы

1. О гарантировании прав участников негосударственных пенсионных фондов в рамках деятельности по негосударственному пенсионному обеспечению и формированию долгосрочных сбережений : ФЗ от 28.12.2022 № 555-ФЗ [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_435722/ (дата обращения: 11.09.2024).
2. Соловьев, А. К. Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы России как фактор управления экономикой государства / А. К. Соловьев // Инновационное развитие российской экономики : сб. науч. тр. VII Междунар. науч.-практ. форума. — Москва : МЭСИ, 2021. — С. 170–174.
3. Об утверждении Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации до 2030 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.12.2022 г. № 4355-р // СЗ РФ. — 2023. — № 1 (ч. I). — Ст. 476.
4. Михайлов, А. Ю. Индивидуальный инвестиционный счет в России / А. Ю. Михайлов // Банковское право. — 2017. — № 3. — С. 38–43.
5. Корень, А. В. Анализ новых возможностей эффективных инвестиций на основе использования индивидуального инвестиционного счета / А. В. Корень, А. Н. Голояд, Е. А. Ивашишникова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — № 12. — С. 1696–1699.

УДК 338.2

АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Е. А. Андрущенко, В. О. Берин, К. Б. Монзина

Научный руководитель: З. В. Нестерова, *канд. экон. наук, доцент*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия

kostya758@mail.ru, berin04@mail.ru, mellissaaaa@mail.ru

В данной статье рассмотрены виды рисков, с которыми сталкиваются различные организации в условиях постоянного развития новых технологий. Приведены примеры решения различных видов рисков, определены будущие тенденции снижения и избегания рисков в условиях цифровизации.

Ключевые слова: риски, анализ рисков, управление рисками, менеджмент, цифровизация.

Актуальность исследования вызвана необходимостью постоянной адаптации компании к работе в конкурентной среде, где риски являются неотъемлемой частью ведения бизнеса, а развитие информационных технологий приводит к появлению все большего количества различных вариантов данных рисков.

Для того чтобы справляться с различными видами рисков, например, экономическими, политическими, технологическими и некоторыми другими, многие компании прибегают к риск-менеджменту, который позволяет эффективно управлять рисками. Если не реагировать на риск, это может привести компанию в кризисное состояние, поэтому компании прибегают к антикризисному менеджменту, который направлен на то, чтобы минимизировать различные угрозы, а также помочь компании адаптироваться к новым условиям.

Основной целью внедрения антикризисного менеджмента в деятельность предприятия является стабилизация работы компании. Антикризисный менеджмент способен превращать неуправляемые риски в управляемые и предотвращать их повторение. «Важно организовать антикризисный менеджмент на самом высоком уровне управления и поддерживать его вне зависимости от того, позитивные времена для организации либо же наоборот. Данный вид менеджмента должен развиваться вместе с компанией: наращивать темпы, расширять объем и реорганизовываться» [1].

В основе антикризисного менеджмента лежит проактивный подход к управлению рисками, то есть компании начинают не только действовать, когда кризис наступит, они анализируют возможные угрозы для компании заранее, создают антикризисные стратегии, которые помогут найти решение в сложных ситуациях. Одним из важнейших инструментов антикризисного менеджмента является активное внедрение в практическую деятельность компании цифровых технологий.

Многие компании в период кризиса 2020 года перешли в онлайн-режим, для того чтобы выжить и остаться на рынке, тем самым компании ускорили развитие цифровых технологий. На первый план вышли именно цифровые технологии,

компания автоматизировала большинство процессов, что снизило расходы, стали обрабатывать большее количество данных о клиентах, что позволило предлагать клиентам только те товары, которые им могут быть интересны. Ярким примером автоматизации является X5Group, которая своевременно внедрила онлайн-доставку и оптимизировала логистику путем цифровых технологий.

«Цифровая трансформация имеет значительное влияние на управление экономическими кризисами. Она изменяет способы сбора и анализа данных, позволяет быстрее реагировать на изменения в экономической ситуации и принимать более информированные решения» [2].

Практическая значимость внедрения цифровых технологий в деятельность компаний весьма велика. С их помощью компании могут эффективно прогнозировать различные риски и избегать кризисные ситуации. Цифровизация повышает устойчивость компаний посредством снижения затрат на рабочую силу, тем самым минимизируя человеческий фактор, количество ошибок на производстве, автоматизации многих процессов, что ускоряет выполнение множества задач и производственных процессов, позволяет эффективно подстраиваться под современные реалии, а также повышает общую безопасность компании и ее клиентов посредством развития кибербезопасности, так как развитие цифровых технологий влечет за собой активное развитие киберугроз. «Киберугроза, обусловленная цифровизацией как способом перевода информации в цифровую форму и методами работы с цифровой информацией, представляет совокупность факторов и условий, создающих опасность нарушения безопасности цифровой информации не только в компьютерах, глобальной сети Интернет, но и во всех других объектах и средах, использующих цифровые технологии» [3]. Компании вынуждены развивать кибербезопасность. Они внедряют системы, позволяющие защитить данные компании и ее клиентов. Например, Сбербанк активно развивает искусственный интеллект, который позволяет защитить средства клиентов и оперативно реагировать на мошенничество.

Рассмотрим два примера выхода компаний из кризиса 2020 года с учетом использования ими цифровых технологий.

Компания Ozon, которая уже имела хорошо развитую цифровую инфраструктуру, начинала как интернет-магазин книг. Затем стала активно расширять свой ассортимент и инвестировать в цифровые технологии, развитие логистики, что позволило ей стать крупным интернет-магазином. В год кризиса компания продолжила активно расти и увеличивать объемы продаж, открывать новые склады: она инвестировала в автоматизацию процессов, расширила службу доставки товаров, а также внедрила аналитику на базе искусственного интеллекта, что позволило ей прогнозировать спрос на товары. Исходя из данных, которые предоставила компания, мы можем увидеть, что в 2020 году количество заказов на платформе по сравнению с 2019 годом увеличилось. В 2019 году количество заказов составило 31,8 млн, а в 2020 году количество заказов составило 73,9 млн. Также компания предоставила данные об увеличении доли рынка. В 2019 году доля рынка составляла 17,4 %, а в 2020 году доля рынка составила 47,8 % [4]. Данные действия позволили компании стать одним из самых крупнейших маркетплейсов России.

Вторая компания — ООО «Спортмастер». Данная компания не так удачно пережила кризис 2020 года, как Ozon. Компания специализируется на продаже одежды, обуви и розничных товаров. В 2020 году компания оказалась не готова к переходу в онлайн-среду, что плохо сказалось на ее доле рынка. Она не инвестировала в цифровые технологии, не смогла эффективно организовать службу доставки, так как была ориентирована на офлайн-продажи. Для сравнения обратим внимание на данные 2019 и 2020 гг. В 2019 году выручка компании от продаж и предоставления услуг составила 110,9 млн рублей, а в 2020 году выручка составила 100,2 млн рублей. Общая выручка за 2019 год составила 112,4 млн рублей, а в 2020 году 101,9 млн рублей. [5] Данный пример показывает, что отсутствие хорошо развитых цифровых технологий и своевременного перестроения к нынешним реалиям может привести к существенным проблемам.

С учетом тенденций развития мировых технологий можно сделать вывод, что совсем скоро на первый план в антикризисном менеджменте выйдет искусственный интеллект. Он способен анализировать большое количество данных, составляя более точный прогноз возможных кризисных ситуаций, выявляя потенциальные угрозы для компании и находя перспективные способы выхода из них. Также перспективным направлением можно считать цифровых двойников компаний, с помощью которых можно протестировать различные варианты развития событий в кризисе без угрозы для реальной компании. Цифровые двойники позволяют заранее спрогнозировать наиболее эффективную стратегию для минимизации рисков компании в момент кризиса.

Исходя из всего вышеописанного, можно сделать вывод, что цифровизация действительно стала одним из важнейших факторов устойчивости компании и одним из главных инструментов в антикризисном менеджменте. Но компании должны учитывать не только преимущества цифровизации, но и ее недостатки. Самое главное — не просто внедрить цифровые технологии в свою компанию, а составить план их разумного использования.

Список литературы

1. Коробко, Ю. В. Антикризисный менеджмент / Ю. В. Коробко, А. А. Крапонина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики : сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, посвященной Дню космонавтики: в 3 т., Красноярск, 11 – 15 апреля 2022 года. Том 3. — Красноярск : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М. Ф. Решетнева», 2022. — С. 92–94.
2. Шакиров, А. Р. Практика управления экономическими кризисами в условиях цифровизации экономики / А. Р. Шакиров // Теория и практика общественного развития. — 2024. — № 5. — С. 178–184.

3. Халин, В. Г. Цифровизация и киберриски / В. Г. Халин, Г. В. Чернова / Управленческое консультирование. — 2023. — № 7. — С. 28–41.
4. Ozon объявляет о финансовых результатах за 4 квартал и 12 месяцев 2020 года [Электронный ресурс]. — URL: https://corp.ozon.ru/tpost/r1v195tmc1-ozon-obyavlyayet-finansovie-rezultati-za?__rr=1&abt_att=1&origin_referer=yandex.ru (дата обращения: 20.02.2025).
5. Бухгалтерская отчетность ООО «Спортмастер» за 2020 год [Электронный ресурс]. — URL: <https://e-ecolog.ru/buh/2020/7728551528> (дата обращения: 20.02.2025).

УПРАВЛЕНИЕ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ АСПЕКТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ, КОНТРОЛЯ РИСКОВ И РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕНДОВ РАЗВИТИЯ

А. В. Антошечкина, *обучающийся*, О. В. Васылева-Керян, *канд. экон. наук*
Донбасская национальная академия строительства и архитектуры (ДОННАСА),
г. Макеевка, Россия
a.v.antoshechkina@donnasa.ru

Современный менеджмент сталкивается с множеством проблем, которые требуют оперативного и стратегического решения. Одной из ключевых задач является адаптация к быстро меняющимся условиям рынка, где цифровизация и глобализация стали определяющими факторами. Риски, связанные с неопределенностью экономической среды, требуют внедрения систем управления рисками, позволяющих минимизировать возможные потери и обеспечить устойчивость организаций.

Ключевые слова: управление, реализация тренда развития, управление рисками, контроль рисков, решение проблем, профессиональное управление.

Управление представляет собой ключевой аспект в решении проблем, контроле рисков и реализации трендов развития, поскольку именно оно формирует структуру, в рамках которой принимаются эффективные решения. В условиях динамичных изменений на рынке необходимо учитывать множество факторов, включая экономические, социальные и технологические условия. Профессиональное управление помогает предусмотреть потенциальные проблемы, минимизируя последствия рисков и обеспечивая стабильность на всех этапах.

Контроль рисков становится основополагающим элементом успешного управления. Эффективные менеджеры используют различные инструменты и методологии для идентификации, анализа и оценки угроз, что позволяет не только реагировать на проблемы, но и предотвращать их возникновение. За счет проактивного подхода организации могут снизить вероятность убытков и увеличить свою конкурентоспособность [2].

Современное управление активно интегрирует тренды развития, такие как цифровизация и устойчивое развитие. Применение передовых технологий и подходов помогает организациям адаптироваться к изменениям, обеспечивая инновации и рост. В итоге грамотное управление становится неотъемлемой частью стратегического развития любой компании.

Управление как основополагающий аспект решения проблем, контроля рисков и реализации трендов развития представляет собой многогранный процесс, пронизывающий все уровни организационной структуры. Его главная задача заключается в эффективной координации ресурсов и усилий для достижения стратегических целей. В условиях быстроменяющейся внешней среды, где неопределенность и риски становятся нормой, умение предвидеть и адаптироваться к новым вызовам приобретает решающее значение.

Контроль рисков требует не только анализа текущей ситуации, но и активного внедрения инновационных подходов и технологий, позволяющих

минимизировать потенциальные угрозы. Актуальные тренды развития, такие как цифровизация и устойчивое развитие, становятся неотъемлемой частью управленческой практики, способствуя созданию гибких и адаптивных бизнес-моделей.

Таким образом, управление выступает как связующее звено в комплексной системе, обеспечивая не только устойчивый рост, но и конкурентоспособность организаций на глобальном рынке.

Важным аспектом эффективного управления является стратегическое планирование, которое позволяет организациям предвидеть изменения в экономической среде и готовиться к ним. Этот процесс требует сосредоточенности на анализе тенденций, создания сценариев и моделирование возможных последствий. В результате организации могут разработать проактивные стратегии, которые позволят не только минимизировать риски, но и использовать возможности для роста [1].

Управление человеческими ресурсами становится ключевым элементом в реализации поставленных целей. Поддержка и развитие талантов внутри компании, формирование культуры инноваций и повышения вовлеченности сотрудников помогают создать устойчивую организацию, способную адаптироваться к изменениям и преодолевать вызовы.

Также следует отметить, что внедрение технологий и цифровых решений значительно упрощает управление процессами. Автоматизация задач и использование аналитических данных способствуют повышению эффективности работы и позволяют руководителям принимать более обоснованные решения. Таким образом, управление продолжает трансформироваться, отражая новые реалии и инновации в современном мире.

Ключевым аспектом стратегического планирования является интеграция мнений и идей всех уровней управления. Эффективное взаимодействие между командами способствует лучшему пониманию общих целей и задач, а также позволяет выявить новые пути для роста и оптимизации процессов. Сетевые структуры, основанные на совместной работе, становятся все более популярными, так как они способствуют гибкости и быстрой реакции на изменения.

Важность постоянного обучения и профессионального развития сотрудников нельзя недооценивать. Организации, которые инвестируют в обучение и карьерный рост своих работников, создают среду, где инновации и креативность процветают. Это не только повышает лояльность сотрудников, но и способствует конкурентоспособности компании на рынке.

Один из ключевых элементов успешного стратегического планирования — это использование аналитики для обоснования решений. Данные о рынке, поведении потребителей и внутренних процессах позволяют максимально точно определить направления для роста. Аналитические инструменты помогают командам не только выявлять проблемы, но и предлагать эффективные варианты, что улучшает процесс принятия решений [5].

Важным фактором является культурное разнообразие в организациях. Разные перспективы и жизненный опыт сотрудников могут привести к более инновационным решениям и улучшению общего климата в команде. Создание

инклюзивной среды, где ценятся различные мнения, формирует атмосферу доверия и сотрудничества.

Наконец, технологические инновации являются катализатором изменений в стратегическом планировании. Автоматизация процессов, использование искусственного интеллекта и аналитики больших данных позволяют более точно прогнозировать тенденции и упрощают адаптацию к быстроменяющимся условиям рынка. Компании, способные интегрировать современные технологии в свою стратегию, получают значительное конкурентное преимущество.

Важным аспектом успешного стратегического планирования также является гибкость и способность адаптироваться к изменениям. Рынки постоянно эволюционируют, и компании, которые могут быстро реагировать на новые вызовы и возможности, получают преимущество. Гибкие стратегии позволяют не только оперативно менять курс, но и тестировать новые идеи на практике, что повышает вероятность успешной реализации.

Ключевую роль в этом процессе играет постоянное обучение и развитие сотрудников. Инвестирование в образовательные программы и тренинги способствует повышению квалификации команды, что, в свою очередь, улучшает качество принимаемых решений. Работники, обладающие актуальными знаниями и навыками, способны внести ценный вклад в стратегическое планирование и его реализацию.

Наконец, мониторинг и оценка результатов действия стратегии являются необходимыми этапами процесса. Компании, которые проводят регулярные ревизии своих планов, могут не только выявить слабые места, но и находить новые возможности для роста, обеспечивая устойчивое развитие и конкурентоспособность на рынке [4].

В заключение следует подчеркнуть, что успех организации в современном мире зависит от способности адаптироваться к изменениям и эффективно управлять своими ресурсами. Системный подход к стратегическому планированию, усиление поддержки талантов и внедрение технологий создают мощный фундамент для достижения устойчивого роста и процветания.

Управление как основополагающий аспект решения проблем, контроля рисков и реализации трендов развития является неотъемлемой частью успешной деятельности любой организации. Эффективное управление позволяет не только выявлять и анализировать проблемные зоны, но и разрабатывать стратегические решения, направленные на оптимизацию процессов. В этом контексте управление становится инструментом, с помощью которого можно минимизировать последствия негативных факторов и превратить их в возможности для роста.

Риски, с которыми сталкиваются современные организации, требуют системного подхода к их контролю. Сравнительно быстрое изменение внешней среды заставляет реагировать на угрозы незамедлительно. Умение предвидеть и смягчать риски, связанные с финансовыми, операционными и репутационными аспектами бизнеса, является ключевым элементом успешного управления [2].

Кроме того, управление трендами развития позволяет организациям оставаться конкурентоспособными. Анализ текущих трендов и их интеграция в стратегию компании способствует созданию устойчивых позиций на рынке и

поддержанию инновационного потенциала. Таким образом, грамотное управление формирует основу для достижения долгосрочных успехов и устойчивого развития.

Список литературы

1. Балабанов, И. Т. Риск-менеджмент : учебник / И. Т. Балабанов. — Москва : Финансы и статистика, 1996. — 192 с.
2. Балдин, К. В. Управление рисками в инновационно-инвестиционной деятельности предприятия : учебное пособие / К. В. Балдин, И. И. Передеряев. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 418 с.
3. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум / А. Т. Зуб. — Москва : Юрайт, 2023. — 397 с.
4. Казначеева, Э. В. Управление в условиях неопределенности : учебное пособие / Э. В. Казначеева. — Москва : ВШЭ, 2014. — 148 с.
5. Управление проектом. Основы проектного управления : учебник / колл. авт.; под ред. М. Л. Разу. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : КноРус, 2010. — 768 с.

**МЕНЕДЖМЕНТ НИРО: ФАКТОРЫ АКТИВИЗАЦИИ
ВОВЛЕЧЁННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
В НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Д. Д. Бовсуновский, Д. А. Борзенков

Научный руководитель: О. И. Лихтанская, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия

Nil0109@yandex.ru, l.borzenkov2014@xmail.com

Данная работа посвящена проблеме мотивации обучающихся к участию в научно-исследовательской деятельности (НИД). Цель исследования — рассмотреть мотивацию студентов к участию в НИД и предложить методы мотивации и стимулирования. Научная новизна и практическая ценность заключаются в том, что методы мотивации были предложены на основании анализа научных источников и проведенного опроса 620 обучающихся.

Ключевые слова: мотивация студентов, научно-исследовательская деятельность.

Реальность сегодняшнего дня в виде интенсивного развития всех сфер жизни создаёт острую потребность в инновациях. Главным звеном, формирующим будущий инновационный потенциал, являются университеты, так как именно в них формируется первый серьёзный опыт участия в научно-исследовательской деятельности и происходит знакомство с людьми, выбравшими её в качестве основной.

Одним из основных элементов, влияющим на желание студента принять участие в НИД, является действующая в учебном заведении система мотивации обучающихся к участию в НИД.

В основе существующей концепции лежит идея «отсеивания» самых инициативных и мотивированных студентов с их дальнейшей поддержкой. При этом значительная часть потенциальных участников организуемых мероприятий не учитывается, что ведёт к дальнейшему отсутствию интереса к данной деятельности ввиду «упущенного момента» или её «ненужности и бесполезности».

В процессе исследования были использованы следующие методы исследования: анкетирование, наблюдение, анализ и синтез. Значимость исследования заключается в выявлении мотивов студентов к участию в НИД и предложении системы мотивации, способной воздействовать на них.

Для выявления мотивов студентов был проведён соответствующий анкетный опрос. Анкетирование проводилось как среди студентов, ранее принимавших участие в НИД, так и среди тех, кто ей не интересовался. В опросе участвовали 620 человек, из которых только 20,3 % респондентов когда-либо принимали участие в НИД. Данные по опросу представлены на рис. 1.

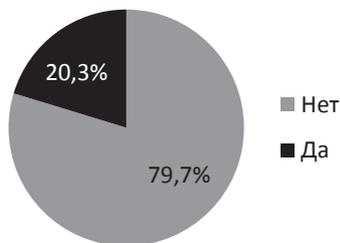


Рис. 1. Результаты ответов на вопрос об участии в НИД

Ключевое различие между данными группами студентов проявляется в структуре мотивации. Так, среди вовлечённых в НИД студентов доминируют мотивы личного развития, желание участвовать в актуальных проектах. В то же время среди остальных студентов доминируют финансовые стимулы. Сильной заинтересованности в учебных предпочтениях не демонстрируют обе группы обучающихся.

Данные о факторах, мотивирующих к участию в НИД, представлены на рис. 2.

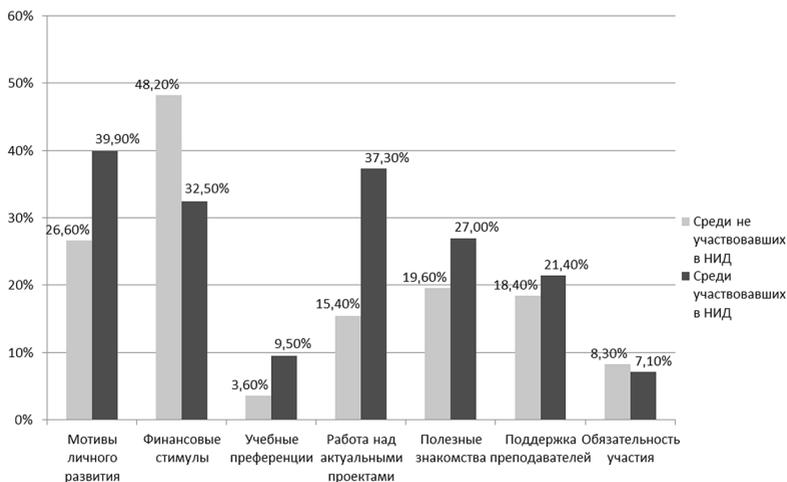


Рис. 2. Результаты ответов на вопрос о факторах, мотивирующих к участию в НИД

Следует отметить, что поддержка преподавателя и обязательность участия представляют собой строгое или мягкое требование участия в НИД для продолжения обучения.

Необходимо отметить, что, несмотря на материальный интерес среди студентов, не участвующих в НИД, увеличение финансового вознаграждения не способно дать долгосрочного и значительного эффекта, так как ввиду увеличения вознаграждения усилится и конкуренция, что спустя время нивелирует положительный аспект изменений [1].

Таким образом, любое увеличение привлекательности НИД необходимо сопровождать введением новых, привлекательных для студентов форматов и тем мероприятий. Ввиду того, что основная возрастная группа — студенты 18–25 лет, целесообразно обращать внимание именно на данную группу обучающихся.

Так, среди данной группы наибольший вес имеют мотивы статуса и игры [2], а наиболее сильным фактором, поддерживающим участие в НИД, является личная заинтересованность в предмете изучения. Данные факты послужили основой для выдвижения ряда рекомендаций.

Самым простым шагом по стимулированию научной активности студентов является активное информирование об уже действующих мерах поддержки участников НИД, таких как стипендия, гранты. Отличной мерой будет информация с фотографией студента, практически обучающегося в соседней группе.

Помимо этого необходима и непосредственная демонстрация преимуществ участия в НИД. Так, в качестве меры стимулирования возможна практика проведения исследований «по заказу». Данная практика предполагает, что различные организации смогут размещать запросы на проведение исследований и предлагать соответствующее вознаграждение, а потенциальные участники, в свою очередь, смогут как выбирать интересующие их темы исследований, так и ощущать практическую ценность собственной работы. В качестве нематериальных стимулов возможно предоставление учебных предпочтений, снижающих нагрузку на участников НИД: например, свободное посещение ряда соответствующих дисциплин.

Однако вышеизложенные методы способны только привлечь потенциальных участников, так как их воздействие не особо мотивирует студентов. Для поддержания заинтересованности необходимо изменение самого подхода к организации НИД. Наиболее перспективным направлением для совершенствования является расширение форм проведения и увеличения общего числа подобных мероприятий.

Исходя из основных мотивов среднестатистического студента, как показало проведенное исследование, наиболее эффективными будут мероприятия в игровой форме, знакомящие с ходом НИД или развивающие соответствующие навыки.

Отдельно можно выделить методы, не влияющие напрямую на мотивы студентов, но потенциально способные вызвать или поддержать интерес к НИД. К таким методам можно отнести распространение информации о последних научных достижениях студентов университета и их практическом применении, публикации примерного списка тем для исследований в определенной области, улучшение системы информирования о текущих и планируемых мероприятиях.

Таким образом, основными мотивами для участия в НИД являются различные личные причины, материальное стимулирование и желание ощущать практическую значимость проводимых исследований.

В качестве способов активизации вовлеченности студентов в НИД предлагаются меры по увеличению вознаграждения для участников, престижности участия, снижению порога участия, улучшение информационной составляющей, обеспечение наглядности практической пользы проведённых исследований. Данные меры должны как повысить заинтересованность среди обучающихся, участвовавших в НИД, так и привлечь новых студентов.

Список литературы

1. Семенова, Т. В. Теоретико-методологические подходы к изучению учебной мотивации: комплексный взгляд / Т. В. Семенова // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. — 2015. — № 6. — С. 185–194.
2. Ангер, Р. Сетевая психометрическая идентификация и структурный анализ набора эволюционировавших человеческих мотивов / Р. Ангер, А. А. Галлямова, Д. С. Григорьева // Личность и индивидуальные различия. — 2025. — Т. 233. — Ст. 112921.

ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

М. А. Валеев, *обучающийся*, К. М. Курбанов, *обучающийся*,
Е. С. Макарова, *канд. экон. наук, доцент*
Казанский кооперативный институт (филиал)
Российского университета кооперации (ККИ РУК),
г. Казань, Россия
e.s.makarova@ruc.su

В данной статье рассмотрены основные этапы разработки стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга: постановка маркетинговой цели, разработка уникального торгового предложения (УТП), сегментация аудитории. Особое внимание уделяется методу 5W как инструменту для глубокой проработки потребностей клиентов и выбора эффективных каналов коммуникации.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, привлечение клиентов, персонализация, уникальное торговое предложение, медиапланирование.

Актуальность исследования. Текущий темп инновационного прогресса не оставляет шанса брендам, которые придерживаются традиционных методов привлечения и удержания своих клиентов. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными и не отставать от современных тенденций, компании вынуждены осваивать новые способы продвижения. На смену классическим маркетинговым инструментам приходят стратегии привлечения клиентов с использованием передовых интернет-технологий. Внедрение машинного обучения в процесс взаимодействия с пользователями и аналитика больших объемов данных для генерации персонализированных предложений — залог успешного функционирования бизнеса в 2025 году.

Цель исследования. Исследование теоретических подходов к разработке стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга и определение этапов ее разработки.

Методы и инструменты исследования. При проведении исследования были использованы такие методы, как анализ с целью всестороннего изучения стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга, определения его особенностей, выделения этапов разработки данной стратегии.

Практическая и (или) теоретическая значимость исследования. С. В. Кульпин в своем труде охарактеризовал последствия рождения глобальной сети следующим образом: «Появление Интернета и его быстрое распространение во всем мире привело к хранению и совместному использованию огромного количества данных. Эти данные стали доступны каждому пользователю, имеющему подключение к Интернету. В результате были созданы миллиарды веб-сайтов, что затрудняло обычному пользователю эффективное извлечение полезной информации из Интернета для конкретного поиска» [5, с. 56].

Эти события дали начало разработке стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга, которая включает в себя несколько ключевых этапов. Основной целью стратегии является определение наиболее эффективных каналов коммуникации с последующим контролем результатов.

Использование интернет-маркетинга в деятельности современных компаний существенно влияет на повышение конкурентоспособности. Интернет-маркетинг позволяет расширить клиентскую базу, обеспечить тесное взаимодействие с клиентами, снизить затраты: например, можно сократить расходы на аренду помещений, сервисное обслуживание и поддержание товарно-материального запаса, повысить качество обслуживания потребителей и др. [4, с. 100].

Кроме того, инновации в интернет-маркетинге (например, персонализированный маркетинг, прогнозирование трендов рынка, интеллектуальная реклама) расширяют маркетинговые возможности фирмы и усиливают рыночные позиции [2, с. 90].

Аналитический этап предполагает исследование внешней среды, а также анализ целевой аудитории и конкурентного окружения компании для четкого формулирования маркетинговой цели. Размыто поставленная цель — главная причина отсутствия результатов и контрпродуктивного использования рекламного бюджета. Поэтому необходимо детально определить задачи, как пишет Ф. Котлер: «Сами же задачи предстоит по возможности превратить в конкретно поставленные, поддающиеся последующему замеру цели. Задача «Увеличить долю рынка» звучит менее конкретно, чем цель «К концу второго года увеличить долю рынка на 15 %». Управляющие пользуются термином «цель» для обозначения задач, конкретизированных по показателям величины и времени. Превращение задач в цели облегчает последующее планирование и контроль» [3, с. 592].

Следующим этапом будет разработка ценностного предложения (УТП) — формулирование преимуществ продвигаемого продукта или бренда. Чем яснее выстроено позиционирование компании, тем заметнее ее сильные стороны на фоне конкурентов в глазах конечного потребителя. При разработке УТП необходимо руководствоваться вопросом: «Почему покупатель должен выбрать именно нас?». В таком случае компания ставит себя на место своего клиента и может определить свою ценность и уникальность, а также потребности, которые удовлетворяет ее продукт.

После того как УТП сформировано, можно переходить к этапу сегментации аудитории и выбора инструментов для продвижения. С этим отлично помогает справиться «метод 5W» (What — Что? Who — Кто? Why — Почему? When — Когда? Where — Где?). Благодаря нему можно глубже проанализировать поведение и потребности целевой аудитории, а также выявить продуктивные каналы коммуникации. Простыми словами, «метод 5W» позволяет четко понять: что предлагает продукт; кто является его целевой аудиторией; почему клиенту нужно купить этот продукт; когда клиент наиболее восприимчив к рекламе; где эффективнее всего продвигать предложение.

Заключительным этапом разработки стратегии привлечения клиентов с использованием технологий интернет-маркетинга выступает этап

медиапланирования и контроля. Формируется медиаплан, где происходит подбор бюджета, каналов продвижения и рекламных инструментов. Большое значение в этом этапе уделяется анализу эффективности: измерение показателей трафика, конверсии, уровня вовлеченности аудитории. Отслеживание аналитических данных в режиме реального времени позволяет проводить качественные корректировки стратегии, а также оперативно реагировать на рыночные изменения.

Заключение. Стратегия привлечения клиентов в интернет-маркетинге выходит за рамки бессознательного выбора рекламных инструментов, поскольку требует комплексного подхода, включающего в себя аналитику, формирование ценностного предложения и точечного воздействия на клиентуру. Выигрывают конкуренцию те, кто умеет выстраивать доверительные коммуникации с аудиторией, предлагая релевантные решения в нужное время и в нужном месте.

Список литературы

1. Гусева, А. С. Маркетинговые коммуникации как инструмент управления продажами в современной экономике / А. С. Гусева, Я. Ф. Наширванова // Анализ состояния и перспективы развития экономики России : материалы VIII Всероссийской молодежной научно-практической конференции (с международным участием), Иваново, 30 апреля 2024 года. — Иваново: Ивановский государственный энергетический университет им. В. И. Ленина, 2024. — С. 11–13. — EDN JNMFCG.
2. Кириллова, Л. Г. Управление инновациями / Л. Г. Кириллова, М. В. Миннуллин // Современные проблемы права и управления : сборник докладов 8-й Международной научной конференции, Тула, 21 декабря 2018 года. Вып. 8. — Тула : Институт законоведения и управления ВПА, 2018. — С. 90–93. — EDN YWCTBJ.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; 16-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2024. — 800 с.
4. Макарова, Е. С. Конкурентоспособность кооперативных организаций в сфере торговли: направления исследования / Е. С. Макарова, Я. Ф. Наширванова, Э. А. Гатина // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2020. — Т. 1, № 9 (105). — С. 98–104. — DOI 10.34684/ек. up.p.r 2020.09.01.012. — EDN GYZWCT.
5. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин; под ред. Е. В. Попова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 100 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ: ПРАКТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И МЕТОДЫ

А. В. Галеева

Научный руководитель: Е. Г. Ефимова, *канд. экон. наук, доцент*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
alijagaliewa99@mail.ru

В работе выполнен анализ реализации направлений муниципальной экологической политики на примере одного из муниципалитетов страны. Выделены инструменты и механизмы, используемые органами местной власти, по внедрению нововведений (фандомат), имеющих цель улучшения экологической ситуации на территории муниципального образования и развития экологической культуры населения.

Ключевые слова: муниципальное образование, обращение с отходами, вендинг, фандомат, экологическая политика.

Вопросы экологии в настоящее время приобрели особую актуальность. Экологическая политика России — одно из перспективных и стратегических направлений развития. Муниципальная экологическая политика в аспекте социально-экономического развития территорий имеет важную миссию и определяет экологическое состояние страны. Целью данного исследования является выявление социально-экономического эффекта от реализации управленческих решений в сфере муниципальной экологической политики.

В работе проведён анализ деятельности органов муниципальной власти, реализующих на практике направления экологической политики. Проведённый анализ научной литературы, нормативных и стратегических документов позволяет выделить социальный и экологический эффекты на территории муниципалитета и для его населения. В работе применён метод анализа (научный, сравнительный) и обобщения полученных результатов.

Практическая значимость определена положительным опытом внедрения в отдельном муниципалитете новых технологий (фандоматы), направленных на сохранение его природной и окружающей среды. Кроме того, следует выделить важный аспект реализации муниципальной экологической политики — развитие экологической культуры населения на перспективу.

Деятельность муниципальных органов власти (МСУ) по реализации и развитию экологической политики закреплена нормативно-правовыми документами и прежде всего — на конституционном уровне. Муниципальные органы власти обязаны реализовывать мероприятия по охране окружающей среды, отвечать за экологическую безопасность муниципалитета, создание и сохранение благоприятных природных условий. Основная цель экологической политики — реализация прав жителей на благоприятную окружающую среду, ее защиту от негативного воздействия, вызванного хозяйственной и иной деятельностью, оздоровление и улучшение качества окружающей среды на основе ликвидации

последствий загрязнений, их упреждения и профилактике возникновения [3].

Муниципальная экологическая политика зависит от специфики экономической деятельности территории, а её реализация осуществляется на основе комплекса применяемых экологических методов и механизмов для улучшения (совершенствования, развития) её экологической ситуации.

Примером усовершенствования экологической политики авторы считают внедрение системы раздельного сбора и сортировки мусора в городском округе Рефтинский Свердловской области (ГО Рефтинский). Отметим, что не во всех муниципальных образованиях данная практика успешно применяется.

На территории ГО Рефтинский с 2022 г. введено раздельное накопление твердых коммунальных отходов (ТКО), включающее раздельное складирование их по видам, группам, однородности (раздельное накопление). То есть применяется *дуальный* способ накопления ТКО, где отходы делят на две части:

- *сортируемые* (перерабатываемые/сухие), подлежащие утилизации фракции, не загрязненные органическими (пищевыми) отходами (бумага, картон, пластик, полиэтилен, металл, стекло, текстиль);

- *несортируемые* (смешанные/неперерабатываемые/мокрые), не подлежащие утилизации фракции, в том числе загрязненные органическими (пищевыми) отходами, и органические (пищевые) отходы, складированные в смеси с другими фракциями (пищевые отходы, загрязненная от пищевых продуктов упаковка, средства личной гигиены и др.).

Для этого оборудованы специальные площадки с установленными контейнерами одного типа (пластиковые евроконтейнеры) двух цветов с соответствующей маркировкой: желтого (оранжевого) цвета с маркировкой «сортируемые» и зеленого цвета с маркировкой «не сортируемые». В настоящее время в ГО Рефтинский обустроено 135 таких площадок, из которых 35 располагаются на территории многоэтажной жилой застройки, 11 — в районе частной жилой застройки; в гаражных кооперативах обустроено 14 бункеров, 3 площадки на территории садовых некоммерческих товариществ, 5 площадок на территории муниципального кладбища, на балансе юридических лиц и индивидуальных предпринимателей числится 70 площадок [1].

В 2024 г. в ГО Рефтинский установлен уличный программно-аппаратный комплекс для автоматизированного сбора вторичных ресурсов у населения за вознаграждение (на 4 корзины — 4 вида отходов). Данный программно-аппаратный комплекс является оборудованием обратного вендинга класса *фандомат* и является пунктом приема вторичных ресурсов. С помощью технологий искусственного интеллекта программно-аппаратный комплекс принимает не только тару (ПЭТ-бутылки, алюминиевые банки, стекло и т. д.), но и макулатуру (картон, книги, газеты, журналы). Машинное зрение успешно определяет тип, качество и количество сдаваемых вторичных ресурсов с точностью выше 97 %, выявляет попытки мошенничества (например, обнаруживает посторонние предметы среди вторсырья).

Очевидно, что такие программно-аппаратные комплексы являются эффективным и современным инструментом организации раздельного сбора отходов в настоящее время, соответствуют приоритетам национальных и федеральных проектов в сфере бережного отношения к природе и сохранности экологии. Внедрение программно-аппаратного комплекса позволило снизить экологическую нагрузку в ГО Рефтинский за счет сокращения захоронения ТКО, увеличить долю раздельно собранных и направленных на утилизацию отходов. Кроме того, комплекс обучает и вовлекает население в раздельный сбор и подготовку вторичных ресурсов. Отметим, что при этом среди населения повышается экологическая культура, что является необходимым условием создания устойчивой системы обращения с ТКО и значительного сокращения вредного воздействия на здоровье проживающего в округе населения.

Для эффективности нововведения и его восприятия населением до 2022 г. органами местной власти активно велась подготовительная информационно-просветительская работа: экологические акции, классные часы, экологические игры, лагеря для детей и подростков, размещение информации в СМИ и т. п. В результате подготовки населения можно выделить следующие результаты: в 2022 г., когда была введена дуальная система сбора коммунальных отходов, правильно и верно сортировали отходы только 20 % населения, а в 2024 г. верно сортируют отходы уже более 80 % населения [2].

Воспитательная работа, экологическое просвещение и формирование экологической культуры населения ГО Рефтинский позволили разъяснить новые экологически безопасные стандарты, что повлияло на экологическое сознание и бережное отношение к окружающей среде и природе. Отметим, что в настоящее время жители активнее участвуют в различных природоохранных акциях, поддерживают инициативы администрации в этом направлении.

Концепция развития экологической политики в ГО Рефтинский реализуется относительно недавно, конечно, есть другие экологические проблемы, требующие решения. Приведённый пример апробирован в условиях конкретного муниципалитета, и данный положительный опыт может быть рекомендован для других территорий.

Список литературы

1. Об утверждении Муниципальной программы «Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в городском округе Рефтинский» до 2024 года: постановление главы городского округа Рефтинский от 29.12.2018 года № 968 / Официальный сайт городского округа Рефтинский. — URL: http://goreftinsky.ru/files/top_menu/mun_prog/mun_prog/2018_12_29_968.pdf.
2. Об утверждении Муниципальной программы «Улучшение экологической обстановки, обеспечение экологической безопасности населения

- и сохранение природных богатств» до 2024 года: постановление главы городского округа Рефтинский от 22.01.2019 года № 61 / Официальный сайт городского округа Рефтинский. — URL: http://goreftinsky.ru/files/top_menu/mun_prog/mun_prog/2018_12_29_961.pdf.
3. Чажаев, М. И. Проблемы муниципального управления в сфере охраны окружающей среды / М. И. Чажаев // *Пространственное развитие территорий в условиях цифровизации: социо-эколого-экономические системы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Грозный, 8–9 декабря 2020 года.* — Грозный : Спектр, 2020. — С. 189–196. — DOI 10.34708/GSTOU.CONF.2021.13.76.030. — EDN ELEEFL.

КАДРОВЫЙ И МОТИВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Ш. Р. Губайдуллин, *обучающийся*, Б. Д. Хусаинов, *обучающийся*,

Л. Г. Кириллова, *канд. техн. наук*

Казанский кооперативный институт (филиал)

Российского университета кооперации (ККИ РУК),

г. Казань, Россия

lar-kirillova@mail.ru

В данной работе рассмотрены вопросы оценки уровня мотивационного и кадрового потенциала работников и его развитие через программы обучения персонала посредством тренинговых технологий. Цель исследования — рассмотреть этапы определения мотивационного и кадрового потенциала, методы, критерии оценки и разработать рекомендации по повышению их уровня в современных компаниях.

Ключевые слова: мотивационный и кадровый потенциал, тренинги, программы развития.

Актуальность исследования. Одним из важных факторов эффективного управления персоналом компании является разработка механизма мотивационного потенциала. Мотивация работника к карьерному продвижению, росту профессионализма, самоактуализации личности определяется как внутренними, так и внешними факторами: движущими силами, побуждающими его к развитию. Определение уровня мотивационного и кадрового потенциала работников и разработка программ развития для их повышения является одной из важных задач кадровой службы.

Трудовой потенциал работника складывается из интеллектуальных, физических и духовных качеств личности, способствующих росту производительности его труда. Мотивационный потенциал работника влияет на способность к адаптации в новых производственных и организационных условиях, а также определяет, как работник будет использовать и развивать свои способности, знания, навыки в процессе трудовой деятельности. Высокий мотивационный потенциал определяет уровень вовлеченности работника в процесс организационных изменений, повышение творческой и трудовой активности в проектной деятельности и в результатах личной эффективности [1, с. 31].

Определение мотивационного потенциала работника можно представить следующими этапами.

1. Подготовка опросника кадровой службой среди работников, специалистов на предмет мотивации персонала и проведение опроса.
2. Выявление факторов, влияющих на рост мотивационного потенциала.
3. Обработка результатов опроса.
4. Оценка результатов опроса экспертами. В качестве экспертов могут выступать специалисты по управлению кадрами, руководители подразделений, члены профсоюзного комитета или приглашенные внешние эксперты.
5. Разработка рекомендаций по результатам оценки.

6. Разработка плана мероприятий по росту мотивационного потенциала и его внедрение в деловую практику компании.

7. Оценка результатов внедрения.

Для оценки уровня мотивационного потенциала можно использовать различные методы, такие как анкетирование, структурированное интервью, метод наблюдения, методы финансового и кадрового анализа.

Оценка мотивационного потенциала может определяться количественными и качественными показателями. Качественными показателями оценки могут служить: повышение творческой активности, улучшение социально-психологического климата в коллективе, рост удовлетворенности работников в результатах своего труда. Количественные показатели выражаются в росте производительности труда, снижении уровня текучести кадров, в увеличении числа рационализаторских предложений, приходящихся на одного работника компании.

После проведения оценочных процедур рекомендуется разработать программу мотивации персонала, которая направлена на рост удовлетворенности работников трудом и включает не только материальные стимулы, но и нематериальные [2, с. 250].

При разработке такой программы необходимо руководствоваться принципами мотивации в соответствии с рыночной ситуацией, отраслевой принадлежностью компании, экономическими показателями функционирования предприятия. Такие принципы включают:

- постановку четких целей и задач в соответствии с кадровой и корпоративной стратегией;
- увязку результатов труда и размеров вознаграждения;
- прозрачность мотивационной системы и наличие обратной связи;
- мониторинг современных инструментов стимулирования в аналогичных компаниях, изучение передового опыта;
- выявление ожиданий работающих сотрудников;
- оптимальное сочетание материальных и нематериальных стимулов;
- учет владения работником «мягких» и «жестких» компетенций при стимулировании;
- приоритетность в использовании положительных стимулов в мотивационной системе, поскольку преобладание стимулов отрицательного воздействия может привести к снижению инициативности и создаст напряженность в коллективе.

Для реализации мотивационного потенциала используется ряд методов, имеющих практическую значимость. К таким методам можно отнести: мотивационные тренинги и тренинги по командообразованию. Мотивационные тренинги являются очень эффективным инструментом для поддержания устойчивой мотивации сотрудников, сохранения его работоспособности на протяжении работы в проекте или выполнения конкретных производственных задач. Поскольку проведение тренингов является интерактивной технологией, компетенции, осваиваемые в течение срока обучения, сразу апробируются в кейсах, проективных методиках и деловых играх. Кроме этого, данный вид обучения позволяет развить коммуникативные способности участников, проявить лидерские качества, раскрыть творческий потенциал личности.

Проективные методики, применяемые в тренинге, создают условия для работы в разных проектных командах, возможность попробовать себя в различных ролях, ощутить значимость каждого участника и его вклад в командную работу. Работая в разных командах, участники приобретают уникальный опыт взаимодействия с разными людьми, смогут преодолевать сопротивление и ограничивающие убеждения, если таковые имеются. Элементы геймификации в тренинге способствуют комфортному освоению недостающих «мягких» навыков у участников команды. Каждый участник может проявить инициативу, предложить креативные подходы к решению задач, получить обратную связь от участников тренинга и наставника (тренера). В ходе тренинга выявляются слабые и сильные стороны личности, что является отправной точкой для совершенствования своих навыков. В ходе обсуждения участники тренинга делятся впечатлениями о совместной работе, получают оценку друг о друге и поэтому получают возможность посмотреть на себя со стороны других участников или супервизора.

Если компания делает развитие персонала одной из основных составляющих кадровой стратегии, то обучение становится частью корпоративной культуры. В такой среде более результативно идет обмен знаниями и опытом. В ходе обучающих программ сотрудники компании вооружаются стратегиями и инструментами для преодоления конфликтных ситуаций и стресса. Максимальный эффект от мотивационных тренингов будет получен в том случае, если этот инструмент развития персонала интегрирован в мотивационную систему и служит профилактикой от профессионального выгорания.

Выводы и рекомендации. Тренинговые технологии рекомендуется включать в программу адаптации новых сотрудников и молодых специалистов с учетом персонализации обучающихся, что будет способствовать закреплению сотрудников в компании, снижению текучести кадров, возрастанию мотивационного потенциала. Оценка существующего кадрового и мотивационного потенциала позволит разработать эффективную программу развития и мотивации персонала.

Список литературы

1. Кириллова, Л. Г. Мотивация персонала на сервисных предприятиях малого бизнеса / Л. Г. Кириллова, Э. В. Бардасова // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2019. — Т. 1, № 9. — С. 30–34. — EDN VXUINY.
2. Хисматуллин, Г. А. Разработка и реализация мотивационной системы на предприятии / Г. А. Хисматуллин, Л. Г. Кириллова // Коммуникации. Общество. Духовность — 2024 : материалы XXIV международной научно-практической конференции, Ухта, 23–24 мая 2024 года. — Ухта : Ухтинский государственный технический университет, 2024. — С. 249–252. — EDN SWGVUM.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПО ЦЕННОСТЯМ

В. В. Камский, *обучающийся*, С. Ю. Патутина, *старший преподаватель*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
patutina@usue.ru

Проблема внедрения управления по ценностям в организациях, стремящихся к атмосфере сотрудничества, гораздо глубже, чем кажется на первый взгляд. Многие руководители, искренне желающие построить команду, объединенную общими ценностями, терпят неудачу, совершая одну и ту же фундаментальную ошибку: они навязывают набор абстрактных ценностей, не учитывая индивидуальные потребности и ценностные системы своих сотрудников. В статье рассмотрены практики внедрения подхода управления по ценностям, а также возникающие при его внедрении барьеры и драйверы.

Ключевые слова: организационные ценности, корпоративные ценности, управление по ценностям, корпоративная культура.

Исследователи подтверждают, что управление по инструкциям и управление по целям не стали универсальным средством достижения успеха компаниями. Именно эффективная политика управления персоналом, создающая основу управления по ценностям, оказывает гораздо большее влияние на высокую рентабельность инвестиций, чем новые технологии, НИОКР, конкурентная стратегия и контроль качества. Управление на основе ценностей представляет собой эффективный инструмент стратегического управления, помогающий установить связь между рыночными интересами компании и интересами и целями каждого сотрудника [3]. Некоторые источники указывают, что система управления по целям является более высокой ступенью в «управленческой иерархии» по сравнению с управлением процессами или поведением человека и она есть необходимое условие для перехода компании на следующий этап — внедрение технологии управления по ценностям [1]. Определим основные этапы внедрения управления по ценностям.

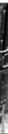
Во-первых, необходимо определить ключевые ценности компании, основываясь на её миссии, видении и стратегических целях. Эти ценности должны быть чётко сформулированы и понятны каждому сотруднику.

Во-вторых, необходимо разработать систему показателей, отражающих степень реализации этих ценностей в повседневной деятельности. Это могут быть как количественные, так и качественные показатели, например, уровень удовлетворённости сотрудников, инновационная активность и т. д.

В-третьих, необходимо разработать систему мотивации, стимулирующую сотрудников действовать в соответствии с корпоративными ценностями. Это может включать в себя как материальные поощрения, так и нематериальные, такие как возможности профессионального роста, участие в принятии решений, публичное признание заслуг.

Для того чтобы работодатель мог эффективно управлять своим брендом, необходимо разработать и реализовать убедительное ценностное предложение для сотрудников (EVP — *Employee Value Proposition*). EVP — это не просто набор льгот, а тщательно продуманная стратегия [2], которая демонстрирует уникальные преимущества работы в компании как для нынешних, так и для потенциальных сотрудников, а косвенно — и для клиентов. Это ключевой элемент бренда работодателя, влияющий на его привлекательность и силу на рынке труда. Грамотно разработанное EVP позволяет привлечь и удержать таланты, повысить лояльность персонала и, как следствие, улучшить производительность труда и репутацию компании. Это не просто список преимуществ, таких как зарплата и медицинская страховка, хотя и эти факторы важны. EVP должно затрагивать глубинные ценности кандидатов, отражать миссию и культуру компании, показывать, как работа в организации способствует профессиональному и личностному росту, а также формировать ощущение принадлежности к чему-то большему, чем просто рабочее место. Ключевым аспектом является аутентичность — EVP должен быть подлинным отражением реальности в компании, а не рекламной уловкой. В противном случае несоответствие между заявленным и реальным положением вещей приведет к негативному опыту сотрудников и серьезному ущербу для бренда работодателя. Разработка эффективного EVP требует глубокого анализа нескольких ключевых аспектов. Во-первых, необходимо четко определить целевую аудиторию — кто те специалисты, которых компания стремится привлечь? Разные поколения, профессиональные группы и даже отдельные личности могут иметь совершенно разные приоритеты. Поэтому EVP должно быть сегментировано и адаптировано к потребностям различных групп сотрудников. Во-вторых, необходимо провести тщательный анализ конкурентов, чтобы понять, чем компания может выделиться на рынке труда и предложить уникальное ценностное предложение.

Реализация EVP — это комплексная задача, требующая использования разнообразных коммуникационных каналов. Это может быть как внутренняя коммуникация (внутрикорпоративные мероприятия, информационные бюллетени, внутренние порталы), так и внешняя (сайты компании, социальные сети, реклама, участие в отраслевых мероприятиях, работа с карьерными сайтами). Необходимо регулярно оценивать эффективность EVP и вносить коррективы в соответствии с меняющимися условиями рынка труда и потребностями сотрудников. Поскольку, как указано выше, EVP — ключевое сообщение о сильных сторонах работодателя, то это сообщение нужно креативно оформить. На рисунке представлен результат оформления EVP для колледжа цифровых технологий, в котором особое внимание уделяется привлечению к преподаванию практиков из ИТ-сферы, трудоустройству с возможностью совмещения с учебой студентов с 3-го курса обучения, а также привлечению способных и талантливых абитуриентов.

<p>Мотивированные и способные студенты</p> <p>готовые стать крутыми профессионалами</p>		<p>Здесь учатся, чтобы лучше программировать и программируют, чтобы лучше учиться ●</p> <p>Трудоустройство с 3-го курса</p>	
	<p>Преподаватели-практики</p> <ul style="list-style-type: none"> • Гибкий график • Нет нагрузки по отчетам • Подготовка junior для ваших компаний 		<p>ВУЗ – это престижно, Колледж – это знание в практику</p> <p>Проектная работа</p>
<p>Передача своего опыта и знаний</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сразу не сделать весь мир лучше, но мы делаем это постепенно • Учим и учимся 		<p>Движение вперед и обновление</p> <ul style="list-style-type: none"> • У нас есть то, что нужно передать молодежи • У молодежи есть то, что движет нами 	

Оформление EVP колледжа цифровых технологий

Чтобы избежать ошибки при разработке EVP — попытки выдать желаемое за действительное, было проведен опрос 16 преподавателей и 134 студентов, в ходе которого было задано два вопроса (табл. 1, 2).

Вопрос 1. Считаете ли вы привлекательными ценности?

Таблица 1

Ответы на вопросы о привлекательности ценностей

Критерий	Студенты		Преподаватели	
	количество	%	количество	%
Привлекательны	54	40	9	60
Скорее привлекательны, чем нет	31	23	5	33
Скорее непривлекательны	16	12	1	7
Непривлекательны	11	8	0	0
Затрудняюсь ответить	23	17	0	0

Вопрос 2. Считаете ли вы, что колледж предлагает честные ценности?

Таблица 2

Ответы на вопросы о честности ценностей

Критерий	Студенты		Преподаватели	
	количество	%	количество	%
Честные	92	69	13	79
Скорее честные, чем нет	47	35	2	15
Скорее нечестные	23	17	0	0
Нечестные	7	5	0	0
Затрудняюсь ответить	11	8	0	0

Как видно из ответов, значительное большинство студентов и преподавателей положительно оценивает предложенные ценности.

Внедрение управления по ценностям — это небystрый и непростой процесс. Он требует значительных инвестиций времени и ресурсов, а также готовности руководства к изменениям в корпоративной культуре. Необходимо провести тщательную работу по согласованию организационных, групповых и личностных ценностей, обучению сотрудников и созданию атмосферы доверия и взаимопонимания. Важно помнить, что управления по ценностям — это не просто набор правил и процедур, а философия управления, требующая глубокого понимания и приверженности со стороны всех участников бизнес-процесса. Успешное внедрение приводит к повышению лояльности сотрудников, усилению корпоративного духа, росту производительности труда и в итоге к повышению конкурентоспособности компании на рынке. Однако необходимо постоянно мониторить эффективность внедрённой системы и вносить необходимые корректировки, чтобы она оставалась актуальной и эффективной в изменяющихся условиях. И, конечно же, ключевым фактором успеха является искренняя приверженность руководства ценностям, провозглашённым компанией.

Управление по ценностям имеет ряд ограничений, которые необходимо учитывать при его внедрении. К этим ограничениям относятся:

- измерение влияния управления по ценностям, поэтому сложно доказать степень эффективности;
- поддержание единообразия ценностей во всей организации. Без единообразия трудно гарантировать, что все сотрудники принимают решения, основываясь на одних и тех же основных ценностях;
- гарантии, что сотрудники принимают решения, основанные на основных ценностях, когда сталкиваются со сложными ситуациями в реальной жизни;
- обеспечение постоянного развития ценностей в соответствии с меняющимися условиями;
- трудно добиться того, чтобы все уровни организации понимали и принимали основные ценности.

Важно помнить, что управление по ценностям — это не просто набор красивых слов, а сложный и многогранный процесс, требующий тщательной проработки и постоянного мониторинга. Он не должен быть навязан «сверху», а должен органически вырасти из понимания нужд и стремлений каждого члена коллектива, то есть учитывать индивидуальные духовно-нравственные ценности и ориентации каждого конкретного работника. Без этого любые попытки внедрения превратятся в пустую трату времени и ресурсов. Поэтому критически важно отказаться от стереотипного подхода и признать индивидуальность каждого сотрудника как основополагающий принцип успешного взаимодействия и создать действительно сплочённую и эффективную команду.

Список литературы

1. Лепехин В. А. Управление по ценностям: основные методологические принципы Экономической школы Института МИРБИС / В. А. Лепехин // Вестник МИРБИС. — 2018. — № 4 (16). — С. 13–23.
2. Шапиро, С. А. Имидж компании как работодателя и технология его исследования на внутрифирменном рынке труда / С. А. Шапиро // Управление развитием персонала. — 2017. — № 1. — С. 62–69.
3. Dolan, S. L. Understanding and managing chaos in organizations / S. L. Dolan, S. Garcia, A. Auerbach // *International Journal of Management*. — 2023. — Vol. 20, no. 1. — Pp. 23–35.

МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗИСНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ: СТРАТЕГИИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В. А. Ким

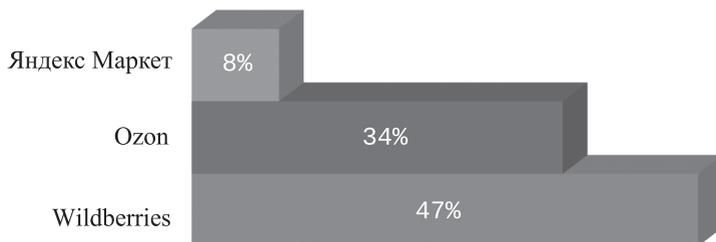
Научный руководитель: Т. М. Левченко, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики (СибГУТИ), г. Новосибирск, Россия
levchenko.64@mail.ru

В статье рассматривается роль маркетплейсов как ключевого инструмента для малого и среднего бизнеса в условиях экономической нестабильности. Анализируются преимущества использования маркетплейсов, такие как доступ к широкой аудитории, снижение затрат на инфраструктуру и использование встроенных инструментов аналитики. Приводятся примеры успешного внедрения маркетплейсов в бизнес-стратегии компаний, а также обсуждаются основные вызовы, с которыми сталкиваются предприниматели. В заключение предлагаются рекомендации по эффективному выходу на маркетплейсы и прогнозируются перспективы их дальнейшего развития.

Ключевые слова: маркетплейсы, антикризисное продвижение, малый и средний бизнес.

Экономические кризисы создают значительные трудности для бизнеса, особенно для малых и средних предприятий. Снижение покупательной способности, рост цен на сырье и логистику, а также усиление конкуренции вынуждают предпринимателей искать новые каналы сбыта. В таких условиях маркетплейсы становятся важным инструментом, обеспечивающим доступ к широкой аудитории и минимизирующим затраты на создание собственной инфраструктуры для онлайн-продаж.

Краткий обзор основных маркетплейсов в России. В России доминируют три крупных маркетплейса, которые занимают основную долю рынка, дополнительно доли рынка представлены на рисунке.



Доля рынка российских маркетплейсов в 2023 году

Wildberries — лидер рынка с долей 47 %, предлагающий широкий ассортимент товаров и развитую логистическую сеть.

Ozon — занимает 34,4 % рынка, предоставляя универсальные возможности для продвижения товаров.

Яндекс Маркет — с долей 8,1 %, ориентированный на технические инновации и поддержку как крупных, так и небольших магазинов.

Эти платформы не только предоставляют возможность продажи товаров, но и предлагают аналитические инструменты, маркетинговые решения и гибкие модели работы [1].

Причины выбора маркетплейсов малым и средним бизнесом. Маркетплейсы привлекают предпринимателей благодаря низким барьерам входа и простоте интеграции. Они избавляют от необходимости создания собственного интернет-магазина, организации логистики и проведения масштабных рекламных кампаний. Кроме того, маркетплейсы предоставляют доступ к готовой аудитории, что особенно важно в условиях экономической нестабильности [2].

Антикризисные преимущества маркетплейсов

1. Готовая инфраструктура для онлайн-продаж. Маркетплейсы обеспечивают все ключевые процессы: размещение товара, оплату, доставку и возвраты. Это снижает затраты на создание и обслуживание собственного интернет-магазина, что особенно важно в условиях кризиса.

2. Доступ к широкой аудитории. Популярные маркетплейсы ежедневно посещают миллионы покупателей. Это позволяет небольшим компаниям сразу выйти на крупный рынок без дополнительных инвестиций в привлечение клиентов.

3. Маркетплейсы обеспечивают все ключевые процессы. Платформы предоставляют данные о продажах, поведении покупателей и рыночных трендах. Такие инструменты позволяют компаниям адаптировать свои предложения под потребности аудитории и оптимизировать ассортимент.

Стратегии успешного продвижения на маркетплейсах

1. Работа с ценовой политикой и акциями. Кризисные времена требуют гибкости в ценообразовании. Участие в акциях и скидочных программах помогает привлечь внимание покупателей и увеличить объемы продаж.

2. Применение партнерских программ маркетплейсов. Многие платформы предлагают программы поддержки, такие как специальные условия для новых продавцов, доступ к обучающим материалам и персональным менеджерам.

3. Продвижение через внутренние инструменты. Маркетплейсы предлагают внутреннюю рекламу (таргетированные баннеры, продвижение в поиске), рекомендательные системы, которые повышают видимость товаров и стимулируют покупки.

Основные вызовы

1. Конкуренция на платформе. Высокий уровень конкуренции требует от бизнеса тщательной работы над качеством товара, его описанием и фотографиями, чтобы выделяться на фоне аналогов.

2. Комиссии и другие затраты. Платформы взимают комиссионные сборы за каждую продажу. Кроме того, могут быть дополнительные расходы на рекламу и логистику.

3. Необходимость оперативного управления ассортиментом. Для успешных продаж важно регулярно анализировать спрос, управлять остатками

и корректировать ассортимент. Это требует активного вовлечения и постоянной работы [3].

Примеры успешного использования маркетплейсов

1. Компания «**Helbart**» (производитель косметики) вывела свою продукцию на Wildberries и Ozon в начале 2023 года, что привело к увеличению объема продаж на 40 % за первые три месяца. Продукция стала популярной благодаря высокому качеству и удобной доставке через маркетплейс.

2. Бренд детской одежды «**Bodo**» значительно расширил свое присутствие на маркетплейсах в 2023 году, добившись роста продаж более чем на 20 %.

3. Компания «**Империя Подарков**» начала активно продавать свою продукцию на крупных российских маркетплейсах с начала 2023 года, что привело к росту выручки на 25 % в первой половине года.

Рекомендации для бизнеса

1. Проведите анализ маркетплейсов и выберите подходящую платформу.

2. Установите конкурентные цены и разработайте стратегию скидок.

3. Используйте инструменты внутренней рекламы и участвуйте в акциях платформы.

4. Постоянно анализируйте результаты и корректируйте стратегию.

Перспективы развития маркетплейсов. В условиях экономической нестабильности маркетплейсы будут оставаться одними из самых эффективных каналов продаж для малого и среднего бизнеса. Их потенциал в предоставлении гибких решений для адаптации к кризису делает их важным инструментом для поддержания и роста бизнеса. С развитием технологий и расширением функционала маркетплейсов их значимость для предпринимателей будет только возрастать.

Таким образом, маркетплейсы в условиях кризиса представляют собой не только способ выживания, но и возможность развития бизнеса. Успешная работа на таких платформах требует грамотного подхода, но при правильной стратегии может стать эффективным инструментом для малого и среднего бизнеса.

Список литературы

1. Статистика маркетплейсов в России [Электронный ресурс]. — URL: <https://inclient.ru/marketplaces-stats/> (дата обращения: 25.10.2024).
2. Предприниматели считают маркетплейсы удобным способом начать бизнес [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/943304901.html> (дата обращения: 01.11.2025).
3. Антикризисная маркетинговая стратегия [Электронный ресурс]. — URL: <https://lpmotor.ru/articles/kak-vyzyvat-v-krizis-2205> (дата обращения: 05.03.2025).
4. OZON маркетплейс — миллионы товаров по выгодным ценам [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.ozon.ru/> (дата обращения: 05.03.2025).
5. Интернет-магазин Wildberries: широкий ассортимент товаров [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.wildberries.ru/> (дата обращения: 05.03.2025).

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ РИСКАМИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ВЗРЫВЧАТЫХ ВЕЩЕСТВ

А. И. Кудрявцева, *обучающийся*, В. И. Чистякова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
tulasi2023@yandex.ru

В статье рассмотрены содержание профессиональных рисков и система управления ими, разработаны рекомендации по снижению негативных последствий. В исследовании использованы научные методы: изучение нормативных документов и методических рекомендаций, регламентирующих сферу производства взрывчатых веществ, методы анализа, сравнения и наблюдения. Научная новизна заключается в предложенной классификации факторов при производстве взрывчатых веществ по признаку «вредные — опасные».

Ключевые слова: профессиональные риски, классификация факторов, методы управления рисками, взрывчатые вещества, нормативные документы.

Актуальность проблемы управления рисками при производстве взрывчатых веществ (ВВ) обусловлена тем, что это специфическая, угрожающая безопасности работников деятельность. Опасные ситуации, которые могут возникнуть как в процессе изготовления взрывчатых веществ, так и в процессе хранения, транспортировки могут нанести не только материальные потери организации, но и травмы, привести к летальному исходу сотрудников. Специфика производства взрывчатых веществ сопряжена с постоянными и серьезными рисками, в том числе и профессиональными.

Целью исследования является обоснование значимости и необходимости внедрения системы управления профессиональными рисками на предприятиях по производству взрывчатых веществ.

Задачи исследования: раскрыть сущность и содержание профессиональных рисков и системы управления ими; изучить нормативные документы, регламентирующие деятельность по производству взрывчатых веществ, разработать рекомендации по совершенствованию управления профессиональными рисками при производстве взрывчатых веществ.

Объект исследования — профессиональные риски при производстве взрывчатых веществ.

Предмет исследования: факторы риска, методы управления профессиональными рисками при производстве взрывчатых веществ.

Профессиональный риск — это угроза нанесения ущерба жизни или здоровью сотрудника из-за влияния опасного производственного фактора в процессе работы [1]. Существует разделение на вредные и опасные факторы производства. Вредные факторы приводят к профессиональным заболеваниям, опасные — к травмам вплоть до летального исхода. Эти факторы являются основными элементами определения уровня профессионального риска.

Чтобы минимизировать последствия рисков, предупредить возникновение факторов риска, организация должна ими управлять. Управление профессиональными рисками — это система мер, определённые действия, которые направлены на идентификацию, оценку, а также сокращение степени профессиональных рисков [2, с. 2]. В процессе производства взрывчатых веществ последствия профессиональных рисков проявляются в виде травматизма (от лёгких травм и вплоть до летального исхода) и профессиональных заболеваний. В табл. 1 предложена классификация профессиональных рисков по основным признакам «опасные — вредные» при производстве взрывчатых веществ.

Таблица 1

**Классификация профессиональных рисков
при производстве взрывчатых веществ**

Опасные факторы рисков травмирования сотрудника (возможен летальный исход)	Вредные факторы рисков получения профессиональных заболеваний
Взрыв или пожар на производстве	Появление хронических болезней
Опасность самовозгорания горючих средств	Аллергические реакции
Опасность воздействия высокого давления при взрыве	Заболевания органов дыхания
Опасность психических нагрузок, стрессов	ЛОР-заболевания
Химические ожоги	Заболевания опорно-двигательного аппарата
Производственный травматизм (на самом производстве во время работы с оборудованием)	Интоксикация организма работника
Угроза поглощения дыма, паров вредных газов и пыли при пожаре	Злокачественные новообразования

Примечание. Составлено автором на основе [8].

Данные Федеральной службы государственной статистики по производственному травматизму за 2019–2023 гг. отражены в табл. 2 [3]. Они показывают, что на протяжении пяти лет общая численность пострадавших остается на высоком уровне с незначительным снижением в 2023 году.

Таблица 2

Травматизм на производственных предприятиях Российской Федерации за 2019–2023 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, тыс. чел.	23,3	20,5	21,6	20,3	20,9
Из них с летальным исходом, тыс. чел.	1,06	0,91	1,21	1,07	1,09
Количество пострадавших при несчастных случаях на производстве на 1000 работающих, тыс. чел.	1,2	1,0	1,1	1,0	1,0

Примечание. Составлено автором на основе статистических данных [3].

Однако численность пострадавших с летальным исходом в отчетном году возросла.

Существует статистика сокрытия несчастных случаев на производстве. Роструд ведёт их учёт, данные по сокрытым несчастным случаям показаны в табл. 3.

Таблица 3

Сокрытие несчастных случаев на опасных и вредных производствах Российской Федерации за 2019–2023 гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Число найденных сокрытых случаев, ед.	595	592	472	626	1316
Из них с летальным исходом, ед.	174	211	221	159	266

Примечание. Составлено автором на основе статистических данных [3].

В 2023 году по сравнению с 2019 г. увеличилось число найденных сокрытых случаев, в том числе с летальным исходом. Информация об источниках нарушений, которые выявлены на местах производства взрывчатых веществ за 2022 год, представлена в табл. 4 [4, с. 443].

Таблица 4

Источники нарушений на местах производства взрывчатых веществ Российской Федерации за 2022 год

Источники нарушений	Значение, %
Ошибки самих сотрудников при работе	35
Плохое или некачественное состояние техники, её неисправность	30
Дефекты самой техники, а также проблемы с производственными операциями	8
Прямые технические влияния на ВВ при воздействии вручную	12
Другие источники нарушений	15

Примечание. Составлено автором на основе [4].

Большая часть нарушений вызвана ошибками самих сотрудников. Это может быть следствием того, что люди привыкают к опасности, пренебрегая правилами безопасности из-за плохого знания соответствующих инструкций. Это является также признаком недостаточно эффективной системы управления профессиональными рисками на опасных и вредных производствах.

Важную роль в обеспечении безопасности трудовой деятельности и предотвращении несчастных случаев при производстве взрывчатых веществ играют нормативные документы, в которых изложены правила и требования к производственным процессам, оборудованию, технологиям и сотрудникам на протяжении всего производственного процесса: от хранения до транспортировки. Перечень нормативных документов, регламентирующий производство взрывчатых веществ и работу с ними, представлен в табл. 5.

**Перечень нормативных документов Российской Федерации,
регламентирующих производство взрывчатых веществ
и работу с ними [5]**

Нормативный документ	Основное содержание документа
Приказ Ростехнадзора от 03.12.2020 «Об утверждении Федеральных норм и правил в области промышленной безопасности при производстве, хранении и применении взрывчатых материалов промышленного назначения»	Изложены требования к хранению, транспортировке и применению взрывчатых веществ, а также изделий на их основе
ГОСТ 12.1.010–76. Система стандартов безопасности труда. Взрывобезопасность. Общие требования	Установлены требования к взрывобезопасности в производственных процессах
ГОСТ 15.109–97. Система разработки и постановки продукции на производство	Включена упаковка, оборудование, аппаратура, взрывчатые вещества
ГОСТ Р 51615–2000. Вещества взрывчатые промышленные. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение	Изложены правила в области маркировки, упаковки, транспортировки и хранения
ГОСТ Р 50843–95. Вещества взрывчатые промышленные. Приемка и отбор проб	Изложены требования к правильному отбору проб и приёмке взрывчатых веществ
О промышленной безопасности опасных производственных объектов: ФЗ. № 116-ФЗ от 21.07.1997	Установлены основные положения обеспечения безопасного использования опасных производственных объектов
Типовое положение о системе управления охраной труда: приказ Минтруда России от 19.08.2016 № 438н	Регулирует деятельность по охране труда
ГОСТ 12.4.131–83. Халаты женские. Технические условия ГОСТ 25296–2003. Изделия швейные бельевые. Общие технические условия ГОСТ 1135–2005. Обувь домашняя и дорожная. Общие технические условия ГОСТ 8541–94. Изделия чулочно-носочные	Установлены требования к спецодежде, обуви и средствам индивидуальной защиты для работы на производстве с взрывчатыми веществами

Составлено автором.

Данные нормативные документы применяются на предприятиях по производству взрывчатых веществ и изделий на их основе с целью предотвращения и исключения ситуаций с опасными и вредными последствиями для жизни и здоровья работников.

Осуществление управления деятельностью по обеспечению безопасности труда работников на таких предприятиях выполняют специальные отделы. Они контролируют исполнение требований, установленных федеральными и ведомственными нормативными актами, а также разрабатывают заводские инструкции для работников технологических процессов мастерских и цехов, связанных с изготовлением взрывчатых веществ. Соблюдение инструкций подлжит строгому и обязательному исполнению.

Руководство предприятия обязано организовать управление профессиональными рисками при производстве взрывчатых веществ. Управлять можно только выявленными и оцененными рисками. Эффективное управление профессиональными рисками требует комплексного подхода, основанного на разработке и реализации системы управления рисками (СУПР), которая включает следующие элементы: общая стратегия управления рисками; организация действий по управлению рисками; осуществление надзора и оценка результативности СУПР [6].

В процессе управления профессиональными рисками выделяют три основных этапа: 1) идентификация рисков, т. е. выявление опасностей (для этого существует информация и документы, которые помогут это выявить); 2) анализ и оценка риска (определение уровня профессионального риска, он бывает низкий, умеренный, высокий); 3) заключительный этап — это разработка методов управления и мониторинг рисков, т. е. выполнение действий по снижению риска и контроль [7].

Профессиональные риски при производстве взрывчатых веществ можно снизить следующими мерами: устранение опасной или вредной деятельности, т. е. исключение происхождения опасности; сдерживание риска опасностей за счет технических методов и обособления персонала от происхождения опасности; применение административных методов управления профессиональными рисками; использование средств индивидуальной защиты (СИЗ) [8].

По результатам исследования проблемы управления профессиональными рисками при производстве взрывчатых веществ предлагается разработка и внедрение Положения о создании системы управления охраной труда. В нем следует определить стратегию безопасности, её цели, процедуры, рекомендуемые для идентификации и оценки рисков, конкретные меры (методы) для снижения профессиональных рисков, инструкции, графики проверок; предусмотреть ответственность должностных лиц с указанием конкретных зон ответственности за несоблюдение Положения.

Постоянное обучение персонала, его аттестация и периодическая проверка знаний инструкций. Обновление и пересмотр по мере необходимости инструкций по безопасности. Внедрение эффективного контроля соблюдения правил безопасности и создание механизма эффективной обратной связи. Использование, а также постоянная проверка эффективности СИЗ с внедрением автоматизированных систем контроля.

Для снижения профессиональных рисков необходимо совершенствование производственных процессов, внедрение системы оповещения сотрудников об аварийных ситуациях и разработка плана действий при них, ознакомление всех сотрудников под роспись, строгое соблюдение всех документов, регламентирующих деятельность в области производства взрывчатых веществ.

Эффективным способом управления рисками является «метод экспертных графиков профессиональных рисков», содержание которого заключается

в объединении результатов опроса экспертов и оценок фактически сложившейся производственной ситуации по профессиональным рискам. На этой основе разрабатывается график для визуализации профессиональных рисков. На графике выделяются риски с наиболее высокой вероятностью их наступления и негативными последствиями. Информация, представленная на графике, используется для разработки мер по снижению в первую очередь самых опасных рисков, а затем и менее опасных. Для интерпретации данных графика разрабатывается специальная шкала, характеризующая уровень риска и его последствия. Чем выше риск на графике, тем он опаснее.

Практическая значимость проведенных исследований заключается в обосновании необходимости совершенствования управления рисками при производстве взрывчатых веществ на основе разработки эффективной системы управления охраной труда, совершенствования производственных процессов и строгого соблюдения требований безопасности в области производства взрывчатых веществ.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: ФЗ от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 12.11.2024).
2. Оценка профессиональных рисков : памятка Министерства труда и социального развития Новосибирской области [Электронный ресурс]. — URL: https://chulym.nso.ru/sites/chulym.nso.ru/wodby_files/files/document/2021/01/documents/pamyatka_ocenka_professionalnyh_riskov.pdf?ysclid=m3mvybbtd3265746293 (дата обращения: 12.11.2024).
3. Условия труда. Производственный травматизм // Федеральная служба государственной статистики. — 2024 (дата обращения: 13.11.2024).
4. Лобаненкова, Н. А. Обеспечение технологической безопасности на объектах с наличием взрывчатых веществ / Н. А. Лобаненкова // Взрывное дело. — 2023. — № 141 – 98. — URL: https://www.mivlg.ru/conf/zvorykin2023/pdf/sec14/sec14_pap21.pdf?ysclid=m3mvg17sql593720875 (дата обращения: 13.11.2024).
5. Коллегия Евразийской экономической комиссии: решение от 25 декабря 2018 г. № 218 // Перечень международных и региональных стандартов «О безопасности взрывчатых веществ и изделий на их основе» [Электронный ресурс]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/552083368?ysclid=m3lvv6bd28588681792> (дата обращения: 15.11.2024).
6. Методические рекомендации по определению профессиональных рисков для представителей профсоюзных организаций нефтегазстройпрофсоюза России // Общероссийский профессиональный союз работников [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rogwu.ru/upload/iblock/d66/e6sc24nvscj23i9gkimloc7ty38m1lr.pdf?ysclid=m31w4z0s5751755692> (дата обращения: 15.11.2024).

7. Методические рекомендации по проведению оценки и управлению профессиональными рисками // Министерство труда и социальной защиты населения [Электронный ресурс]. — URL: https://shimskij-r49.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/Files/Ohrana_truda/2023/01/Pamyatka-Profriski.pdf (дата обращения: 16.11.2024).
8. Методические рекомендации по определению профессиональных рисков для представителей профсоюзных организаций нефтегазстройпрофсоюза России // Общероссийский профессиональный союз работников [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rogwu.ru/upload/iblock/d66/e6sc24nvscj23i9gkimmloc7ty38m1lr.pdf?ysclid=m3lw4z0s5751755692> (дата обращения: 17.11.2024).

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Н. С. Кузьмина, *обучающийся*, Л. Г. Протасова, *д-р техн. наук, профессор*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
usue@usue.ru

Внедрение систем менеджмента качества на предприятиях разных стран можно отнести к инновациям в менеджменте, направленных на улучшение качества выпускаемой продукции и повышение результативности и эффективности деятельности. Цель исследования — выявление особенностей СМК в разных странах, анализ и разработка мероприятий по снижению рисков на машиностроительном предприятии. Выделены отличительные черты российской системы менеджмента качества, апробирован инструмент управления качеством (матрица приоритетов для оценки рисков) и предложены мероприятия по минимизации рисков на машиностроительном предприятии.

Ключевые слова: система менеджмента качества, миссия, матрица приоритетов, оценка рисков.

Система менеджмента качества (СМК) — это набор методов, процессов и процедур, направленный на обеспечение удовлетворенности потребителей и достижения целей организации. Использование подходов стандартов серии ИСО 9000 для решения проблем качества и оценки рисков на отечественных предприятиях является актуальным.

В высокоразвитых экономиках стандарт ISO 9001, являясь базовой и универсальной системой менеджмента качества, уже перестал быть достаточным инструментом для значительного повышения эффективности и прибыльности компаний.

В Японии, например, главенствующую роль в производстве играет трудовой фактор. Японцы постоянно изучают уровень вовлечения работников в производство и стараются совершенствовать СМК, опираясь именно на анализ человеческого труда. Отличительными особенностями СМК Японии являются: доверительная обстановка, стабильность трудовых ресурсов (низкая текучесть кадров), постоянное присутствие людей, занимающих руководящие должности, на производстве, а также чистота и порядок, которые также являются гарантией качества продукции. Можно сделать вывод, что одним из ключевых отличий японской системы менеджмента качества является акцент на человеческие ресурсы.

В Соединенных Штатах в 80-х годах была осознана значимость СМК и производства товаров высокого качества, руководители компаний начали принимать активные меры по улучшению качества продукции, непосредственно связанной с ростом производительности труда.

Россия, хоть и с некоторым опозданием, принимает меры по разработке и внедрению систем менеджмента качества на предприятиях и улучшению качества производимой продукции. В настоящее время в России СМК является

неотъемлемой частью менеджмента многих компаний, особенно в промышленном секторе. Чтобы продукция отечественных предприятий могла конкурировать с качеством продукции других стран, нужно тщательно разрабатывать и совершенствовать процессы функционирования всех этапов производства. Для Российской Федерации важно не только создать список требований, которые будут обязательны для выполнения, но и обеспечить для обмена данными устойчивую информационную систему. СМК в России имеет ряд характерных черт, первой из которых является ориентация на потребителя: потребитель воспринимается не как объект, способный покупать продукцию, а как объект, способный выбирать то, за что он готов платить. Руководство, начиная с постановки целей в СМК и создания базы для достижения запланированного результата, вместе с сотрудниками компаний должны вовлекаться в процессы СМК постоянно. Также в России система менеджмента качества регулярно совершенствуется, модернизируется на основе анализа и улучшений уже действующих процессов управления.

Управление предприятием не должно осуществляться отдельно от других процессов производства: роль менеджмента соизмерима с важностью любого процесса производства. В России действуют стандарты СМК, среди которых ГОСТ Р ИСО 9000–2015 [1], определяющий основные принципы управления качеством и терминологию в этой области, и ГОСТ Р ИСО 9001–2015 [2], устанавливающий требования и подходы к управлению качеством для организаций, стремящихся удовлетворить потребности клиентов, повысить качество, снизить затраты и минимизировать риски.

Преимуществами СМК для российских компаний являются постоянная модернизация процессов создания товаров и услуг, сокращение брака продукции, а также стремление к минимизации рисков и совершенствованию имиджа отечественных предприятий не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

Основная цель применения СМК заключается в том, чтобы помочь организациям в предоставлении клиентам и другим заинтересованным сторонам стабильно высокого качества выпускаемой продукции и услуг, которые соответствуют их запросам и ожиданиям.

Свердловский машиностроительный завод производит коммунальные машины для механизированной уборки дорог и территорий городских и сельских поселений. Миссия предприятия — создание и продвижение на рынке продукции гражданского назначения и выстраивание долговременных отношений с потребителями. Стратегические цели — обеспечение текущих и перспективных потребностей общества и государства в создании, поддержании и развитии техники в интересах безопасности. Главные ценности — результативность и эффективность, безопасность продукции, профессионализм кадров. Риск-менеджмент крайне необходим для достижения результативности СМК.

В таблице приведены примеры апробации методики оценки рисков и разработки мероприятий по их минимизации в производстве коммунальной техники на предприятии. Методом мозгового штурма выявили восемь рисков, использованием матрицы приоритетов определили уровни риска. В таблице приведены примеры с высокими рисками: степень тяжести — частый и вероятный

риск, по частоте возникновения — тяжелые и средней тяжести последствия, соответственно.

Реестр рисков на примере коммунальной машины

№	Наименование и описание опасного события	Оценка риска			Мероприятия по снижению риска
		Степень тяжести	Частота возникновения	Уровень риска	
1	Гидравлический насос не создаёт необходимое давление	5	4	20	Установка качественных герметизирующих элементов, контроль
2	Не работает кондиционер	4	3	12	Контроль установки качественных уплотнителей

Для снижения риска необходим контроль выполнения требований ГОСТ EN 13021–2012: «гидравлические системы должны быть обеспечены качественными герметизирующими соединительными элементами» [3] и ГОСТ 9833–73: «для повышения долговечности резиновых уплотнителей рекомендуется применять кольца с упрочняющим покрытием» [4].

Таким образом, особенностью СМК на отечественных предприятиях является переход на риск-менеджмент: оценка рисков с использованием матрицы приоритетов на машиностроительном предприятии обеспечит эффективное и результативное управление по снижению рисков.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования [Электронный ресурс]. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200124394> (дата обращения: 23.01.2025).
2. ГОСТ Р ИСО 9000–2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь [Электронный ресурс]. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200124393> (дата обращения: 23.01.2025).
3. О безопасности колёсных транспортных средств: ТР ТС 018/2011 [Электронный ресурс]. — URL: <https://oliis.jinr.ru/images/uploads/techreglamentey/o-bezopasnosti-kolesnyh-transportnyh-sredstv.pdf> (дата обращения: 23.01.2025).
4. ГОСТ EN 13021–2012. Машины для зимнего содержания дорог. Требования безопасности [Электронный ресурс]. — URL: <https://meganorm.ru/Data/550/55042.pdf> (дата обращения: 23.01.2025).

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ФИНАНСОВОМ УПРАВЛЕНИИ: ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ И ОПТИМИЗАЦИЯ БЮДЖЕТА

Д. Д. Лузанов

Научный руководитель: А. В. Зуева, *старший преподаватель*
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
(СибГУТИ), г. Новосибирск, Россия
anval66@yandex.ru

Данная работа исследует влияние передовых компьютерных алгоритмов на эволюцию финансового администрирования. Основное внимание уделяется практическому применению машинного обучения для улучшения точности прогнозов, оценки рисков и распределения ресурсов. Проведено сопоставление двух популярных подходов — нейронных сетей и древовидных моделей, выявлены их сильные и слабые стороны. Кроме того, приведены примеры использования алгоритмических решений в планировании бюджетов, предсказании доходности и минимизации угроз.

Ключевые слова: искусственный интеллект, финансовое управление, нейронные сети, деревья решений, экономическое прогнозирование, минимизация рисков, бюджетирование.

Эффективное распоряжение денежными потоками остается критически важным фактором для выживания бизнеса в современных условиях. На фоне ускоряющихся изменений в экономике и экспоненциального роста информационных массивов технологии искусственного интеллекта начинают доминировать в области предиктивной аналитики. В материале исследуются различия между двумя методами обработки данных: нейронными сетями и древовидными структурами. Особый акцент сделан на том, как цифровые инструменты меняют традиционные финансовые процедуры, раскрывая их потенциал и рассматривая возможные ограничения.

Сравнение метода деревьев принятия решений и нейронных сетей. Выбор подходящего алгоритма для конкретной аналитической задачи может представлять сложность. Поэтому сравним несколько из них и определим, как показывают себя нейронные сети в сравнении с другими методами (табл.).

Сравнение методов анализа

Метод	Преимущества	Недостатки	Применение
Нейронные сети	Высокая точность, обработка сложных данных	Ресурсоемкость, сложность интерпретации	Прогнозирование, анализ поведения клиентов
Регрессионный анализ	Простота интерпретации, эффективность	Ограниченность в нелинейных задачах	Прогнозирование прибыли, анализ влияния
Деревья решений	Наглядность, простота использования	Склонность к переобучению	Оценка рисков

Далее приведен более глубокий анализ метода деревьев решений и нейронных сетей. Результаты анализа приведены на рис. 1 и 2.

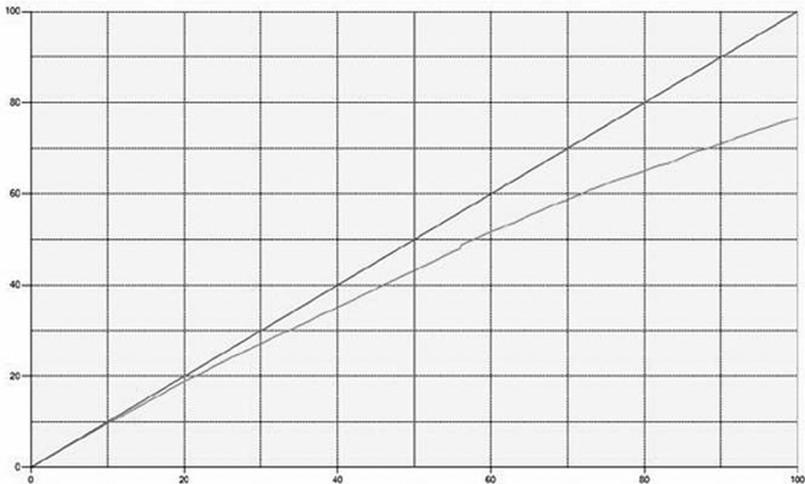


Рис. 1. Оценка точности прогноза с использованием нейронной сети [5]

По результатам анализа диаграммы точности прогнозов (рис. 1), выполненного с использованием нейронных сетей, можно сделать вывод, что модель является довольно эффективной. Значение оценки точности составляет 0,85, при этом доля правильных прогнозов равна 44,46 %, а вероятность успешного предсказания – 81,30 %.

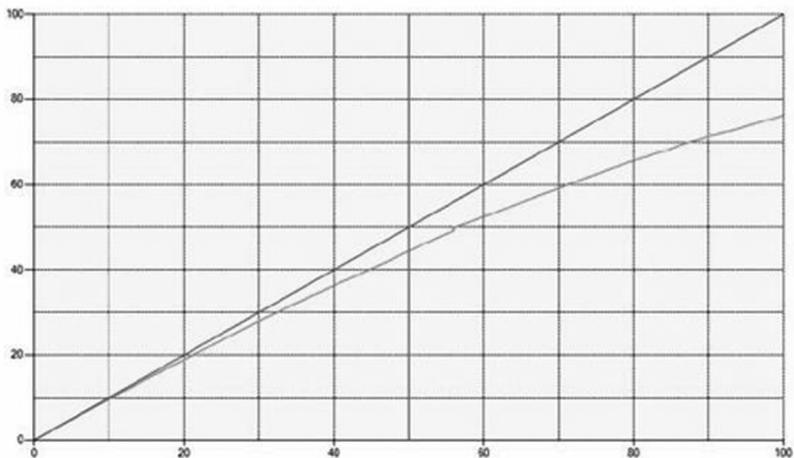


Рис. 2. Оценка точности прогноза с помощью дерева принятия решений [5]

На основе анализа диаграммы точности прогнозов (рис. 2), построенной по методу дерева принятий решений, видно, что модель показывает более низкие результаты по сравнению с нейронными сетями. Точность оценки составляет 0,84, при этом доля верных прогнозов — 43,16 %, а вероятность корректного предсказания — 78,43 %.

В приведенном исследовании авторы используют в качестве исходных данных набор данных из базы вуза. На основе успеваемости и социальной активности студента находится вероятность гендерной принадлежности [5].

Выбор между разными подходами к обработке данных определяется конкретными условиями задачи. Когда требуется максимальная точность и доступны мощные вычислительные системы, оптимальным решением становятся нейросети. Однако в условиях ограниченных ресурсов или необходимости в прозрачности результатов предпочтение отдается древовидным моделям. По итогам исследования нейросетевые алгоритмы продемонстрировали более высокую прогностическую способность, но древовидные структуры сохраняют актуальность благодаря своей визуальной наглядности и простоте объяснения.

Сильные стороны нейросетей:

- работа с неструктурированными данными — способность выявлять скрытые закономерности в сложных наборах информации, таких как рыночные тренды или предпочтения клиентов;

- фильтрация шумов — эффективность в условиях неполных или ошибочных данных, что критично для финансовой отрасли;

- адаптивность — быстрая перестройка моделей при изменении внешних условий, например, во время экономических кризисов.

Преимущества древовидных моделей:

- скорость обучения — возможность быстро получать результаты без значительных затрат времени;

- человекочитаемые выводы — генерация четких правил, которые легко интерпретировать, особенно при оценке кредитных рисков;

- универсальность — отсутствие жестких требований к формату входных данных.

Практическое применение алгоритмов

Прогнозирование показателей — анализ сезонности продаж, рыночной конъюнктуры и других факторов для точного планирования.

Оценка клиентского поведения — предсказание вероятности досрочного погашения займов или смены банка на основе транзакционной активности.

Управление рисками — автоматизация проверки заемщиков с учетом их цифрового следа, мониторинг подозрительных операций в реальном времени.

Бюджетная оптимизация — выявление неэффективных расходов, моделирование сценариев снижения издержек в логистике или производстве.

Таким образом, использование алгоритмических методов кардинально меняет подходы к финансовой аналитике. Нейросети незаменимы в сложных задачах, где важна точность, а древовидные модели эффективны в ситуациях, требующих прозрачности. Однако внедрение таких технологий сопряжено с необходимостью обеспечения качества данных, наличия квалифицированных

кадров и соблюдения регуляторных норм. В ближайшие годы развитие этого направления будет связано с улучшением точности прогнозов, интеграцией с блокчейн-платформами и расширением сфер применения в корпоративном планировании.

Список литературы

1. Применение искусственного интеллекта в прогнозировании прибыли // GPTFuture [Электронный ресурс]. — URL: https://gptfuture.ru/ai-in-profit-forecasting/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 06.03.2025).
2. Применение искусственного интеллекта при управлении рисками бизнеса // Vaiti [Электронный ресурс]. — URL: https://vaiti.io/primeneniye-iskusstvennogo-intellekta-pri-upravlenii-riskami-biznesa/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 06.03.2025).
3. Гордеева, Е. Искусственный интеллект в оптимизации бюджета: новые горизонты управления финансами / Е. Гордеева // Экономика и бизнес. — 2023. — № 5.
4. Li, J. Causal Machine Learning for Efficient Allocation at Uber / J. Li, M. Zhang, X. Wang // arXiv [Электронный ресурс]. — 2024. — URL: https://arxiv.org/abs/2407.19078?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 06.03.2025).
5. Певченко, С. С. Сравнительный анализ алгоритмов нейронной сети и деревьев принятия решений модели интеллектуального анализа данных / С. С. Певченко, В. А. Блужин // Молодой ученый. — 2016. — № 28 (132). — С. 148–154. — URL: <https://moluch.ru/archive/132/36999/> (дата обращения: 07.03.2025).

УПРАВЛЕНИЕ ДЕСТРУКТИВНЫМИ КОНФЛИКТАМИ КАК РИСКОВЫМИ СИТУАЦИЯМИ

А. А. Попович, *обучающийся*, В. И. Чистякова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
tulasi2023@yandex.ru

В статье рассматриваются сущность и причины деструктивных конфликтов, этапы их развития, а также последствия для участников и окружающих. Особое внимание уделяется методам управления деструктивными конфликтами, направленным на снижение связанных с ними рисков. На основе анализа современных теорий конфликтологии и управления рисками предлагаются практические рекомендации по совершенствованию управления деструктивными конфликтами в различных контекстах (межличностном, групповом, организационном).

Ключевые слова: деструктивный конфликт, риски, рисковая ситуация, управление конфликтом, методы управления конфликтами, негативные последствия деструктивно-го конфликта.

Конфликты являются неотъемлемой частью человеческого взаимодействия и возникают в различных сферах жизни, включая личные отношения, рабочие коллективы и международные отношения. Однако не все конфликты конструктивны. Деструктивные конфликты, как правило, приводят к негативным последствиям для всех вовлеченных сторон, включая эмоциональный стресс, снижение продуктивности и разрушение связей. Тем не менее, понимание природы деструктивного конфликта и методов его управления позволяет минимизировать риски, связанные с их возникновением и развитием.

Цель исследования — изучение проявления деструктивных конфликтов как рискованных ситуаций, их причин, последствий и методов управления.

Задачи исследования: раскрыть сущность деструктивного конфликта и проанализировать его основные причины; описать процесс развития деструктивного конфликта; изучить последствия деструктивного конфликта для участников и окружения; рассмотреть методы управления деструктивным конфликтом как рискованной ситуацией; разработать рекомендации по совершенствованию управления деструктивными конфликтами для снижения негативных последствий.

Предмет исследования — процессы развития и методы управления деструктивным конфликтом как рискованной ситуацией.

Объект исследования — деструктивные конфликты в межличностных, групповых и организационных контекстах.

Новизна результатов исследования заключается в комплексном анализе деструктивных конфликтов как развитие рискованных ситуаций и выявления специфических методов управления, направленных на минимизацию их негативных последствий. В работе используются современные теории конфликтологии и управления рисками для разработки практических рекомендаций.

Деструктивный конфликт — это конфликт, который не разрешается конструктивным путем и приводит к ухудшению отношений между сторонами.

Основными характеристиками деструктивного конфликта являются:

- 1) высокий уровень враждебности;
- 2) игнорирование интересов противника;
- 3) стремление к победе любой ценой;
- 4) угроза физическому или психологическому здоровью участников [1].

Существует множество причин, способствующих возникновению деструктивных конфликтов. К ним можно отнести:

1) несовпадение целей и интересов сторон. Если интересы участников не совпадают, это может привести к конфликтам [2];

2) недостаток коммуникации. Неспособность сторон вести открытый диалог вызывает недопонимание и эскалацию конфликта [3];

3) неравенство в распределении ресурсов. Конфликты могут возникать из-за борьбы за ограниченные ресурсы, такие как время, деньги или внимание [4];

4) личностные факторы. Влияние агрессивных черт личности и негативно-го опыта может усугубить конфликт [5].

Следовательно, причины и факторы деструктивного конфликта формируют рисковую ситуацию — обстановку, которая может препятствовать предпринимательской деятельности.

Деструктивный конфликт проходит через несколько этапов:

1) латентный конфликт. На этом этапе конфликт не осознается, но стороны испытывают напряжение;

2) конфликтная ситуация. Негативные эмоции начинают проявляться, стороны открыто высказывают недовольство;

3) открытый конфликт. Стороны вступают в открытое противостояние, что может привести к ухудшению отношений;

4) эскалация конфликта. Конфликт нарастает, принимая более серьезные формы и потенциально затрагивая большее количество людей.

Управление конфликтом на каждом этапе крайне важно. Необходимо своевременно диагностировать потенциальные источники конфликтов и принять меры для их разрешения.

Эффективные методы управления деструктивным конфликтом могут включать:

1) переговоры. Открытый диалог между сторонами может создать условия для мирного разрешения конфликта;

2) медиация. Привлечение третьей стороны, способной помочь конфликтующим сторонам найти компромисс;

3) арбитраж. Принятие решения нейтральной стороной, которое обе стороны соглашаются выполнить [6].

Деструктивные конфликты могут иметь множество негативных последствий:

1) эмоциональный стресс. Участники могут испытывать тревогу, депрессию и другие психоэмоциональные расстройства;

2) снижение производительности. Конфликты отвлекают от рабочих процессов, снижают эффективность и мотивацию [7];

3) разрушение взаимоотношений. Деструктивные конфликты могут привести к потере доверия и разрыву отношений между участниками.

Это характеризует их как рискованные ситуации наличием неопределенности и необходимостью выбора альтернативных управленческих решений. Риск — это деятельность по преодолению неопределенности в ситуации неизбежного выбора. В результате можно оценить вероятность достижения цели или отклонения от цели.

Для эффективного управления деструктивными конфликтами и снижения связанных с ними рисков предлагается применять следующие методы:

1) обучение навыкам разрешения конфликтов. Обучение сотрудников техникам коммуникации и конфликтного менеджмента может помочь в предотвращении деструктивных конфликтов [8];

2) создание безопасной среды. Стимулирование открытых обсуждений и поддерживающей культуры позволяет минимизировать напряженность;

3) регулярная обратная связь. Ведение диалога является ключом к предотвращению недопонимания и эмоционального напряжения [9].

Рекомендации по совершенствованию управления деструктивным конфликтом:

1) внедрить регулярные тренинги по развитию навыков разрешения конфликтов и эффективного общения;

2) создать механизм раннего выявления конфликтов, включающий анонимные опросы и обратную связь;

3) разработать политику конфликтного менеджмента, выражающую основные принципы и подходы к разрешению конфликтов на уровне организации;

4) поощрять культуру открытого общения, когда сотрудники могут свободно выражать свое мнение без страха перед негативными последствиями [10].

Деструктивный конфликт является серьезной рискованной ситуацией, способной нанести вред как отдельным людям, так и организациям в целом. Эффективное управление деструктивными конфликтами требует комплексного подхода, включающего раннюю диагностику, проактивные меры и применение эффективных методов разрешения. Разработка и внедрение программ по предотвращению конфликтов и обучению навыкам их конструктивного разрешения являются необходимыми шагами для снижения рисков, связанных с деструктивными конфликтами. Результаты исследования имеют практическое значение для руководителей и специалистов в области управления конфликтами и рисками, конфликтологии и психологии, а также для всех, кто заинтересован в эффективном разрешении конфликтов и минимизации их негативных последствий.

Список литературы

1. Крамарь, Т. В. Конфликтология: теории и практики / Т. В. Крамарь. — Москва : Наука, 2020. — 105 с.
2. Фомин, В. Г. Управление конфликтами в организациях / В. Г. Фомин. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 160 с.
3. Кузнецова, Н. И. Коммуникация и конфликты в организациях / Н. И. Кузнецова. — Москва : МГИМО-Университет, 2022. — 80 с.
4. Герасина, Я. С. Неравенство в распределении ресурсов и конфликты / Я. С. Герасина // Журнал социальных исследований. — 2023. — № 12. — С. 44–56.
5. Сидорова, А. В. Психология деструктивного конфликта / А. В. Сидорова. — Москва : Юрайт, 2023. — 105 с.
6. Кутузов, О. В. Практика медиации: как разрешать конфликты эффективно // О. В. Кутузов. — Екатеринбург : Уральский университет, 2021. — 180 с.
7. Романов, Д. А. Влияние конфликтов на производительность труда / Д. А. Романов // Экономика труда. — 2022. — № 15. — С. 30–41.
8. Голубева, Л. Ю. Развитие навыков социальных взаимодействий / Л. Ю. Голубева // Образование и карьера. — 2022. — № 10. — С. 12–19.
9. Петров, И. Г. Конфликт и стресс на рабочем месте: как управлять / И. Г. Петров // Работа и здоровье. — 2023. — № 6. — С. 50–57.
10. Неганов, А. Д. Теория конфликта: подходы и методы / А. Д. Неганов. — Москва : КноРус, 2022. — 97 с.

КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОРНОРУДНОЙ КОМПАНИИ: РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ

И. А. Рамазанова, *обучающийся*, В. В. Бакаева, *д-р экон. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
managem@sibupk.nsk.su

В данной работе обоснована необходимость предварять разработку стратегии развития организации разработкой ее концепции. Представлены результаты разработки рекомендаций по структуре и содержанию основных элементов концепции стратегии развития горнорудной компании, занимающейся добычей и переработкой медной руды в Республике Казахстан.

Ключевые слова: стратегия развития, концепция стратегии развития, горнорудная компания, Республика Казахстан, добыча меди.

Развитие стратегического подхода к планированию охватывает различные периоды, каждый из которых привнес свои идеи и методы в его развитие. Если опустить период зарождения стратегического мышления, присущего до начала XX века военным и политическим деятелям, то можно говорить о выделении большинством исследователей следующих шести этапов становления стратегического планирования как научной дисциплины: начало XX века — план Шлиффена (хотя по поводу его существования и влияния как стратегического документа до сих пор идут споры [1]; появление корпоративных стратегий (1920–1950-е гг.); классическая школа стратегического менеджмента (1960–1970-е гг.), связанная с именами П. Друкера, И. Ансоффа и А. Чандлера и отмеченная появлением конкретных инструментов стратегического анализа — SWOT-анализа, матрицы BCG, PIMS-модели и др.; школа позиционирования (1980-е гг.), выделившаяся благодаря работам М. Портера (генеральная стратегия и анализ пяти сил конкуренции); школа ресурсов и компетенций (1990-е гг.), оформившаяся в работах Г. Хэмела и К. К. Прахалада; современный этап (2000-е гг.), не получивший специального названия, но декларирующий гибкость и адаптивность подходов к стратегическому управлению, осуществляемому в условиях динамичности внешней среды, глобализации и технологических изменений (agile-стратегии, сценарное планирование и стратегическое предпринимательство). Этот этап также характеризуется развитием концепции стратегирования [2]. Сегодня уже не возникает вопрос о целесообразности стратегического планирования деятельности любой организации, которое сравнивается с зонтом, накрывающим все управленческие функции [3]. Речь идет о разработке стратегий, сочетающих в себе элементы различных школ и подходов, адаптированных к деятельности конкретной организации или предприятия и обеспечивающих их устойчивость и конкурентоспособность в условиях высокой неопределенности, что подтверждает актуальность темы настоящего исследования.

Целью исследования стала разработка рекомендаций по структуре и содержанию основных элементов концепции развития горнорудной компании.

Задачи исследования: составление краткого обзора теоретических воззрений на развитие стратегического планирования; разграничение понятий «концепция стратегии развития» и «стратегия развития»; определение основного содержания элементов концепции стратегии развития горнорудной компании.

Научная новизна исследования заключается в адаптации содержания элементов концепции стратегии развития к деятельности горнорудной компании.

В исследовании применялись теоретические методы: обобщение теоретических взглядов, абстракция и конкретизация, анализ и синтез, индукция и дедукция.

Рекомендации по структуре и содержанию основных элементов концепции стратегии развития компании могут быть использованы в процессе ее практической разработки.

Объектом наблюдения стала горнорудная компания ТОО «ГРК МЛД», расположенная в Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан, деятельность которой заключается в добыче и переработке медьсодержащих руд месторождения Карчигинское с выпуском в качестве готовой к реализации продукции в виде медного концентрата и катодной меди.

Как отмечается в работе [4], данная компания нуждается в стратегическом планировании, важным продуктом которого является стратегия развития, являющаяся разновидностью стратегии роста — одной из базовых, к числу которых принято относить также стратегии ограниченного роста, сокращения, стабилизации и выживания.

Разработке стратегии развития ТОО «ГРК МЛД» должна предшествовать разработка ее концепции. В этой связи необходимо сделать уточнение. Концепция стратегии развития компании и сама стратегия развития компании — это два взаимосвязанных, но разных понятия. Они различаются уровнем детализации и стадией процесса стратегического планирования. Концепция — это предварительный этап стратегического планирования, который определяет общие направления и подходы к развитию компании и описывает идею, философию и основные принципы будущего развития, помогая руководству сформулировать долгосрочные цели и задачи, исходя из анализа текущей ситуации и видения будущего. В то время как стратегия развития компании — это уже более конкретный и детализированный документ, который описывает, как именно компания будет достигать своих целей. Стратегия включает в себя конкретные планы действий, распределение ресурсов, сроки исполнения и показатели результативности.

Разработка полноценной концепции стратегии развития рассматриваемой компании требует анализа большого объема информации, включающей такие блоки, как оценка текущего состояния компании, рынка и конкуренции, технологических возможностей, состояния персонала и уровня корпоративной культуры, источников финансирования и эффективности инвестирования и др. Каждый из перечисленных информационных блоков, в свою очередь,

предполагает расчет определенных показателей и/или качественную оценку требуемых параметров. Например, анализ текущего состояния компании включает ряд традиционных финансовых показателей: выручки, затрат, прибыли, рентабельности, структуры расходов или показателей производственных мощностей и т. д. (таблица).

Содержание структурных элементов концепции развития ТОО «ГРК МЛД»

Структурный элемент концепции	Краткое содержание структурного элемента концепции
Миссия	Обеспечить эффективное и ответственное освоение минеральных ресурсов Республики Казахстан для удовлетворения потребностей внутреннего и внешнего рынков, сохраняя высокий уровень экологической безопасности и социальной ответственности
Видение	Стать более заметным игроком на рынке медной руды в Центральной Азии, обеспечивая устойчивое развитие через внедрение передовых технологий и интеграцию в международные цепочки поставок
Ключевые цели	<ul style="list-style-type: none"> — увеличить объем добычи медной руды на X % в течение ближайших пяти лет путем расширения действующих месторождений и освоения новых; — снизить себестоимость добычи на Y % за счет внедрения инновационных технологий и автоматизации производственных процессов; — усилить присутствие на внешних рынках, увеличив экспорт в ЕС и Юго-Восточную Азию на Z %; — обеспечить соответствие всех операций международным стандартам экологической и социальной ответственности
Основные направления развития	<i>Операционное направление:</i> модернизация производства, оптимизация логистики, разведка, разработка новых месторождений и др.
	<i>Коммерческое направление:</i> укрепление позиций на внутреннем рынке, экспансия на внешние рынки, создание совместных предприятий и др.
	<i>Научно-техническое направление:</i> инвестирование в исследования и разработки новых технологий добычи и переработки, цифровая трансформация и др.
	<i>Экологическое и социальное направление:</i> обеспечение экологической эффективности, следование принципам корпоративной социальной ответственности и др.
	<i>Организационные меры:</i> создание мотивирующей рабочей среды, формирование управленческой команды, привлечение инвесторов для реализации проектов модернизации и др.
	<i>Риски и меры по управлению ими:</i> хеджирование рисков колебаний цен на медь через заключение форвардных контрактов, управление финансовыми резервами; мониторинг политической ситуации и адаптация к возможным изменениям в законодательстве и др.

Таким образом, эволюция представлений о стратегическом планировании привела к формированию концепции стратегирования, непрерывной деятельности любой организации по разработке и реализации тех или иных стратегий.

Этапом, предшествующим разработке стратегии, является разработка концепции стратегии, имеющая определенную структуру и наполнение. И если структура может быть типовой, то содержание ее элементов должно быть адаптировано к деятельности конкретной организации. Рекомендуемое содержание основных структурных элементов концепции развития горнорудной компании ТОО «ГРК МЛД» Республики Казахстан позволяет облегчить данной организации работу по созданию полноценной стратегии развития.

Список литературы

1. Власов, Н. А. Спор о «Плане Шлиффена»: обзор научной дискуссии / Н. А. Власов // Вестник Санкт-Петербургского университета. «Международные отношения». — 2014. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spor-o-plane-shliffena-obzorg-nauchnoy-diskussii> (дата обращения: 12.02.2025).
2. Квинт, В. Л. Концепция стратегирования. Т. 1. / В. Л. Квинт. — Санкт-Петербург : СЗИУ РАНХИГС, 2019. — 132 с.
3. Мескон, М. Х. Основы менеджмента. Классическое издание / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер с англ. — Санкт-Петербург : ООО «Диалектика», 2020. — С. 672.
4. Рамазанова, И. А. Необходимость и особенности разработки стратегии развития горнорудной компании / И. А. Рамазанова, В. В. Бакаева // Экономика XXI века : сборник материалов III международной научно-практической конференции (Новосибирск, 7–8 декабря 2023 г.). Ч. 2 / [под ред. О. А. Чистяковой]; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». — Новосибирск, 2023. — С. 149–155.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РИСКОВ

И. Н. Рахматуллин, *обучающийся*, Я. Ф. Наширванова, *канд. экон. наук, доцент*
Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета
кооперации (ККИ РУК),
г. Казань, Россия
yana.nashirvanova@mail.ru

Современные условия хозяйствования характеризуются высокой степенью неопределенности и нестабильности, что обуславливает необходимость учета рисков в деятельности экономических субъектов. Риск является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, так как связан с вероятностью возникновения непредвиденных ситуаций, в корне меняющих результативность организации. В статье рассматриваются теоретические подходы ученых к определению сущности категории «риск», выделяются его основные характеристики, систематизируются причины возникновения рисков в деятельности организаций.

Ключевые слова: неопределенность, риск, предпринимательская деятельность, функции риска, факторы риска, причины возникновения риска.

Развитие рыночных отношений, глобализация экономических процессов и одновременно процессы политической регионализации приводят к усложнению хозяйственной деятельности и увеличению уровня неопределенности. Риск становится важнейшим элементом при принятии решений, влияя на эффективность и устойчивость бизнеса. Введение западных санкций в отношении России, а также проведение специальной военной операции оказывают существенное влияние на экономическую ситуацию в стране, что повышает актуальность исследования сущности и причин возникновения рисков [1, с. 100].

Целью научного исследования является систематизация научно-теоретических подходов ученых к категории «риск».

Новизна состоит в уточнении системы факторов внешней и внутренней среды, оказывающих постоянное воздействие на предпринимательскую деятельность через призму предпринимательских рисков.

Методологической основой исследования послужили общенаучные методы: анализ, синтез, обобщение, сравнение. Для выявления экономической сущности риска использовались методы логического и системного анализа. Систематизация причин и факторов возникновения рисков в деятельности организаций осуществлялась с применением метода группировки. Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам управления рисками в деятельности организаций.

Понятие экономического риска имеет давнюю историю и прошло длительный путь развития. Истоки данной категории можно проследить еще в работах ученых-экономистов XVIII – XIX веков. Одним из первых, кто затронул тему риска в экономической деятельности, был А. Смит. В своем фундаментальном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» он отмечал,

что величина нормы прибыли зависит от рискованности ситуации, в которой осуществляется предпринимательская деятельность. Именно А. Смит заложил основы классического подхода к пониманию риска, связывая его с неблагоприятными последствиями и возможными потерями.

Новый подход к пониманию категории экономического риска был предложен представителями неоклассической теории в 30-е годы XX века: А. Маршалл, А. Пигу и Ф. Найт. Они считали, что риск предвидеть практически невозможно, поскольку он является следствием неопределенности экономической ситуации, в которой прибыль — это случайная переменная. Следовательно, неоклассики трактовали риск и как угрозу потерь, и как возможность получения дополнительной прибыли.

В современной экономической литературе существует множество определений категории «риск», отражающих различные аспекты сущности данной категории.

Согласно И. А. Коху и А. Е. Шелгинскому, риск следует рассматривать как возможную опасность потерь, возникающих в результате непредвиденных явлений природы или деятельности человека [2, с. 52]. Авторы отмечают, что с экономической точки зрения риск представляет собой возможность совершения события, которое может повлечь за собой три основных экономических результата: отрицательный (убыток), нулевой (отсутствие предполагаемой прибыли) или положительный (прибыль).

Л. И. Юзвович, Ю. Э. Слепухина, Ю. А. Долгих [и др.] дают определение финансовым и банковским рискам как вероятности возникновения неблагоприятных последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности [5, с. 45].

Обобщая информацию, полученную в ходе изучения экономической составляющей предпринимательских рисков, можно сформулировать следующие ключевые постулаты:

- риск — это всегда неопределенность;
- риск — это не всегда в минус (убыток), иногда он работает и на плюс (доход);
- риск носит вероятностный характер, действуя по принципу: может, «да», а может, и «нет».

Изучив разные подходы к определению категории «риск», сформулируем уточненное авторское видение данного понятия: «Риск — это либо характеристика, либо количественная оценка, формирующаяся в ходе распределений будущего дохода/прибыли или реализации нового проекта, сопровождающегося объективной невозможностью определить ожидаемые результаты». Таким образом, риск, являясь неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, выполняет ряд важных функций, среди которых можно выделить регулирующую, защитную, инновационную и аналитическую.

Регулирующая функция риска проявляется в способности воздействовать на поведение экономических субъектов, направляя их действия по определенному

руслу [4, с. 81]. Например, при инвестировании в проект с высокой степенью неопределенности компания тщательно анализирует возможные потенциальные потери и, соответственно, выбирает стратегию инвестирования и меры по снижению риска. В банковском секторе регулирующая функция риска проявляется в формировании процентных ставок по кредитам. Банки, оценивая кредитные риски заемщиков, устанавливают ставки, соответствующие вероятности дефолта: более рисковому клиенту предлагаются кредиты под более высокий процент для компенсации возможных потерь.

Защитная функция риска связана с формированием механизмов защиты от негативных последствий непредвиденных событий [4, с. 81]. Понимая возможности возникновения потерь (убытков), компании и государства создают системы страхования, резервные фонды и прочие инструменты для минимизации ущерба. Например, предприятия нефтегазового сектора часто сталкиваются с рисками колебаний цен на нефть; они используют хеджирование при помощи фьючерсных контрактов, фиксируя цены на будущие поставки и защищаясь от неблагоприятных изменений.

Инновационная функция риска отражает стимулирующую роль в развитии новых технологий и идей [4, с. 82]. Готовность принять риск становится двигателем прогресса, особенно для стартапов в сферах высоких технологий (например, биотехнологии или искусственный интеллект), где неопределенности крайне высоки. Инвесторы, принимая значительные риски при инвестировании в такие проекты, могут получить чрезвычайно высокую отдачу; например, компания SpaceX под руководством И. Маска преодолела огромные технические и финансовые риски для революционных изменений в космической индустрии.

Аналитическая функция риска заключается в необходимости систематического изучения и оценки рисков для принятия обоснованных управленческих решений. В производственной сфере данная функция выражается в управлении операционными рисками; например, в атомной энергетике проводится тщательный анализ аварийных ситуаций, разрабатываются системы безопасности и регулярные проверки персонала для повышения надежности процессов. Это не только предотвращает катастрофы, но и способствует увеличению эффективности и устойчивости предприятий [4, с. 82].

Возникновение рисков в деятельности организаций обусловлено действием множества факторов, которые можно систематизировать следующим образом [1, с. 102], [3, с. 71], [5, с. 73]:

1. Факторы внешней среды:

- политические (изменение нормативно-правовой документации, законодательства; нестабильность политической ситуации и введение санкций);
- экономические (рост цен на товары и сырье; изменение конъюнктуры рынка; безработица, колебания спроса и предложения товаров и услуг и т. д.);
- социально-демографические (снижение платежеспособного спроса и т. д.);
- технологические (появление новых технологий, устаревание оборудования и т. д.);
- природно-климатические (стихийные бедствия, экологические катастрофы и т. д.).

2. Факторы внутренней среды:

- управленческие (ошибки в принятии управленческих решений, неэффективная организация производства и т. д.);
- производственные (поломка оборудования, нарушение технологического процесса и т. д.);
- финансовые (неэффективная финансовая политика, несбалансированность денежных потоков и т. д.);
- кадровые (низкая квалификация персонала, текучесть кадров и т. д.).

К политическим рискам можно отнести риск введения новых санкций, что может привести к ограничению доступа организации на зарубежные рынки и, как следствие, снижению объемов продаж и финансовых результатов. Экономические риски могут быть связаны с колебаниями курсов валют; это негативно отражается на финансовых показателях организаций, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Производственные риски могут быть вызваны поломкой оборудования, что приводит к нарушению производственного процесса и, соответственно, к невыполнению производственной программы. Кадровые риски обусловлены высокой текучестью персонала; это отражается на качестве выпускаемой продукции и эффективности деятельности организации в целом.

Следует отметить, что внешние и внутренние факторы риска тесно взаимосвязаны и оказывают комплексное влияние на деятельность организации [5, с. 72]. Например, ужесточение государственного регулирования (внешний фактор) может потребовать от организации значительных финансовых и временных затрат на модернизацию производства; это повлечёт увеличение производственных и финансовых рисков (внутренние факторы). В свою очередь, неэффективное управление финансовыми ресурсами (внутренний фактор) может снизить способность организации адаптироваться к изменениям рыночной конъюнктуры (внешний фактор). Таким образом, комплексный учет и анализ всех факторов риска является важнейшим условием обеспечения устойчивого развития организации в долгосрочной перспективе.

В попытке минимизации воздействия рисков на предпринимательскую деятельность может помочь соблюдение следующих этапов:

- 1 этап: оценка своих бизнес-процессов и потенциальных рисков;
- 2 этап: скрининг на предмет наличия риска;
- 3 этап: обучение и осведомленность;
- 4 этап: мониторинг;
- 5 этап: внедрение системы внутреннего контроля;
- 6 этап: разработка плана антикризисного управления.

Таким образом, риски, возникающие в деятельности организаций, имеют многообразный характер и обусловлены действием различных факторов — как внешних, так и внутренних. Эффективное управление рисками является необходимым условием обеспечения устойчивого развития экономических субъектов в современных условиях.

Список литературы

1. Акаева, В. Р. Изменение векторов формирования маркетинговых стратегий отечественными предприятиями в условиях введения нового пакета санкций / В. Р. Акаева, Я. Ф. Наширванова // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. — 2024. — № 1. — С. 100–116. — DOI 10.28995/2782-2222-2024-1-100-116. — EDN HYDXIB.
2. Кох, И. А. Предпринимательские риски в российской экономике / И. А. Кох, А. Е. Шелгинский // Дискуссия. — 2018. — № 2. — С. 52–58.
3. Попов, И. Э. Современная налоговая политика и направления ее развития в России / И. Э. Попов, Е. С. Макарова, Я. Ф. Наширванова // Актуальные проблемы экономики, учета, аудита и анализа в современных условиях : сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Научное издание, Курск, 28–29 апреля 2021 года. — Курск : Курский государственный университет, 2021. — С. 69–73. — EDN UNOQBH.
4. Шарафутдинова, Н. С. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия / Н. С. Шарафутдинова, Ю. С. Валеева // Экономический вестник Республики Татарстан. — 2009. — № 1. — С. 80–82. — EDN MVUOOX.
5. Финансовые и банковские риски : учебник / Л. И. Юзвович, Ю. Э. Слепухина, Ю. А. Долгих [и др.]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 336 с.

ЭКОНОМИКА ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА: ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

С. Р. Рябина

Научный руководитель: Т. М. Левченко, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
(СибГУТИ), г. Новосибирск, Россия
levchenko.64@mail.ru

В данной работе проведен сравнительный анализ экономики замкнутого цикла с другими экономическими моделями. Представлены различные примеры и варианты развития этого вида экономики.

Ключевые слова: переработка, ресурсы, минимизация, отходы, окружающая среда.

Экономика замкнутого цикла (ЭЗЦ) представляет собой модель, нацеленную на максимальное использование ресурсов путем их повторного использования, переработки и восстановления. В условиях растущего дефицита природных ресурсов и ухудшения экологической обстановки внедрение принципов ЭЗЦ становится крайне актуальным. Целью исследования является изучение практических примеров внедрения экономики замкнутого цикла и оценка её перспектив в контексте устойчивого развития [1] (таблица).

Практические примеры внедрения экономики замкнутого цикла

1. Использование переработанных материалов. Такие компании, как Patagonia и Adidas, активно внедряют технологии переработки пластиковых отходов в текстильную продукцию. Применяя переработанные пластиковые бутылки и иные отходы в процессе производства одежды, эти бренды не только помогают снизить загрязнение, но и уменьшают потребность в первичных ресурсах. Например, Adidas изготовил коллекцию спортивной одежды и обуви, изготовленных из переработанных океанских пластиковых отходов в рамках своих инициатив «Переговоры в интересах океанов». Это помогает не только удалить океаны из пластика, но и сырью в новом жизненном цикле. Patagonia, в свою очередь, использует переработанные материалы для производства своих популярных товаров, таких как куртки и штаны, что способствует сокращению углеродного следа и экологическому сознанию потребителей.

2. Возвратная упаковка. Многие производители товаров переходят на систему возврата упаковки. Один из ярких примеров возвратной упаковки — система Loop, которая сотрудничает с крупными мировыми брендами, такими как Nestle и Coca-Cola. В рамках этой модели пользователь может покупать продукты в многоразовых контейнерах, которые после использования возвращаются в систему для повторной эксплуатации. Этот подход ограничивает количество упаковки, которая обычно используется только один раз, а затем выбрасывается. После транспортировки она очищается, затем вновь используется для упаковки продукции.

3. Замкнутые промышленные циклы. В отрасли все чаще применяются технологии, позволяющие вторично использовать отходы производства. Например, в автомобильной компании, такой как Renault, создают заводы по восстановлению запчастей. Это приведет к уменьшению выбросов углерода после производства, так как переработка материалов требует значительно меньших энергозатрат, чем их изначальное производство. Использование восстановленных запасных частей также уменьшает себестоимость автомобилей и помогает сократить количество отходов, которые в противном случае становятся мусором на свалке.

4. Обмен и аренда товаров. Платформы, такие как Rent the Runway (аренда одежды) и Mud Jeans (аренда джинсов), демонстрируют новую модель потребления, в которой товары многократно используются различными потребителями, что минимизирует затраты. Это позволит сократить количество текстильных отходов, а также обеспечит концепцию повторного использования и продления жизни продукции.

5. Биотехнологии и компостируемые материалы. Развитие биоинженерии открывает новые возможности для производства биотоваров, которые не сохраняются в природе в течение многих лет в отличие от традиционных пластиковых изделий. Например, такие компании, как Nestle и Coca-Cola, финансируют в разработку изготовления на основе биопластика, который не только эффективно реализует свою функцию, но и полностью разлагается в природной среде. Использование материалов, таких как полилактид (PLA), модифицированный кукурузным крахмалом, позволяет создавать упаковку, которая разлагается в течение нескольких месяцев. Разработка и внедрение таких экологически чистых решений становятся важным шагом на пути к устойчивому производству и потреблению [4].

Сравнительная таблица экономики замкнутого цикла с другими видами экономики

Характеристика	Линейная экономика	Экономика замкнутого цикла	Зеленая экономика	Плановая экономика
Основной принцип	«Бери — используй — выбрасывай»	Повторное использование, переработка	Экологически чистое производство	Централизованное управление ресурсами
Отношение к отходам	Генерация большого количества отходов	Минимизация и переработка отходов	Сокращение загрязнений	Контроль за утилизацией
Использование ресурсов	Истощение невозобновляемых ресурсов	Рациональное использование и восстановление	Устойчивое потребление	Государственное распределение
Влияние на окружающую среду	Высокий уровень загрязнения	Снижение негативного воздействия	Экологическая устойчивость	Зависит от политики государства
Экономическая модель	Рыночная, направленная на рост	Устойчивый экономический рост	Баланс между экономикой и экологией	Государственное регулирование

С точки зрения экономической модели линейная экономика ориентирована на быстрый рост, но не учитывает долгосрочные последствия.

Экономика замкнутого цикла обеспечивает устойчивый рост, зеленая экономика балансирует между экономикой и экологией, а плановая экономика зависит от эффективности государственного регулирования.

ЭЗЦ получает наивысшие характеристики за минимизацию отходов, рациональное использование ресурсов и снижение вреда окружающей среде. Зеленая экономика близка к ней, но больше ориентирована на чистые технологии. Линейная экономика демонстрирует наихудшие результаты, так как в долгосрочной перспективе ведет к истощению ресурсов и загрязнению. Плановая экономика имеет потенциал, но её эффективность зависит от качества государственного управления [2].

Перспективы экономики замкнутого цикла

1. Развитие законодательства. Многие страны вводят меры по стимулированию переработки и сокращению отходов. Евросоюз, например, установил амбициозные цели по снижению пластикового загрязнения и увеличению доли переработанных материалов в промышленности.

2. Инновации и новые технологии. Развитие искусственного интеллекта и робототехники позволяет более эффективно сортировать отходы и улучшать процессы переработки. В будущем можно ожидать появления более совершенных технологий для извлечения ценных ресурсов из отходов.

3. Изменение потребительских привычек. Все больше людей осознают важность ответственного потребления и выбирают экологически чистые товары, поддерживая компании, внедряющие постулаты общественной науки замкнутого цикла.

3. Стимулирование бизнеса. Государственная поддержка, гранты и налоговые льготы для предприятий, ориентированных на повторное использование ресурсов, могут помочь ускорить переход к устойчивой экономической модели [3].

Таким образом, экономика замкнутого цикла является значимым направлением устойчивого развития, способствующим не только сокращению экологического воздействия, но и созданию новых бизнес-моделей. Внедрение её принципов требует комплексного подхода, включающего инновации, государственное регулирование и изменение потребительских привычек.

Список литературы

1. Экономика замкнутого цикла: укрепляя доверие через оценку соответствия [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.iso.org/ru/insights/circular-economy-building-trust> (дата обращения: 02.02.2025).
2. Что такое экономика замкнутого цикла [Электронный ресурс]. — URL: <https://earthtouches.me/articles/2024/02/22/chto-takoe-jekonomika-zamknutogo-cikla/> (дата обращения: 04.02.2025).

3. Как развивается экономика замкнутого цикла в России [Электронный ресурс]. — URL: <https://musor.moscow/blog/jekonomika-zamknutogo-cikla/> (дата обращения: 04.02.2025).
4. Как в разных отраслях развивают проекты замкнутого цикла [Электронный ресурс]. — URL: <https://rg.ru/2024/03/18/kak-v-raznyh-otrasliah-razvivauiut-proekty-zamknutogo-cikla.html> (дата обращения: 04.02.2025).

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ РИСКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТРАНСПОРТНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Ю. А. Утробина, *обучающийся*, Е. Е. Лагутина, *канд. экон. наук, доцент*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
yulia.02.utrobina@gmail.com

В данной работе рассмотрены факторы риска производственной безопасности на предприятии транспортного машиностроения, проведен их анализ и выявлены наиболее значимые источники опасности, определена степень их воздействия, а также предложены рекомендации по снижению вероятности их возникновения.

Ключевые слова: риск, фактор риска, производственная безопасность.

Актуальность исследования: в современном мире одной из главных задач любого промышленного предприятия является повышение уровня производственной безопасности. С внедрением новых технологий и автоматизации процессов производства на промышленных предприятиях возникают новые виды факторов риска. Важно вовремя выявить их и принять меры по их минимизации. Безопасность человека интересовала ученых с древних времен. В своих трудах Гиппократ и Аристотель описывали условия труда и их влияние на человека. Также исследования, посвященные изучению влияния производственных факторов на организм человека, публиковал академик А. Ф. Измеров. Изучением безопасности жизнедеятельности и факторов риска на предприятии занимаются современники, такие как, Т. И. Белова, Е. Г. Лумисте, Л. А. Ляхова, Г. И. Беляков, В. С. Бурлуцкий, Г. В. Бушнев, С. В. Ефремов, А. С. Мазур, К. Р. Малаян, В. В. Монашков, М. Т. Пелех, Т. В. Украинцева, В. Б. Улыбин, О. А. Хорошилов, И. Г. Янковский [1–3] и ряд других специалистов. Выявление и анализ факторов риска на предприятии позволяют выявить зоны, на которые следует обратить внимание и принять меры для снижения травматизма, повышения эффективности работы предприятия, а также улучшения условий труда для работников.

Цель исследования: проанализировать факторы риска производственной безопасности на предприятии транспортного машиностроения, выявить наиболее значимые, определить степень их воздействия с помощью методов и инструментов, разработать рекомендации по снижению вероятности возникновения.

При производстве сложного технического оборудования сотрудники транспортного машиностроения сталкиваются с различными рисками, влияющими на их здоровье. Риск — это совокупность вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий. Риском также является непосредственно предполагаемое событие, которое может принести ущерб или убыток, по-другому такое событие называют фактором риска. Факторы риска производственной безопасности можно классифицировать на следующие группы: физические факторы — рабочая среда сотрудника, которая может воздействовать на его

здоровье (шум и вибрации, некомфортная температура и влажность воздуха, недостаточная вентиляция); химические факторы — взаимодействие человека с химически опасными веществами; биологические факторы — то, что может спровоцировать увеличение риска развития заболевания; психофизиологические факторы — физические перегрузки, умственное перенапряжение, перенапряжение органов зрения, слуха и т. д.

Методы и инструменты исследования. Предприятию транспортного машиностроения необходимо стремиться к минимизации рисков: от уровня опасности зависит не только жизнь и здоровье сотрудников, но и конкурентоспособность предприятия. Для эффективного управления рисками существуют различные методы, с помощью которых проводят регулярный анализ и оценку возможных угроз. Основными из них являются: SWOT-анализ, диаграмма Исикавы, анализ видов и последствий отказов (FMEA), вероятностный метод оценки факторов риска, метод матрицы рисков, интервью и опросы сотрудников, мониторинг и анализ статистических данных.

Одним из эффективных подходов для анализа факторов риска и управления ими является вероятностный метод оценки. В ходе исследования на предприятии транспортного машиностроения были выявлены потенциальные угрозы на производстве, а также собраны статистические данные о частоте происшествий. На их основе специалисты отдела безопасности и охраны труда предприятия провели экспертную оценку полученных данных по двум направлениям: вероятность возникновения и оценка потенциального воздействия (тяжесть последствий). Общий уровень риска определяется путем умножения вероятности возникновения на оценку тяжести последствий. Чем выше оценка, тем серьезнее фактор риска. Результаты представлены в таблице.

Вероятностный метод оценки факторов риска производственной безопасности на предприятии транспортного машиностроения

Риск	Оценка вероятности возникновения	Оценка тяжести последствий	Общая оценка
Аварии на участке	4	4	16
Контакт с агрессивными веществами	3	4	12
Возникновение пожара	3	5	15
Профессиональное заболевание работника	2	3	6
Поломка или износ оборудования	4	2	8
Отравление сотрудников химическими веществами	2	4	8
Ошибки при работе с оборудованием из-за усталости сотрудника	3	4	12
Травмы сотрудников от движущегося оборудования	3	5	15
Падение тяжелых предметов	2	4	8

Окончание таблицы

Риск	Оценка вероятности возникновения	Оценка тяжести последствий	Общая оценка
Осколки или разлетающиеся части при обработке, шлифовании, сверлении и т. д.	5	3	15
Поражение электричеством	3	4	12
Перегрев или короткое замыкание электрического оборудования	4	4	16
Контакт со взрывоопасными смесями	2	5	10
Постоянное воздействие шумов и вибрации	3	3	9
Риски, связанные с недостаточным освещением и некомфортным микроклиматом	3	2	6
Риски, связанные с психофизиологическим состоянием сотрудника	3	3	9
Риски, связанные с недостаточной квалификацией сотрудников	3	4	12
Риски, связанные с использованием некорректных инструкций	2	4	8
Риски, связанные с невыполнением требований нормативных актов и стандартов в области охраны труда	3	3	9

Из таблицы видно, что наиболее серьезными факторами риска на предприятии транспортного машиностроения являются: аварии на участке; возникновение пожара; травмы сотрудников от движущегося оборудования; осколки и разлетающиеся части при обработке, шлифовании, сверлении и т. д.; перегрев или короткое замыкание электрического оборудования — они имеют самую высокую оценку. По полученным результатам разрабатываются и внедряются меры по минимизации рисков. Далее проводится регулярный мониторинг принятых мер и, если требуется, коррекция.

Практическая и (или) теоретическая значимость исследования: полученные результаты исследования могут послужить основой для корректировки инструкций, нормативных документов, которые регулируют деятельность предприятия в области охраны труда. Своевременная идентификация всех возможных опасностей позволит минимизировать или полностью предотвратить ситуации, которые могут повлиять на безопасность сотрудников и стабильность производства, что существенно сэкономит ресурсы организации.

Выводы и рекомендации. Для снижения вероятности возникновения опасностей высшему руководству необходимо четко определить обязанности сотрудников, разработать инструкции в области охраны труда, планы действий в чрезвычайных ситуациях. Не менее важным является повышение квалификации сотрудников, а также проведение обучения по технике безопасности. Руководству необходимо обеспечить комфортные и безопасные условия труда, а также положительный психологический микроклимат в коллективе. Для снижения

вероятности поломок и аварий работникам необходимо проводить регулярные проверки оборудования (техническое обслуживание).

В ходе исследования были выявлены и проанализированы факторы риска производственной безопасности на предприятии транспортного машиностроения, выделены наиболее значимые источники опасности, определена степень воздействия и предложены рекомендации для снижения вероятности их возникновения.

Список литературы

1. Белова, Т. И. Безопасность жизнедеятельности на производстве : учеб. пособие для студентов вузов / Т. И. Белова, Е. Г. Лумисте, Л. А. Ляховаю. — Брянск : Изд-во Брянской государственной сельскохозяйственной академии, 2006. — 308 с.
2. Беляков, Г. И. Безопасность жизнедеятельности на производстве (охрана труда) : учебник для вузов / Г. И. Беляков. — Санкт-Петербург: Лань, 2006. — 512 с.
3. Производственная безопасность. Ч. 1. Опасные производственные факторы : учеб. пособие / В. С. Берлуцкий, Г. В. Бушнев, С. В. Ефремов [и др.]; под ред. С. В. Ефремова. — Санкт-Петербург : Изд-во Политехн. ун-та, 2012. — 177 с.

ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ФАКТОРЫ РИСКОВ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

А. Э. Цыренов, А. А. Галичкин

Научные руководители: В. И. Чистякова, *канд. экон. наук, доцент*,

Э. А. Новосёлова, *канд. экон. наук*

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),

г. Новосибирск, Россия

tulasi2023@yandex.ru

Данная статья посвящена анализу рисков организаций потребительской кооперации, проблемам их минимизации и возможностям управления. Цель исследования — рассмотреть наиболее часто встречающиеся риски организаций потребительской кооперации и предложить методы их минимизации. Практическая ценность: методы минимизации были предложены на основании анализа научных источников и изучения практического опыта организаций потребительской кооперации.

Ключевые слова: риски, организации потребительской кооперации, риск-менеджмент.

В современных условиях хозяйствования организации потребительской кооперации осуществляют свою деятельность в условиях риска и неопределенности. Как сложные субъекты хозяйствования, деятельность которых носит многоотраслевой характер, организации потребительской кооперации осуществляют производство товаров, занимаются заготовками и сбытом сельскохозяйственной продукции, организуют торговлю и общественное питание, поэтому оказываются под влиянием разнообразных рисков.

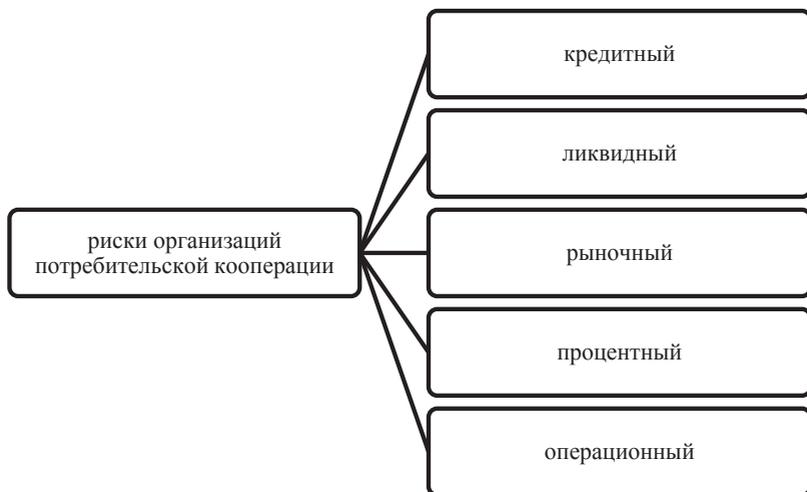
Однако, как в целом по системе потребительской кооперации, так и в отдельных организациях управление рисками осуществляется на недостаточном высоком уровне. Этим обусловлена актуальность темы данного исследования.

Традиционно в экономической литературе под *риском* подразумевают возможную опасность или вероятность потери предприятием части своих ресурсов в результате осуществления производственной и финансово-хозяйственной деятельности [1].

Н. А. Казакова подходит к определению понятия «риск» с точки зрения принятия решения руководителем: «Риск — управленческий выбор для достижения положительных результатов работы деятельности компаний в условиях неопределенности событий...» [2].

Обеспечение максимальной эффективности управления рисками организации является основной целью риск-менеджмента. При этом эффективный риск-менеджмент требует соблюдения следующих принципов: интегрированности, комплексности, адаптированности, динамичности, учета поведенческих и культурных факторов, направленности на непрерывное улучшение [3].

В современных условиях организации потребительской кооперации сталкиваются со многими рисками (рисунок).



Риски, характерные для организаций потребительской кооперации

Одной из основных групп рисков являются финансовые. Организации потребительской кооперации подвержены кредитным рискам, так как, если кооператив берет кредиты для финансирования своей деятельности, то его способность погашать долги может быть под угрозой. Накапливающаяся дебиторская задолженность со стороны покупателей приводит к кассовым разрывам.

При этом сами организации потребительской кооперации зачастую страдают от недостатка денежных средств для выполнения текущих обязательств в связи с сезонным характером работы. Риск ликвидности влечет за собой ограничение возможности при закупке товаров и услуг.

Из-за изменений в процентных ставках возникает процентный риск. Для потребительских кооперативов это приводит к таким последствиям, как увеличение расходов на обслуживание долга по кредитам и снижение доходности вложений.

Возможным решением данных проблем может стать введение строгой системы кредитования и мониторинга платежеспособности клиентов, создание резервного фонда для покрытия возможных убытков.

Также необходимо учитывать такие операционные риски, как риск человеческого фактора, связанный с недостатком квалификации и мотивации сотрудников; технологический риск, связанный с различными сбоями в работе оборудования. Для минимизации данных рисков необходимо внедрять современные технологии управления на базе информационных технологий, постоянно развивать и обучать персонал, создавать привлекательные условия труда для привлечения грамотных специалистов, оптимизировать все внутренние процессы.

Появление на рынке крупных сетей привело к тому, что организациям потребительской кооперации стало трудно и почти невозможно конкурировать с ними в ценовом и ассортиментном показателе. Следовательно, в операционной деятельности организаций потребительской кооперации необходимо учитывать рыночный риск, который приводит к потерям из-за неблагоприятных рыночных изменений. Колебания цен приводят к снижению маржи и увеличению затрат, а появление крупных игроков на рынке негативно сказывается на продажах.

Возможным решением проблемы конкурентоспособности может стать разработка уникальных предложений и программ лояльности на базе регулярных исследований потребительских предпочтений, адаптации ассортимента под текущие тренды.

Все эти факторы указывают на необходимость создания структуры риск-менеджмента соразмерно выявленным факторам. Только обладая созданной структурой риск-менеджмента, организации потребительской кооперации смогут своевременно обнаруживать проявление рискованных ситуаций и проводить те или иные меры по снижению их негативного воздействия.

Процесс управления рисками должен осуществляться в четыре этапа:

- постановка задачи;
- оценка риска, подразделяющаяся на оценивание и анализ риска;
- обработка риска;
- мониторинг и корректировка [4].

Задачи управления рисками должны быть направлены на создание системы управления. Она должна характеризоваться требованиями и ограничениями в своем функционировании.

Оценивание рисков представляет собой процесс ранжирования рисков на основе критериев, которые значимы именно для рассматриваемого предприятия. При этом необходимо максимально полно охватить все возможные риски. На этапе обработки рисков осуществляются меры по их снижению. Однако следует помнить, что никакая система не способна продуктивно функционировать без эффективного процесса мониторинга, представляющего собой постоянный контроль и анализ процесса управления рисками на предприятии.

Высшее руководство всегда должно быть готово к корректировке системы управления рисками на своем предприятии, потому что условия функционирования компании постоянно изменяются в силу факторов внешней и внутренней среды организации [5].

Список литературы

1. Чикурова, С. С. Внутренний аудит рисков формирования оценочных резервов и обязательств в коммерческих организациях : дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.12 / Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. — Москва, 2019. — 169 с.

2. Казакова, Н. А. Внутренний аудит оценочных резервов и обязательств как метод диагностики корпоративных рисков : монография / Н. А. Казакова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 184 с.
3. Фомичев, А. Н. Исследование систем управления / А. Н. Фомичев. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2014. — 348 с.
4. Алексеева, Н. В. Совершенствование управления рисками в деятельности организаций потребительской кооперации: автореф. ... канд. эконом. наук : 08.00.05 / Чебоксарский кооперативный институт (филиал) АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации». — Чебоксары, 2007. — 25 с.
5. Бакарасов, Е. О. Управление рисками в организациях потребительской кооперации / Е. О. Бакарасов // Климатическая политика и низкоуглеродная экономика. Менеджмент. Социология. Экономика : материалы 61-й Международной научной студенческой конференции, Новосибирск, 17–26 апреля 2023 года. — Новосибирск : Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2023. — С. 111–112.

МЕТОДОЛОГИЯ AGILE В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ: ГИБКОСТЬ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА

А. А. Чайкин

Научный руководитель: А. С. Соловецкий, *старший преподаватель*
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
(СибГУТИ), г. Новосибирск, Россия
solovetski@sibsutis.ru

В данной работе проведен анализ Agile-стратегии: ожидания и реальные результаты. Представлены консервативные методы управления проектами, треугольник управления и пример внедрения Agile в процессы компании.

Ключевые слова: Agile, итерация, этап, управление проектом, модель, издержки, методология, бюджет.

Введение. Современные условия ведения бизнеса требуют перед созданием новых вызовов: динамично меняющаяся рыночная среда, необходимость быстрого принятия решений и умение адаптироваться к изменениям. Классические подходы к стратегическому управлению зачастую оказываются недостаточно гибкими в условиях неопределенности и быстрого изменения внешней среды. В ответ на эти вызовы была разработана методология Agile, которая с успехом применяется не только в управлении проектами в ИТ-сфере, но и в стратегическом управлении.

Консервативные методы управления проектами. Каскадная модель — это линейный подход, при котором стадия проекта строго зафиксирована. Работы идут поэтапно, и каждый этап должен закончиться перед началом следующего. Преимуществом каскадной модели является то, что это простой и понятный процесс, в котором достаточно легко планировать и прогнозировать ресурсы. Недостатки этого метода управления: в конце часто получают не то, что нужно, — позднее тестирование; срыв сроков и дефицит бюджета; коррективная первоначального замысла.

Инкрементальная модель — модель, в которой проект разбивается на несколько частей (инкрементов), которые реализуются поэтапно. В конце каждый инкремент сдаётся заказчику по мере своей готовности. Этот подход к ведению проекта отличается от каскадного, ведь в нём предусматривается возможность контроля каждого этапа, а также более быстрая доставка работоспособной части продукта заказчику. Главным недостатком инкрементального метода является то, что доработка в одной итерации требует изменений во всех остальных, что занимает много времени и может сильно сдвигать сроки проекта.

Итерационная методология управления проектом не требует для начала полной спецификации требований. Вместо этого создание начинается с реализации части функционала, становящейся базой для определения дальнейших требований. Версия может быть неидеальна, главное, чтобы она работала. Понимая

конечную цель, мы стремимся к ней так, чтобы каждый шаг был результативен, а каждая версия работоспособна. При итеративной работе с проектом получается улучшать продукт, собирая обратную связь с заказчика на каждой итерации, и с каждой последующей проект всё больше соответствует ожиданиям и пожеланиям клиента. Минусами такого управления проектами могут стать проблемы с прогнозируемостью сроков и бюджета [1].

Что такое Agile. Agile — это подход к управлению проектами, основанный на гибком управлении процессами и постоянном привлечении клиентов. Он отличается высокой гибкостью и быстрой адаптацией к изменениям. В отличие от традиционных моделей, где изменения в проекте могут быть сложными и дорогостоящими, Agile позволяет минимизировать эти риски, вовлекая всех участников в процесс и обеспечивая прозрачность и постоянную обратную связь (рис. 1). В нём выделяют 4 ценности: люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов; рабочий продукт важнее исчерпывающей документации; сотрудничество с клиентом важнее согласования условий контракта; реагирование на изменения важнее следования первоначальному плану.

Agile — это не только методология, но и философия, охватывающая гибкость, адаптивность и инновационное мышление. Процесс работы включает в себя итерации, которые, как правило, занимают от 2 до 4 недель. Такие итерации называют спринтами (англ. Sprint). Каждая итерация включает в себя планирование, разработку, тестирование и ретроспективу. Эти циклы позволяют на каждом этапе проверять результаты и адаптироваться к условиям клиента. Важным фактором является работа команды с обратной связью, которая помогает в корректировке и улучшении процесса [2].

Треугольник управления проектом. Треугольник управления проектом состоит из трех факторов:

- объем работ. Определяется, что нужно сделать в рамках проекта;
- бюджет. Оценивается, сколько ресурсов необходимо для реализации проекта;
- срок. Определяется, сколько времени потребуется для реализации проекта.

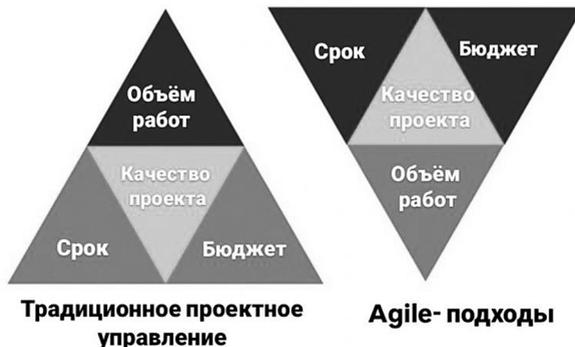


Рис. 1. Сравнение проектных треугольников agile-подходов и традиционных

В традиционных подходах (например, в каскадном) треугольник жестко фиксируется. Любое изменение одного из факторов неизбежно будет привлекать к себе изменения в других аспектах. В Agile же все эти элементы являются гибкими и могут быть адаптированы по мере необходимости. Это позволяет значительно повысить эффективность управления проектами [3].

Треугольник в Agile допускает, что заказчик не получит оговорённое содержание в заданные сроки и бюджет. Но при этом команда сделает всё возможное, чтобы принести ценность и удовлетворить конечного пользователя.

Пример внедрения Agile в процессы компании. «Сбер», партнер банка России, внедрил Agile в стратегическое управление с 2018 года. В рамках трансформации банк создал «гибкие офисы», где команды работают по принципам Agile. Это способствовало развитию разработки цифровых сервисов, таких как SberPay и SberMarket.

Результаты внедрения Agile в «Сбер» (рис. 2):

- 1) увеличение доли цифровых клиентов с 55 % в 2018 году до 80 % в 2023 году;
- 2) рост времени отклика на изменения клиентских предпочтений на 40 %;
- 3) по данным самой компании, Agile позволил сократить издержки на 15 % за счет оптимизации процессов.



Рис. 2. Анализ Agile-стратегии: ожидания и реальные результаты.

Наиболее оправданные ожидания от Agile связаны с управлением меняющимися приоритетами, прозрачностью и управлением распределёнными командами — в этих категориях реальные выгоды даже превзошли ожидания. Ожидания по согласованности бизнеса и ИТ в целом совпали с результатами. Однако ключевая цель — повышение качества продуктов — оказалась самой недостижимой. Это показывает, что Agile действительно помогает гибко адаптироваться к изменениям и улучшает процессы, но не всегда ведёт к значительному росту качества продукта [5].

Заключение. В условиях цифровизации и глобализации успешное управление невозможно без способности быстро реагировать на изменения. Техники, применяющие Agile, добиваются улучшений не только в скорости принятия решений, но и в эффективности стратегий. По данным исследования Deloitte,

94 % руководителей считают, что его внедрение помогает их компаниям быть более конкурентоспособными. Также 60 % организаций, внедривших Agile, отметили рост прибыли в течение двух лет после его развития.

Список литературы

1. Итерационная методология управления проекта [Электронный ресурс]. — URL: <https://tenchat.ru/media/1663053-iteratsionnaya-i-inkrementnyye-modeli-upravleniya-proyektami> (дата обращения: 02.02.2025).
2. Что такое методология Agile? [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.atlassian.com/ru/agile> (дата обращения: 04.02.2025).
3. Зачем применять треугольную модель в проектном управлении и как она работает в разных сферах [Электронный ресурс]. — URL: <https://weeek.net/ru/blog/project-management-triangle> (дата обращения: 04.02.2025).
4. Agile с приставкой «Сбер» [Электронный ресурс]. — URL: <https://rabota.sber.ru/agile-s-pristavkoj-sber-kak-sbergile-menyaet-podhod-k-sozdaniyu-produktov/> (дата обращения: 04.02.2025).
5. Agile: что это такое и как работает гибкое управление проектами в бизнесе [Электронный ресурс]. — URL: <https://sber.pro/publication/agile-chto-eto-takoe-i-kak-rabotaet-gibkoe-upravlenie-proektami-v-biznese/> (дата обращения: 04.02.2025).

**«ЦИФРОВОЕ РАБСТВО» КАК РЕАЛЬНАЯ УГРОЗА
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ**

А. Р. Андреева, А. М. Волкова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
annvolkova05@mail.ru

В данной работе проведен анализ «цифрового рабства» как реальная угроза экономической безопасности России. Даны различные прогнозы и варианты развития экономических событий.

Ключевые слова: цифровое рабство, экономическая безопасность, реальная угроза, защита, экономика.

Актуальность исследования. В последние десятилетия мир переживает стремительные изменения, вызванные развитием цифровых технологий. Интернет, алгоритмы, большие данные и другие инновации уже стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей по всему миру, в том числе и в России. Однако вместе с положительными аспектами, такими как упрощение доступа к информации и улучшение качества жизни, возникают и серьезные риски. Одним из наиболее тревожных явлений современности является так называемое «цифровое рабство». Данная проблема представляет собой серьезную угрозу не только личной свободе, но и экономической безопасности России [1].

Цель исследования — рассмотреть понятие «цифровое рабство», его влияние на экономику и бизнес-процессы как угрозы национальной безопасности страны.

Методы и инструменты исследования: экспертная оценка.

Цифровое рабство охватывает множество аспектов, начиная от зависимости людей от технологий и заканчивая эксплуатацией данных для манипуляции личными интересами. В первую очередь, к цифровому рабству можно отнести чрезмерное использование технологий, которое приводит к утрате контроля над личной информацией. Это явление можно наблюдать как зависимость от социальных сетей, мессенджеров и других платформ, где пользователи добровольно делятся своими данными, не осознавая их реальной ценности и последствий (рис. 1).

Еще одним важным аспектом цифрового рабства является работа платформ на основе алгоритмов, позволяющих манипулировать мнениями и предпочтениями пользователей. Используя Big Data, компании могут анализировать поведение аудитории и предоставлять специально подобранный контент, что порождает зависимость, которая может перерасти в зависимость от технологий.

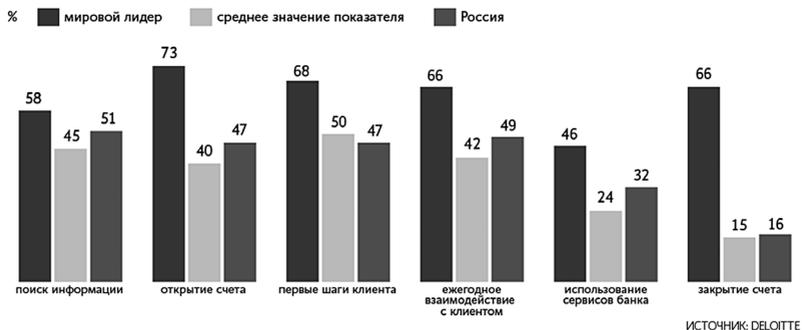


Рис. 1. Индекс цифровизации банков по этапам клиентского пути

В целом ситуация может рассматриваться как форма современной эксплуатации, когда пользователи становятся «рабами» своих устройств, теряя способность самостоятельно принимать решения. Это явление может негативно сказаться на производительности труда, уровню креативности и общей экономической активности населения.

Практическая и теоретическая значимость исследования. Экономическая безопасность страны — это устойчивость ее экономики к внешним и внутренним угрозам. Цифровое рабство и зависимость от технологий могут иметь множество негативных последствий (рис. 2), непосредственно влияющих на экономическую безопасность России [6].

Во-первых, высокая степень зависимости от зарубежных технологий и облачных платформ делает страну уязвимой к внешним санкциям и вмешательству [4]. В случае ограничения доступа к определенным цифровым сервисам Россия окажется в сложной ситуации, что может существенно повлиять на бизнес и экономическую деятельность. Государству будет непросто перейти на внутренние решения в случае, если бизнес-процессы были выстроены в зависимости от определенных иностранных технологий.

Во-вторых, цифровое рабство может привести к падению производительности труда. Если работники чрезмерно отвлекаются на использование технологий или становятся зависимыми от социальных медиа, это может отразиться на их работоспособности. Снижение уровня вовлеченности в рабочие процессы прямо влияет на производительность, что, в свою очередь, может обернуться экономическими убытками для компаний и страны в целом.

В-третьих, потеря контроля над персональными данными создает угрозу для защиты налоговых платежей и обмана с использованием компрометирующей информации. Мошеннические схемы, основанные на утечках данных, достаточно распространены, а значит, потеря финансовых ресурсов становится реальной угрозой. Цифровое рабство при этом делает людей более подверженными влиянию манипуляций.



Рис. 2. Угрозы экономической безопасности [5]

Выводы и рекомендации. Чтобы минимизировать угрозу цифрового рабства и защитить экономическую безопасность России, необходимо провести комплексные меры. В первую очередь важно создать и внедрить системы, которые обеспечивают защиту данных пользователей и предотвращают их несанкционированное использование. Разработка законодательных инициатив, направленных на защиту частной жизни и информации, должна стать приоритетом для правительства.

Кроме того, необходимо вести широкомасштабную кампанию по повышению уровня цифровой грамотности среди населения. Опросы показывают, что многие пользователи не полностью осознают риски, связанные с использованием технологий, что ставит их под угрозу. Понимание механизмов работы современных цифровых платформ может помочь людям избегать ловушек, связанных с цифровым рабством, и снизить общую зависимость от технологических решений.

Формирование ответственного подхода к использованию технологий и информации должно стать важной частью образовательной политики страны. Это включает в себя не только обучение основам работы с интернетом, но и критическому мышлению, которое позволит людям правильно оценивать информацию и принимать осознанные решения [2].

Цифровое рабство — это не просто «трендовое» словосочетание, а реальная угроза, которая может серьезно повлиять на экономическую безопасность России. Необходимость понимания и противодействия этому феномену становится

все более актуальной в условиях современного мира. Для поддержания стабильной экономики и защиты личных данных требуется комплексный подход, включающий законодательные меры, образовательные инициативы и повышение уровня цифровой грамотности. Только так можно создать безопасное цифровое пространство, которое будет способствовать развитию экономики и социальной стабильности в России.

Список литературы

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы : Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>.
2. Бабкин, А. В. Цифровая экономика и развитие инновационно-активных промышленных кластеров / А. В. Бабкин // Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития: труды научн.-практ. конф. с междунар. участием; под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. — Санкт-Петербург : Изд-во Политехн. ун-та, 2018. — С. 175–190.
3. Дыхова, А. Л. Угрозы экономической безопасности организаций в условиях цифровой трансформации экономики / А. Л. Дыхова, Н. А. Волчкова, Е. Г. Волосова // Проблемы научно-практической деятельности. Поиск и выбор инновационных решений : сборник статей Международной научно-практической конференции. — Уфа, МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2021. — С. 131–135.
4. Евтянова, Д. В. Критерии создания цифровых платформ управления экономикой / Д. В. Евтянова // Экономические системы. — 2008. — Т. 10, № 3 (38). — С. 54–57.
5. Коновалова, В. Г. Обратная сторона медали: социальные и этические проблемы внедрения цифровых технологий / В. Г. Коновалова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2019. — № 1 (40). — С. 61–67.
6. Скляр, М. А. Цифровизация: основные направления, преимущества и риски / М. А. Скляр, К. В. Кудрявцева // Экономическое возрождение России. — 2019. — № 3 (61). — С. 103–113.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

А. А. Веселовский

Научный руководитель: М. К. Черняков, *д-р экон. наук, профессор*
Новосибирский государственный технический университет (НГТУ),
г. Новосибирск, Россия

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
mkacadem@mail.ru

Статья посвящена исследованию интеллектуальных систем поддержки принятия решений (ИСППР) и их роли в современных условиях. Авторы рассматривают ключевые компоненты ИСППР, их применение в различных отраслях и перспективы развития в контексте Industry 4.0.

Ключевые слова: интеллектуальные системы, принятие решений, искусственный интеллект, Industry 4.0, оптимизация процессов.

Интеллектуальные системы поддержки принятия решений (ИСППР) представляют собой важный инструмент для анализа данных и предоставления рекомендаций в условиях сложных и слабоструктурированных задач. Актуальность статьи обусловлена растущим объемом данных и необходимостью их эффективной обработки в условиях неопределенности. ИСППР становятся ключевым инструментом для повышения эффективности управленческих решений в различных отраслях. Основная цель ИСППР — помочь пользователям (руководителям, специалистам, аналитикам) эффективно анализировать данные, выявлять закономерности и выбирать оптимальные стратегии действий.

Цель статьи — рассмотреть современные подходы к разработке и применению ИСППР, а также их роль в оптимизации процессов в условиях Industry 4.0.

Методы и инструменты исследования: анализ научной литературы, описание ключевых компонентов ИСППР (модули управления данными, моделями и пользовательский интерфейс), а также примеры применения систем в промышленности, логистике и энергетике.

Согласно Р. М. Шабанову и Н. А. Микушину [1], ИСППР строятся на основе методов искусственного интеллекта (ИИ), таких как машинное обучение, нейронные сети, экспертные системы и нечеткая логика. Эти технологии позволяют системам не только обрабатывать структурированные данные, но и работать с неопределенностью.

Ключевыми компонентами ИСППР являются:

1. Модуль управления данными: отвечает за сбор, хранение и обработку информации. Этот модуль обеспечивает доступ к данным из различных источников, включая базы данных, датчики и внешние системы.

2. Модуль управления моделями: использует алгоритмы ИИ для анализа данных и генерации рекомендаций. Здесь применяются методы прогнозирования, оптимизации и классификации, которые помогают выявлять скрытые закономерности и предлагать решения.

3. Пользовательский интерфейс: обеспечивает взаимодействие между системой и пользователем. Удобный интерфейс позволяет пользователям формулировать запросы, получать результаты анализа и принимать решения на основе предоставленных рекомендаций.

ИСППР особенно полезны в ситуациях, где требуется обработка больших объемов данных в реальном времени, а также в условиях неопределенности (рис. 1). Например, в промышленности такие системы помогают оптимизировать производственные процессы, прогнозировать спрос и управлять ресурсами. В медицине ИСППР используются для диагностики заболеваний и выбора методов лечения на основе анализа медицинских данных (рис. 2).

Оптимизация производственных процессов	<ul style="list-style-type: none"> ИСППР помогают предприятиям оптимизировать производственные линии, минимизируя простои и снижая затраты на ресурсы
Прогнозирование спроса и управление запасами	<ul style="list-style-type: none"> Используя методы машинного обучения, ИСППР анализируют исторические данные и текущие рыночные тенденции для прогнозирования спроса на продукцию. Это позволяет предприятиям оптимизировать уровни запасов, избегая как избыточного производства, так и дефицита товаров
Контроль качества продукции	<ul style="list-style-type: none"> ИСППР применяются для автоматического контроля качества на производственных линиях. Системы анализируют данные с датчиков и камер, выявляя дефекты продукции на ранних этапах производства. Это позволяет минимизировать брак и повысить удовлетворенность клиентов
Управление энергопотреблением	<ul style="list-style-type: none"> В условиях растущих затрат на энергию ИСППР помогают предприятиям оптимизировать энергопотребление. Системы анализируют данные о потреблении энергии в реальном времени и предлагают решения для снижения затрат, например, путем перераспределения нагрузки или использования альтернативных источников энергии
Интеграция данных и принятие решений в реальном времени	<ul style="list-style-type: none"> Особенно важно в условиях высокой конкуренции, где скорость и точность принятия решений играют критическую роль

Рис. 1. Основные направления применения ИСППР в Industry 4.0 [2]

Умные фабрики	<ul style="list-style-type: none"> • На умных фабриках ИСПП используются для автоматизации процессов, таких как планирование производства, управление оборудованием и контроль качества. • Например, система может автоматически перенастраивать производственную линию в зависимости от текущих заказов и доступных ресурсов
Логистика и цепочки поставок	<ul style="list-style-type: none"> • ИСПП помогают оптимизировать маршруты доставки, управлять запасами и прогнозировать спрос, что снижает затраты и повышает эффективность логистических операций
Энергетика	<ul style="list-style-type: none"> • ИСПП используются для управления распределением энергии, прогнозирования спроса и интеграции возобновляемых источников энергии

Рис. 2. Примеры использования ИСПП в Industry 4.0

Таким образом, ИСПП являются неотъемлемой частью Industry 4.0. Их применение продолжает расширяться, что открывает новые возможности для цифровой трансформации промышленности.

Практическая значимость заключается в демонстрации возможностей ИСПП для оптимизации процессов и снижения затрат. Теоретическая ценность — в систематизации подходов к разработке и применению ИСПП.

Применение ИСПП охватывает различные отрасли от промышленности до медицины и продолжает расширяться благодаря развитию технологий ИИ. Однако важно учитывать этические аспекты и обеспечивать прозрачность алгоритмов, чтобы минимизировать риски и повысить доверие к таким системам.

Список литературы

1. Шабанов, Р. М. Интеллектуальная информационная система поддержки принятия решений / Р. М. Шабанов, Н. А. Микушин // Молодой исследователь Дона. — 2019. — № 4. — С. 91–94.
2. Черняков, М. К. Системы искусственного интеллекта и машинное обучение : монография / М. К. Черняков. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024. — 150 с.

БЕЗОПАСНОСТЬ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ОБЛАЧНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Н. О. Демидов, *обучающийся*, В. В. Лихачев, *канд. техн. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
leehvv@sibupk.su

В данной работе рассматриваются ключевые аспекты безопасности при разработке облачных приложений, угрозы и методы защиты, которые необходимо учитывать на всех этапах разработки и эксплуатации облачных решений. Рассмотрены основные методы обеспечения безопасности при разработке приложений.

Ключевые слова: облачные технологии, безопасность, угрозы, защита информации.

С развитием облачных технологий и их внедрением в практику разработки программного обеспечения безопасность стала одним из важных вопросов при проектировании и эксплуатации облачных приложений. Облачные вычисления предлагают нам гибкость, масштабируемость, доступность и низкие затраты на инфраструктуру. Однако эти преимущества сопряжены с повышенными рисками, связанными с безопасностью данных и их защитой [1].

Целью исследования является изучение комплексного подхода к защите облачных приложений и мер по защите информации при разработке облачных приложений, в том числе и в Российской Федерации.

Облачные приложения из-за своей распределенной структуры требуют особого подхода к безопасности. Данные передаются через интернет, что делает их уязвимыми для различных угроз. Многозадачность и масштабируемость облачных приложений также требуют защиты как пользователей, так и инфраструктуры.

Для защиты облачных приложений важно не только заботиться о сохранности данных, но и учитывать другие важные аспекты, такие как защита сети, управление доступом и мониторинг инцидентов [2]. Всё это должно быть учтено еще на этапе разработки и внедрения приложения, чтобы снизить возможные риски и гарантировать его безопасность.

Первым шагом на пути к защите облачных сервисов становится анализ угроз, с которыми может столкнуться приложение. Только поняв, какие опасности существуют, можно эффективно выстроить стратегию защиты. Основные угрозы безопасности для облачных приложений делят на несколько категорий.

1. Неавторизованный доступ. Это одна из самых серьезных угроз для облачных приложений. Обычно это происходит из-за слабых паролей, незащищенных API или уязвимостей в системах аутентификации.

2. Утечка данных. Ещё одна распространённая проблема, которая может возникнуть при хранении или передаче информации в облаке как в результате внешних атак, так и из-за внутренних ошибок или по неосторожности.

3. DDoS-атаки. Это атаки, при которых злоумышленники перегружают серверы, что может нарушить нормальную работу приложения.

4. Нарушение конфиденциальности и целостности данных. Угроза, когда информация может быть изменена или удалена без ведома пользователя.

5. Вирусы и вредоносные программы. Могут проникнуть в облачные приложения через уязвимости в коде или незащищенные API. Они способны заразить систему, что приведет к потере данных или другим сбоям в работе.

Для снижения рисков безопасности, связанных с облачными приложениями, необходимо применять комплексные меры безопасности [3]. Рассмотрим основные методы, помогающие обеспечить безопасность.

Шифрование данных. Одним из самых надежных способов защиты данных в облаке является их шифрование. Все данные, которые передаются по сети или хранятся на серверах, должны быть зашифрованы современными алгоритмами, такими как AES-256.

Аутентификация и управление доступом. Для защиты доступа к облачным приложениям важно использовать многофакторную аутентификацию, что снижает вероятность взлома учетных записей. Также необходимо грамотно распределять права доступа, предоставляя пользователям минимально необходимые привилегии в зависимости от их ролей.

Мониторинг и анализ безопасности. Постоянный мониторинг в облаке помогает выявлять потенциальные угрозы. Системы мониторинга должны отслеживать действия пользователей и изменения конфигураций, чтобы оперативно реагировать на любые подозрительные активности.

Регулярные обновления. Уязвимости часто возникают из-за использования устаревшего программного обеспечения. Обновление ПО помогает поддерживать безопасность на высоком уровне, закрывая возникающие бреши.

Защита API. В современных облачных сервисах API играют ключевую роль в передаче данных между различными сервисами. Для их защиты необходимо использовать токены для авторизации, ограничение доступа по IP-адресам и шифрование данных, чтобы предотвратить утечки и взлом.

Резервное копирование данных. Регулярное создание резервных копий является важной частью стратегии безопасности. В случае утраты данных или их повреждения резервные копии позволят быстро восстановить информацию и предотвратить значительные потери.

Комплексный подход к защите данных и приложений в облаке помогает снизить риски и обеспечить безопасную работу сервисов. Тем не менее для обеспечения защиты облачных приложений и соответствия законодательным требованиям используются стандарты и нормативные акты. Рассмотрим наиболее важные из них.

Международные стандарты:

ISO/IEC 27001 — это международный стандарт, регулирующий управление информационной безопасностью.

CSA (Cloud Security Alliance) CCM (Cloud Control Matrix) — система управления мерами безопасности для облачных сервисов, основанная на международных стандартах, таких как ISO 27001.

Стандарты и нормативные акты в Российской Федерации:

ФЗ-152 «О персональных данных» — основной закон, регулирующий обработку и защиту персональных данных в России. Облачные провайдеры, работающие с персональными данными, обязаны соблюдать требования этого закона, включая правила хранения, передачи и защиты информации.

Приказ ФСТЭК № 17 — устанавливает требования к защите информации, в том числе данных, обрабатываемых в облачных сервисах.

Приказ ФСТЭК № 21 — регулирует меры защиты персональных данных в зависимости от их уровня значимости и типа информации, включает требования для облачных сервисов, которые работают с персональными данными.

Эти стандарты и нормативные акты играют важную роль в защите данных и помогают облачным сервисам соответствовать требованиям российского законодательства. Хорошим примером безопасной облачной платформы является Selectel, которая включена в реестр российского программного обеспечения. Одним из её компонентов является облако, которое включает облачные серверы и S3-хранилище для размещения систем. Главное отличие такой платформы от других облачных систем заключается в том, что провайдер уже прошел сертификацию и аттестацию, выполняя все необходимые меры безопасности, в том числе и за клиентов.

Облачная инфраструктура Selectel соответствует всем требованиям, установленным приказами Федеральной службы по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК), а также специальным требованиям по защите конфиденциальной информации. В таблице представлены инструменты, которые используются в облаке и S3-хранилище для обеспечения соответствия этим требованиям.

Меры защиты информации в облачной платформе Selectel

Описание решения	Выполняемые меры
Плата доверенной загрузки	Доверенная загрузка и контроль целостности конфигураций
Защита среды виртуализации	Сертифицированные средства защиты виртуальных инфраструктур
Защита от несанкционированного доступа	Сертифицированное средство защиты от несанкционированного доступа
Защита сетей и трафика	Кластер сертифицированных межсетевых экранов и шлюзов шифрования
Защита от вредоносного ПО	Сертифицированный антивирус
Контроль уязвимостей	Сертифицированный сканер безопасности
Мониторинг информационной безопасности	Сертифицированная SIEM-система

Безопасность облачных приложений необходимо отслеживать на всех этапах их создания и использования. Поскольку угрозы постоянно развиваются, нам важно применять современные методы защиты, такие как шифрование данных, многофакторная аутентификация и регулярные обновления программного обеспечения. Выбор правильных инструментов безопасности поможет значительно снизить риски, связанные с утечками данных, взломами и другими угрозами. Таким образом, обеспечение безопасности в облачных приложениях — это не только техническая задача, но и важный фактор, влияющий на доверие пользователей к облачным сервисам.

Список литературы

1. Облачные архитектуры: разработка устойчивых и экономичных облачных приложений / Т. Лащевски, К. Арора, Э. Фарр [и др.]; пер. с англ. А. Павлова. — Санкт-Петербург : Питер, 2022. — 320 с.
2. Аньель, Х. Переход в облако: практическое руководство по организации облачных вычислений для ученых и IT-специалистов / Х. Аньель, Д. Монтес, Х. Р. Иглесиа. — Москва : Альпина PRO, 2022. — 110 с.
3. Информационная безопасность : учебник / М. К. Черняков, К. Ч. Акберов, М. С. Агабабаев [и др]. — Курск, 2023. — 175 с.

НЕЙРОНЕТ: ВОЗМОЖНОСТИ, РИСКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Я. А. Зырянов, *обучающийся*, И. Д. Колдунова, *канд. пед. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
koldid@sibupk.su

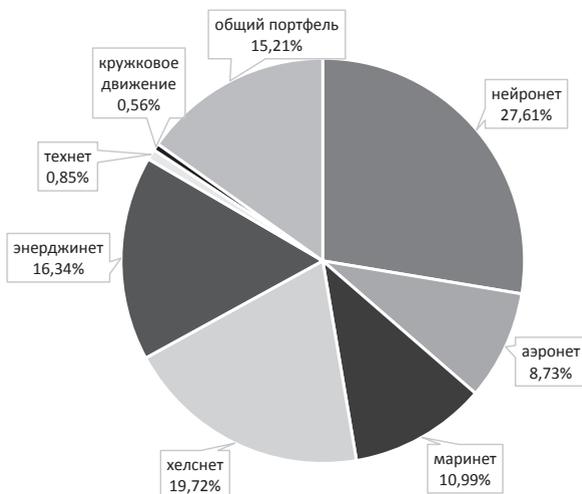
В работе рассмотрен один из приоритетных проектов по достижению глобального технологического лидерства Российской Федерации — Нейронет. Целью данной работы является обзор имеющейся информации о влиянии Нейронета на ключевые сферы жизни, включая образование, медицину и промышленность, и прогнозирование дальнейшего развития в будущем.

Ключевые слова: Нейронет, Национальная технологическая инициатива, нейроинтерфейсы, искусственный интеллект.

Современный мир вступает в эпоху глубоких технологических изменений, которые затрагивают все аспекты человеческой жизни. Проект Нейронет стал логическим продолжением этих процессов, объединяя в себе достижения в области искусственного интеллекта, нейроинтерфейсов, больших данных и биоинженерии. Он ведется в рамках комплексной программы по формированию принципиально новых рынков и созданию условий для глобального технологического лидерства Российской Федерации к 2035 году — Национальной технологической инициативы (НТИ), предложенной правительством в 2016 г. [1]. Как следует из опубликованного в 2024 году отчета, «наблюдается не только рост числа новых приложений и продуктов на основе искусственного интеллекта, но и появление первых комплексных интеллектуальных систем, которые находят применение в самых разнообразных сферах от медицины и образования до промышленности и транспорта» [2, с. 91].

Актуальность исследований данного проекта обусловлена тем, что современные технологии меняют основы человеческой жизни, а Нейронет обещает стать связующим звеном между человеком и искусственным интеллектом. Сложности коллективного взаимодействия, требующие высокой скорости принятия решений и огромных объемов данных, требуют новых подходов. Нейронет отвечает этим вызовам, представляя собой не только технологию, но и новую парадигму коммуникации, которая может кардинально изменить социум и экономику.

Проведем анализ сведений из реестра интеллектуальных прав на результаты интеллектуальной деятельности проектов НТИ, начиная с 2015 г. и актуальных по состоянию на 08.07.2024 г. [3]. Как видно из диаграммы (рисунок), развитие НТИ сконцентрировано на нескольких направлениях, среди которых Нейронет является одним из центральных наряду с направлениями, связанными со здоровьем и энергетикой.



Результаты анализа реестра интеллектуальных прав на результаты интеллектуальной деятельности проектов НТИ

Технологии Нейронета базируются на трёх ключевых элементах.

1. Нейроинтерфейсы. Эти устройства позволяют считывать и передавать сигналы мозга, что открывает возможности для прямого взаимодействия человека и машин. Они могут быть использованы, например, в реабилитации пациентов после инсульта, позволяя управлять протезами или роботами при помощи мыслей.

2. Искусственный интеллект. Искусственный интеллект в Нейронете не только анализирует данные, но и обеспечивает «умное» взаимодействие между участниками.

3. Инфраструктура и протоколы. Для работы Нейронета используются инновационные методы передачи данных:

- мультипротокольные системы: позволяют соединять различные устройства и платформы;

- децентрализованные сети: такие как mesh-топология, где каждый узел может действовать как передатчик и приёмник.

Нейронет — это не просто сеть для передачи данных, а многоуровневая система, где каждое действие сопровождается информацией о контексте, ценности и целях его участников. Например, в медицинских приложениях Нейронет способен объединить данные пациентов, врачей и искусственных агентов, чтобы обеспечить точное и персонализированное лечение. В образовательной сфере он может создавать индивидуальные траектории обучения, учитывающие когнитивные особенности каждого человека.

Нейронет предполагает создание платформы, где информация становится активом, доступным для мгновенной обработки и адаптации.

Однако столь амбициозный проект неизбежно сталкивается с серьёзными вызовами. Одним из центральных вопросов становится защита личной информации в условиях, когда данные о когнитивных и эмоциональных состояниях становятся частью системы. Угроза вторжения в личное пространство может вызвать серьёзное сопротивление как на индивидуальном, так и на государственном уровнях. Другим важным аспектом является потенциальное усиление социального неравенства: доступ к передовым технологиям может оставаться привилегией узкого круга, ограничивая участие широких масс населения в новом технологическом порядке.

Нельзя игнорировать и риски, связанные с автономностью технологий. Сложные нейросети, управляемые коллективным интеллектом, могут выйти из-под контроля, особенно в критически важных областях, таких как национальная безопасность или энергетика. Это вызывает необходимость разработки четких нормативных рамок и международных соглашений, регулирующих использование нейротехнологий.

Нейронет способен стать основой для создания глобальной когнитивной сети, которая изменит не только технологии, но и саму природу человеческого общества. Чтобы проект реализовал свой потенциал, необходимо уделять внимание разработке этических норм, поддержке доступности технологий и созданию условий для их безопасного использования, не вызывая разрушительных последствий для общества.

Таким образом, Нейронет обещает стать мощным инструментом прогресса, но его внедрение потребует от человечества взвешенного подхода, способного уравновесить инновации и социальную стабильность.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 18.04.2016 № 317 в редакции от 29.10.2024 [Электронный ресурс]. — URL: <https://nti2035.ru/documents/Normative/> (дата обращения: 12.02.2025).
2. Мониторинг российского рынка технологий «Нейронет» в 2024 году. Часть II [Электронный ресурс]. — URL: <https://neuronet.expert/analytics> (дата обращения: 13.02.2025).
3. Реестр интеллектуальных прав на результаты интеллектуальной деятельности проектов Национальной технологической инициативы [Электронный ресурс]. — URL: <https://nti2035.ru/upload/%D0%A0%D0%B5%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%20%D0%A0%D0%98%D0%94%2029.07.24.pdf> (дата обращения: 10.02.2025).

ОПТИМИЗАЦИЯ МЕНЮ КОНТРАКТОВ: ЧИСЛЕННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И СИНТЕТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ

Д. Д. Казанина, *обучающийся*, Г. А. Кирилов, *обучающийся*,
Ю. А. Дорофеева, *канд. физ.-мат. наук*
Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I (ПГУПС), г. Санкт-Петербург, Россия
julana2008@yandex.ru

В данной работе представлена разработка методики восстановления отсутствующих данных для проведения численного эксперимента в задаче оптимизации меню контрактов с помощью синтетических данных. Цель исследования: использование метода синтеза данных для восстановления информации по продажам. Результат применения разработанной методики позволяет применять ее для анализа эффективности ценообразования и сегментации потребителей.

Ключевые слова: численное моделирование, синтез данных, скрининг данных, машинное обучение.

В условиях современной цифровой экономики перед нами стоят проблемы, связанные с необходимостью разработки гибких ценовых стратегий и адаптивных контрактных предложений. Теория скрининга и методы построения меню контрактов позволяют учитывать различия в предпочтениях потребителей при наличии асимметричной информации. Однако реальное применение таких моделей осложняется недостаточностью или неполнотой исходных данных, что требует разработки дополнительных методов для их восполнения. Современные технологии синтетической генерации данных предоставляют реальные возможности создания качественных информационных баз, что значительно расширяет потенциальные исследовательские подходы в области оптимизации контрактов [1]. Меню контрактов для продавцов мобильной сети — это задача, связанная в первую очередь с максимизацией прибыли для поставщика мобильной связи. Основная задача здесь — упрощение управления контрактами с клиентами и партнерами, оптимизация процессов продаж и обслуживания, а также обеспечение быстрого доступа к необходимой информации. Основные задачи меню контрактов:

- создание новых контрактов на предоставление услуг связи (например, тарифные планы, дополнительные услуги);
- возможность изменения условий контрактов (например, смена тарифного плана, добавление опций);
- учет изменений в сроках действия и условиях обслуживания;
- уведомления о необходимости продления или изменения условий контрактов;
- визуализация данных для анализа эффективности работы продавцов.

Основной целью данного исследования является восстановление отсутствующих (потерянных) данных для проведения численного моделирования

и нахождение максимальной прибыли для продавца мобильной связи с учетом существующих данных о продажах. В результате анализа данных было установлено, что относительно большая часть данных по продажам за предыдущие периоды времени была утеряна [2, 3]. Необходимо восстановить их с помощью метода синтеза данных в рамках исследования по поиску оптимального решения в задаче меню контрактов.

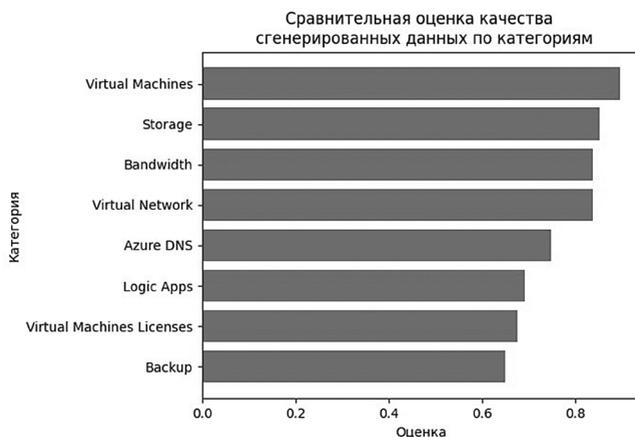
В рамках исследования были поставлены следующие задачи:

- сбор и обработка данных о доходах и расходах по продажам пакетов мобильной связи из открытых источников;
- применение методов синтеза данных для заполнения пробелов в открытой информационной базе;
- проведение перечисленных экспериментов по верификации моделей и выработке стратегий по оптимизации прибыли от продаж.

В работе использовался комплексный подход, объединяющий теоретический анализ и экспериментальные методы. Были использованы инструменты:

- теоретический анализ скрининга и меню контрактов, позволяющий выявить основные факторы, влияющие на поведение потребителей;
- обработка данных, полученных из различных источников (платформа Kaggle, Azure data), с использованием библиотеки Pandas для их анализа и систематизации;
- применение методов синтеза данных (CTGAN, TVAE, Copula GAN и др.) из инструментария SDV, что позволяет расширить распределение и дополнить недостающие сведения [4];
- оценка точности синтезированных данных и их корректность.

В результате работы выработанной методики удалось восстановить данные по продажам пакетов связи мобильных операторов, на рисунке представлен сравнительный анализ точности полученных данных.



Оценка качества восстановленных данных

Из полученных данных видно, что наиболее точным является первый метод, именно он был взят за основу при восстановлении данных (точность полученных результатов 99,995 %).

Представленное исследование имеет как теоретическую, так и практическую значимость. С теоретической точки зрения работа по расширению представлений о применении ограничений скрининга в условиях ограниченности информации и возможностей бизнеса открывает методы синтеза данных в моделировании капиталовложений. Практическая значимость заключается в выработке рекомендаций для компаний в стремлении адаптировать ценовую политику и сегментировать рынок на основе современных аналитических инструментов. Разработанная модель восстановления данных может использоваться для повышения эффективности контрактных предложений, что обеспечивает максимизацию прибыли и сохранение конкурентных позиций на рынке связи.

Выводы. В ходе исследования была разработана методика, позволяющая корректировать меню контрактов с помощью применения теории скрининга и современных методов синтеза данных. В результате можно сформулировать следующие выводы:

— интеграция синтетических данных с реальным повышением качества и полнотой аналитических выводов, что позволяет компенсировать недостаток исходной информации;

— применение алгоритмов CTGAN, TVAE и Copula GAN доказало свою эффективность при моделировании сложных экономических процессов, что обеспечивает их потенциал для использования в прикладных исследованиях;

— разработанная модель адаптивности к различным сегментам рынка, что позволяет использовать ее не только в телекоммуникационном секторе, но и в других отраслях экономики.

Далее планируется продолжить исследования в направлении ведущих методов машинного обучения с экономическими моделями создания более точных прогнозных инструментов, чтобы расширить выборку данных и провести валидацию моделей на отдельных рыночных примерах для повышения ее практической применимости.

Список литературы

1. Коковин, С. Г. Все графы решений многомерного скрининга / С. Г. Коковин, Б. Нахата, Е. В. Желободько // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2011. — № 11. — С. 10–38.
2. Данные по доходам и расходам Azure [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kaggle.com/datasets/rishi2123/organizations-expenses-2023> – 2024.
3. Данные Azure Costs [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kaggle.com/datasets/carrucciu/azure-costs>.
4. SDV: Synthetic Data Vault — инструментарий для синтеза данных [Электронный ресурс]. — URL: <https://sdv.dev>.

НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ПОМОЩНИКИ В ОБРАЗОВАНИИ

Д. Д. Михайлов, *обучающийся*, Н. Б. Тесля, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
enaxion.reales4@gmail.com

В статье исследована роль искусственного интеллекта в образовательном процессе на примере автоматизированной проверки заданий, выполненных обучающимися, и генерации тестов для обучающихся. Рассмотрены традиционные методы, применяемые преподавателями для проверки программного кода, а также инструменты для тестирования. Исследованы возможности доступных нейросетей и даны рекомендации по применению в педагогической практике.

Ключевые слова: образование, искусственный интеллект, нейросеть, автоматизированная проверка, генерация тестовых заданий.

Современные технологии искусственного интеллекта активно внедряются в образовательный процесс, предлагая новые возможности для повышения эффективности преподавания и оценки знаний. Основные направления применения — это создание презентаций, транскрибация записанных аудиолекций, генерация заданий и т. п. При обучении программированию большие временные затраты преподавателя связаны с проверкой программного кода обучающихся, а также с формированием массива тестовых заданий. Это обусловлено возрастающим объемом образовательных программ и необходимостью оперативной и объективной оценки знаний студентов.

Целью работы является выбор нейросетевого инструмента для проверки кода и генерации тестов по программированию. Поэтому необходимо рассмотреть существующие методы проверки заданий обучающихся программированию в вузе, исследовать возможности различных нейросетей и выявить ограничения в применении их в образовании, выполнить тестирование на конкретных примерах.

В настоящее время для проверки программных заданий используют различные среды разработки (IDE), линтеры, статические анализаторы, онлайн-компиляторы, автоматизированные платформы, которые частично автоматизируют процесс проверки кода, но не оценивают логическую корректность решений. Развитие машинного обучения и генеративных моделей делает возможным применить новые подходы к проверке программного кода с использованием нейросетей.

Многие зарубежные нейросетевые решения в настоящее время доступны только с применением VPN. Для проверки кода были протестированы такие нейросети, как Yandex GPT, Сбер Gigachat, DeepSeek [1–3], для которых VPN не нужен. Было выявлено, что они либо ограничены в обработке больших

объёмов кода, либо пока недостаточно обучены, либо вообще могут быть недоступны из-за перегруженности серверов. С разрешенным в России VPN можно применять нейросеть ChatGPT, которая не только работает с большими объёмами данных, но и умеет анализировать код и исправлять ошибки на основе обширной базы данных [4].

В качестве примера проверки кода обучающегося можно сформулировать запрос в ChatGPT следующим образом: «Проверь выполнение задания обучающегося по программированию на языке C#.NET 8.0 в Visual Studio. Задание: обучающемуся нужно написать программу, которая выводит на экран консоли Microsoft Windows введенную с клавиатуры строку. Ответ обучающегося:

```
console. wirteline («Введите строку»);  
string stroka = console. readline ();  
Console. WriteLine (stroka);»
```

В ответ на этот запрос нейросеть исправит ошибки в регистре класса и методов в коде, пояснит, что Console — это класс, а WriteLine и ReadLine — это методы этого класса, которые должны быть написаны с заглавной буквы согласно правилам написания на языке C#.

Удобные инструменты для организации учебного процесса предоставляет платформа Microsoft SharePoint. Для проверки заданий обучающихся в Сибирском университете потребительской кооперации эффективно используются электронные кабинеты, в которых преподаватели могут загружать задания, проверять их и вести переписку со студентами.

Для автоматизированного создания тестов преподаватели часто используют сервис Microsoft Forms, который позволяет создавать анкеты и тесты с различными типами вопросов, а также автоматически собирать и анализировать результаты, а также аналогичную платформу Google Forms. Однако эти платформы подразумевают заполнение форм уже готовыми тестами, разработанными преподавателем самостоятельно.

Для автоматизированного создания тестов хорошие результаты показали несколько нейросетей. Например, высокой точностью и широкими возможностями для генерации учебных материалов обладает ChatGPT, который может создавать тесты с различными типами вопросов (множественный выбор, верно/неверно, открытые вопросы и др.). Для создания небольших тестов с ограниченным количеством вопросов можно применять Сбер Gigachat. Новая нейросеть Deepseek пока имеет ограниченные возможности, но быстро развивается. Тесты от Yandex GPT, использующей интернет-источники, требуют внимательной проверки.

Приведем пример запроса к ChatGPT для создания теста по программированию: «Напиши тест на тему «Методы C#» из трех вопросов с выбором одного правильного ответа». Ответ нейросети представлен на рисунке. Видно, что ChatGPT может эффективно создавать тесты с одним выбором ответа, помечая правильный вариант. Конечно, это не исключает необходимости проверки правильности сгенерированного теста и возможности расширения вариантов ответа.

1. Какой ключевой оператор используется для создания метода в C#?
 - a) `method`
 - b) `function`
 - c) `void`
2. Как передать параметр в метод по ссылке?
 - a) `ref`
 - b) `out`
 - c) `var`
3. Какой модификатор доступа делает метод доступным только внутри класса?
 - a) `private`
 - b) `public`
 - c) `internal`

Создание теста с помощью нейросети

При автоматизированной проверке заданий и генерации учебных материалов стоит помнить о недостатках использования нейросетей: об ограничении объема обрабатываемой информации, об отсутствии постоянной памяти, о возможности логических ошибок и некорректных ответов, а также не загружать в нейросети конфиденциальные данные. Кроме того, пока нет единого мнения о том, стоит ли доверять составление учебных материалов нейросетям.

Относительно качества ответов ChatGPT на вопросы вида «получить код решения подзадачи» на выбранном языке программирования был проведен статистический опрос подгруппы студентов НГТУ факультета АВТФ. Усредненные результаты опроса приведены в таблице, где верхняя строка таблицы соответствует качеству ответов ChatGPT по пятибалльной шкале, а нижняя строка соответствует проценту случаев, соответствующих этой оценке.

Результаты опроса студентов, использующих нейросеть

Оценка качества отчета ChatGPT	2	3	4	5
Процент случаев, соответствующих оценке	25	30	25	20

Из таблицы видно, что идеальных ответов всего 20 %, количество ответов, которые в том или ином виде оказываются полезными (оценки 3, 4, 5), составляет 75 %. По этим данным косвенно можно оценивать уровень эффективности нейросети в задачах проверки кода, как 75 % работы, выполненной на оценку не ниже «удовлетворительно» для дисциплин, связанных с обучением программированию. С этой точки зрения видно, что ценность проверки кода скорее будет в выявлении ошибок, а отчет о правильно решенной задаче не дает 100%-й гарантии.

Таким образом, внедрение искусственного интеллекта в образовательный процесс снижает нагрузку на преподавателей и повышает объективность оценки

знаний. Однако важно учитывать ограничения нейросетей, ошибки анализа и вопросы безопасности данных. Рекомендуется использовать ChatGPT для проверки кода и генерации тестов, а при отсутствии «белого» VPN могут подойти DeepSeek или Сбер GigaChat.

Список литературы

1. YandexGPT [Электронный ресурс]. — URL: <https://ya.ru/ai/gpt-4/> (дата обращения: 11.02.2025).
2. GigaChat [Электронный ресурс]. — URL: <https://giga.chat/> (дата обращения: 12.02.2025).
3. DeepSeek [Электронный ресурс]. — URL: <https://deepseek.com> (дата обращения: 10.02.2025).
4. ChatGPT [Электронный ресурс]. — URL: <https://chatgpt.com/c/67a2066e-fbf0-8013-8430-8c8b2e781765> (дата обращения: 13.02.2025).
5. Гребенюк Е. В. Искусственный интеллект в образовании: возможности, методы и рекомендации для педагогов : учебно-практическое пособие / Е. В. Гребенюк [и др.]. — Москва : РИОР, 2025. — 99 с.

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ВЫЧИСЛЕНИЯ РАССТОЯНИЙ МЕЖДУ НАНОЧАСТИЦАМИ ДЛЯ РАСЧЁТА ПРИЗНАКОВ СТРУКТУРИРОВАННОСТИ ИХ РАСПОЛОЖЕНИЯ НА СЭМ-ИЗОБРАЖЕНИИ

В. С. Павлова, М. Ю. Курбаков

Научный руководитель: В. В. Сулимова, *канд. физ.-мат. наук*

Тульский государственный университет (ТулГУ),

г. Тула, Россия

pawlova12@yandex.ru

В статье предложена схема параллельных вычислений для ускорения расчёта расстояний между наночастицами и последующего анализа структурированности их расположения на изображениях, полученных с помощью сканирующего электронного микроскопа (СЭМ). Разработанный алгоритм, реализованный на языке программирования Python, позволяет значительно сократить время вычисления матрицы расстояний между наночастицами и, как следствие, повысить эффективность вычисления признаков структурированности для выявления скрытых дефектов на поверхности углеродных материалов. Результаты исследования предложенного алгоритма демонстрируют его высокую эффективность и ускорение, близкое к линейному, при обработке СЭМ-изображений с большим количеством наночастиц.

Ключевые слова: анализ изображений, СЭМ-изображения, структурированность расположения наночастиц, параллельные вычисления, Python.

Углеродные материалы широко применяются в различных областях промышленности, в частности, в электронике, сенсорике и катализе. Химические свойства углеродных материалов в значительной степени определяются структурой их поверхности. Для анализа особенностей поверхности материалов применяется подход, основная идея которого заключается в напылении металлических наночастиц палладия на поверхность образца и фиксации их изображения на снимке со сканирующего электронного микроскопа (СЭМ-изображении). Согласно исследованиям, приведённым в работе [1], появление закономерностей во взаимном расположении наночастиц (структурированности) позволяет судить о наличии скрытых дефектов и особенностях поверхностей, которые не могут быть обнаружены с помощью иных подходов, как показано на рис. 1.



Рис. 1. Иллюстрация идеи анализа качества поверхности материала на основе структурированного расположения наночастиц

В области современных нанотехнологий активно применяются методы интеллектуального анализа, моделирования и машинного обучения, однако анализ изображений, полученных с помощью электронной микроскопии, всё ещё представляет собой нетривиальную ресурсоёмкую задачу. В работе [2] были предложены признаки структурированности, которые могут позволить достоверно интерпретировать процессы, лежащие в основе каталитических реакций, однако для исследования хотя бы одного образца материала может формироваться несколько сотен или даже тысяч СЭМ-изображений, поэтому повышение эффективности их анализа является важной задачей. Предложенная в [2] методика анализа взаимного расположения наночастиц позволяет получать информацию об их положении в виде матрицы расстояний между наночастицами. Данная информация используется для расчёта характеристик структурированности, однако на данный момент не предложено эффективной реализации этапа расчёта матрицы расстояний. Это существенно ограничивает и затрудняет процесс анализа образцов.

Для решения этой проблемы в рамках данной работы разработана схема параллельных вычислений матрицы расстояний между наночастицами, представленная на рис. 2. Детальное описание отдельных шагов, указанных на рис. 2, приведено в работе [2].

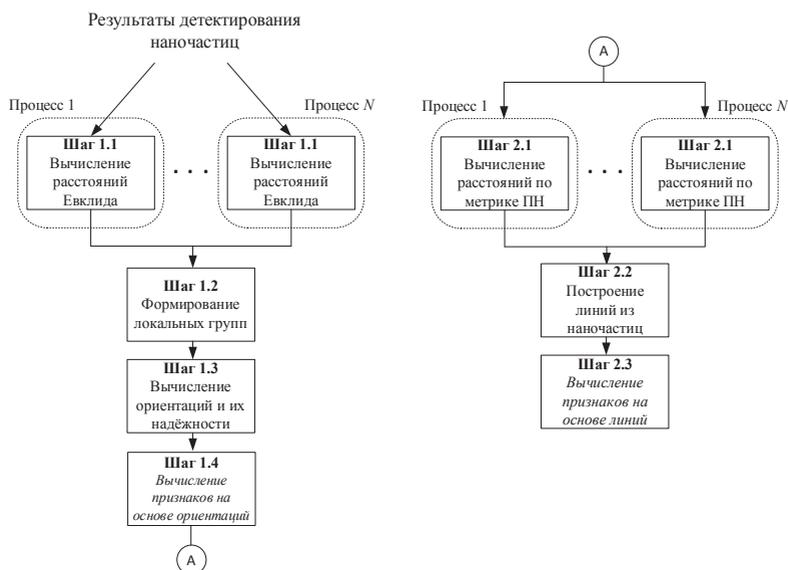


Рис. 2. Схема параллельного алгоритма вычисления матриц расстояний и признаков структурированности

Реализация предложенной схемы параллельных вычислений выполнена на языке программирования Python, поскольку он ранее использовался для реализации последовательной версии алгоритма расчёта признаков структурированности.

В рамках экспериментального исследования был использован открытый набор данных [3], содержащий 750 изображений со структурированным расположением частиц и 250 изображений с неструктурированным расположением. Исследование эффективности и ускорения предложенной параллельной программной реализации алгоритма вычисления матриц расстояний между наночастицами осуществлялось на вычислительном комплексе «Ломоносов-2» [4]. Результаты экспериментов демонстрируют квазилинейное ускорение при увеличении числа процессов и значение эффективности, близкое к максимальному, что говорит о высокой производительности предложенной реализации. Это позволяет значительно сократить временные затраты на прикладные исследования, связанные с анализом структурированности расположения наночастиц, зафиксированных на СЭМ-изображениях.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования РФ в рамках государственного задания FEWG-2024–0001 с использованием оборудования Центра коллективного пользования сверхвысокопроизводительными вычислительными ресурсами МГУ им. М. В. Ломоносова [4].

Список литературы

1. Spatial Imaging of Carbon Reactivity Centers in Pd/C Catalytic Systems / E. O. Pentsak, A. S. Kashin, M. V. Polynski [et al.] // Chem. Sci. — 2015. — Vol. 6. — P. 3302–3313.
2. Determining the orderliness of carbon materials with nanoparticle imaging and explainable machine learning / M. Yu. Kurbakov, V. V. Sulimova, A. V. Kopylov [et al.] // Nanoscale. — 2024. — Vol. 16, no. 28. — P. 13663–13676. — DOI 10.1039/d4nr00952e.
3. Electron microscopy dataset for the recognition of nanoscale ordering effects and location of nanoparticles / D. A. Boiko, E. O. Pentsak, V. A. Cherepanova, V. P. Ananikov // Scientific Data. — 2020. — Vol. 7, no. 1. — P. 101. — DOI 10.1038/s41597-020-0439-1.
4. Supercomputer Lomonosov-2: Large Scale, Deep Monitoring and Fine Analytics for the User Community / V. V. Voevodin, A. S. Antonov, D. A. Nikitenko [et al.] // Supercomputing Frontiers and Innovations. — 2019. — Vol. 6, no. 2. — P. 4–11. — DOI 10.14529/jsfi190201.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗРАБОТКИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА

Е. М. Рахманина, *обучающийся*, А. Т. Пичугин, *обучающийся*,
А. Н. Сапожников, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
alexnsk@ya.ru

Статья посвящена необходимости разработки специализированного программного обеспечения для предприятий зернопродуктового подкомплекса, обеспечивающего комплексную цифровизацию всех процессов. Внедрение данных технологий поможет повысить эффективность работы предприятий, улучшить качество продукции и достичь их соответствия международным экологическим стандартам.

Ключевые слова: зернопродуктовый подкомплекс, цифровизация, программное обеспечение, методология разработки программного обеспечения.

Зернопродуктовый подкомплекс является стратегически важной отраслью агропромышленного комплекса, которая обеспечивает производство, переработку, хранение и реализацию зерновых культур. Российская Федерация занимает одно из главных мест на мировом рынке зерна, осуществляя экспорт данного вида продукции в зарубежные страны. Однако, несмотря на высокий потенциал, отрасль сталкивается с рядом сложностей, связанных с логистикой, качеством зерна и процессами управления. Согласно исследованиям, конкурентоспособность подобных предприятий определяется не только объемами производства, но и эффективностью внедрения инновационных технологий на предприятия подкомплекса [1].

Целью настоящего исследования является анализ текущего состояния цифровизации в отрасли, выявление основных проблем и определение перспектив развития специализированного программного обеспечения (далее — ПО), способного удовлетворить потребности зернопродуктового подкомплекса России.

Анализ текущего состояния отрасли. На современном этапе предприятия зернопродуктового подкомплекса испытывают значительные трудности, которые могут препятствовать их дальнейшему развитию и эффективному управлению ресурсами. Среди них можно выделить следующие факторы:

- высокая энергозатратность производств: переработка зерна требует значительных затрат энергоресурсов, что снижает рентабельность отрасли и требует внедрения энергоэффективных технологий;

- ограниченная цифровизация процессов: использование устаревших методов управления приводит к неэффективному использованию ресурсов и отсутствию единой информационной среды, что затрудняет взаимодействие между различными участниками производственной цепочки;

— сложности контроля качества и безопасности: отсутствие автоматизированных систем контроля приводит к значительным потерям продукции при хранении и транспортировке, что негативно сказывается на экономической эффективности предприятий;

— необходимость мониторинга углеродного следа (под углеродным следом понимается выброс парниковых газов, прежде всего диоксида углерода, в процессе производства и транспортировки продукции): новые экологические стандарты требуют контроля выбросов парниковых газов, однако существующие системы не позволяют эффективно отслеживать данный параметр, что создает дополнительные риски для экспорта продукции [2].

Требования к специализированному программному обеспечению. Анализ существующих программных решений показывает, что большинство используемых ERP-систем не учитывают специфики функционирования зернопродуктового подкомплекса и входящих в него предприятий. Под ERP-системами (англ. Enterprise Resource Planning — планирование ресурсов предприятия) понимаются программные решения, объединяющие управление различными бизнес-процессами, такими как логистика, финансы, производство. Они обладают ограниченными аналитическими возможностями, не всегда адаптированы к российским условиям и в настоящее время слабо интегрируются с государственными системами сертификации, подтверждения соответствия и контроля качества и безопасности. Данные факторы приводят к увеличению затрат предприятий и возникновению дополнительных сложностей при их деятельности [3].

Для решения указанных проблем необходимо разработать специализированное программное обеспечение, которое будет способно обеспечивать предприятиям:

- комплексную цифровизацию всех процессов, включая производство, хранение, логистику и контроль качества;
- гибкость и масштабируемость, позволяющих адаптировать систему под различные условия на предприятиях;
- мониторинг экологических показателей, включая учет углеродного следа;
- инструменты аналитики и прогнозирования, использующие методы машинного обучения для оценки рыночных тенденций и оптимизации бизнес-процессов [4].

Функциональность разрабатываемого специализированного программного обеспечения должна включать в себя:

- автоматизированный контроль качества с применением IoT-датчиков для мониторинга состояния зерна, продуктов его переработки, а также параметров технологических процессов в реальном времени;
- оптимизацию логистики за счет построения интеллектуальных маршрутов;
- интеграцию с государственными системами контроля и надзора для упрощения процессов подтверждения соответствия и сертификации, а также обеспечения прозрачности производства.

Термин IoT (англ. *Internet of Things* — Интернет вещей) представляет собой концепцию, в которой технические и цифровые устройства, датчики и технологическое оборудование связаны в единую сеть и обмениваются данными в режиме реального времени.

Методология и процесс разработки. Для эффективного создания программного обеспечения следует применять методологию Agile, обеспечивающую гибкость разработки и возможность адаптации системы под изменяющиеся требования отрасли. Данный подход позволяет разбить процесс на итерационные циклы, что обеспечивает постепенное тестирование функционала и внесение необходимых корректировок. Общая структура методологии Agile представлена на рисунке.



Общая структура методологии Agile

Разработка начинается с детального анализа потребностей предприятий и выявления ключевых проблем, после чего создается архитектура системы с учетом требований к интеграции с внешними платформами и государственными информационными системами.

На следующем этапе производится программирование базовых модулей, включая управление логистикой, контроль качества и прогнозирование рыночных тенденций. Одновременно с этим проводится тестирование системы в различных сценариях эксплуатации для выявления возможных недочетов и их оперативного устранения.

После успешного тестирования программное обеспечение должно пройти пилотное внедрение на ряде предприятий, что позволяет оценить его эффективность в реальных условиях. В процессе пилотного использования выявляются дополнительные требования к функционалу, которые включаются в последующие обновления. Финальным этапом становится масштабирование системы, ее доработка и внедрение на более широком круге предприятий.

Такой подход позволяет не только оперативно реагировать на изменения в отрасли, но и учитывать специфические потребности бизнеса, обеспечивая максимальную адаптацию программного обеспечения к реальным условиям эксплуатации.

Вывод. Разработка специализированного программного обеспечения для зернопродуктового подкомплекса является важным направлением цифровой трансформации отрасли. Внедрение современных технологий позволит повысить прозрачность производственных процессов, сократить издержки, улучшить контроль качества продукции и обеспечить соответствие международным экологическим стандартам.

Таким образом, предприятия получают не только конкурентные преимущества на внутреннем рынке, но и смогут успешно интегрироваться в мировую торговую систему, соответствуя требованиям устойчивого развития.

Список литературы

1. Шевкуненко, М. Ю. Цифровая трансформация АПК РФ в условиях внешних вызовов и угроз / М. Ю. Шевкуненко, Ю. А. Чугаева, Б. Р. Дзетль // Вестник Академии знаний. — 2024. — № 2 (61). — С. 454–459.
2. Амирова, Э. Ф. Экономические методы нивелирования углеродного следа в зернопродуктовом подкомплексе / Э. Ф. Амирова, Б. Г. Зиганшин // Вестник Казанского государственного аграрного университета. — 2022. — Т. 17, № 4 (68). — С. 128–134.
3. Петухова, М. С. Системный подход к прогнозированию научно-технологического развития зернового производства / М. С. Петухова // Экономика сельского хозяйства России. — 2021. — № 1. — С. 11–14.
4. Мизанбекова, С. К. Перспективы использования цифровых и инновационных технологий в управлении конкурентоспособностью предприятий / С. К. Мизанбекова, И. П. Богомолова, Н. М. Шатохина // Техника и технология пищевых производств. — 2020. — Т. 50, № 2. — С. 372–382.

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Е. С. Родичкина

Научный руководитель: М. К. Черняков, *д-р экон. наук, профессор*
Новосибирский государственный технический университет (НГТУ),
г. Новосибирск, Россия

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
mkacadem@mail.ru

В статье рассматриваются проблемы применения машинного обучения в финансовых технологиях. Авторы анализируют различные подходы к использованию методов машинного обучения в финансовом секторе, приводят примеры успешных проектов и выявляют ключевые проблемы, с которыми сталкиваются специалисты. Особое внимание уделяется алгоритмам машинного обучения, таким как градиентный спуск, стохастический градиентный спуск, обратное распространение ошибки, k-ближайших соседей и байесовский классификатор. Обсуждаются типы моделей машинного обучения и их применение в борьбе с мошенничеством, кредитный скоринг, прогнозирование котировок акций и финансовых рынков. Отмечены проблемы, связанные с недостатком качественных данных и переобучением моделей. В заключение предлагаются рекомендации по улучшению качества работы систем машинного обучения и перспективные направления развития.

Ключевые слова: машинное обучение, финансовые технологии, алгоритмы, мошенничество, кредитный скоринг, прогнозирование.

В последние десятилетия финансовые технологии (финтех) стремительно развиваются благодаря внедрению новых технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект и машинное обучение (ML) [1]. Финансовая сфера традиционно является одной из наиболее сложных и чувствительных областей экономики, где требуется высокая точность при принятии решений. Именно поэтому использование методов машинного обучения становится все более актуальным и востребованным.

Машинное обучение позволяет автоматизировать многие процессы, связанные с обработкой больших объемов данных, прогнозированием рыночных тенденций, оценкой рисков и обнаружением мошенничества.

Алгоритмами машинного обучения определяется методика, с помощью которой модель извлекает уроки из полученных данных и осуществляет прогнозирование (рис. 1).

Данные алгоритмические решения дают возможность разрабатывать высокоэффективные модели, которые способны обрабатывать огромные массивы данных и составлять достоверные прогнозы в самых разных сферах, в том числе и в финансовой.

Градиентный спуск	<ul style="list-style-type: none"> • Один из самых распространенных методов оптимизации, используемых для минимизации ошибки модели путем изменения ее параметров
Стохастический градиентный спуск	<ul style="list-style-type: none"> • Вариант градиентного спуска, в котором обновление параметров происходит после обработки каждого примера, что ускоряет процесс обучения
Обратный метод распространения ошибки	<ul style="list-style-type: none"> • Основной алгоритм обучения многослойных нейронных сетей, позволяющий корректировать веса связей между нейронами на основе ошибок предсказаний
K-ближайших соседей (kNN)	<ul style="list-style-type: none"> • Простой алгоритм, использующий расстояние до ближайших соседей для определения класса нового объекта
Байесовский классификатор	<ul style="list-style-type: none"> • Основан на теореме Байеса и используется для вероятностной классификации объектов

Рис. 1. Алгоритмы машинного обучения для финансовых технологий
Примечание: составлено по [1, 2]

Имеется большое количество различных видов моделей машинного обучения, у каждой из них есть собственные функции и сферы использования (рис. 2).

В заключение можно сказать, что применение машинного обучения в финансовых технологиях открывает новые возможности для улучшения аналитики, повышения эффективности и снижения рисков. Однако необходимо учитывать и вызовы, связанные с защитой данных и этическими аспектами. Дальнейшие исследования в этой области могут привести к значительным улучшениям в качестве обслуживания клиентов и коммерческих операций в финансовом секторе.

Для улучшения качества работы систем машинного обучения рекомендуется:

- регулярно обновлять и расширять базы данных;
- использовать кросс-валидацию для предотвращения переобучения;
- интегрировать ML-системы с существующими бизнес-процессами.

<p>Типы моделей машинного обучения</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Линейная регрессия: используется для предсказания числовых значений на основе линейной зависимости между переменными. • Логистическая регрессия: применяется для классификации объектов в две или более категорий. • Деревья решений: позволяют строить иерархические структуры для классификации и регрессии. • Нейронные сети. Мощные модели, способные решать сложные задачи, такие как распознавание образов и обработка естественного языка
<p>Борьба с мошенничеством</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Использование ML для выявления подозрительных транзакций и предотвращения мошенничества стало стандартным подходом в банковской индустрии. Модели могут анализировать поведение пользователей, выявлять аномалии и предупреждать о возможных угрозах. Компания "XYZ Security" разработала систему обнаружения мошеннических операций, основанную на методах глубокого обучения
<p>Кредитный скоринг</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Кредитный скоринг – это процесс оценки кредитоспособности заемщика на основе его финансового состояния и истории платежей. • ML позволяет создавать точные модели для автоматического расчета кредитного рейтинга, что значительно ускоряет процесс принятия решения о выдаче кредита. • Один из примеров успешной реализации такой системы – проект "Кредитный робот" от Сбербанка
<p>Прогнозирование котировок акций</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Компания "ABC Investments" создала систему прогнозирования котировок акций на основе временных рядов и нейронных сетей. Эта система позволила увеличить точность прогнозов на 15% по сравнению с традиционными методами
<p>Прогнозирование финансовых рынков</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Одним из ключевых направлений применения ML в финансовом секторе является прогнозирование изменений цен на акции, валюты и другие активы. • Для этого используются различные подходы, включая временные ряды, нейронные сети и ансамблевые методы. • Примером успешного проекта в этой области является система прогнозирования котировок акций, разработанная компанией "ABC Investments"

Рис. 2. Применение машинного обучения в финансах
Примечание: составлено по [3, 4]

Перспективные направления развития:

1. Разработка новых алгоритмов для обработки больших данных.
2. Создание гибридных моделей, сочетающих преимущества разных подходов.
3. Исследование возможностей применения квантового машинного обучения.

Список литературы

1. Новожилова Т. А. Современные цифровые технологии как драйвер развития финансовых систем // Виттевские чтения–2024 : материалы XXIV Международного конгресса молодой науки / отв. редакторы выпуска: В. М. Атанасова, Д. Н. Баранов, А. С. Жидков, П. С. Клеммер. — Московский университет им. С. Ю. Витте. — Москва : изд-во ЧОУВО «МУ им. С. Ю. Витте», 2024. — С. 1333–1346.
2. Аксенова, Н. И. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления государственными и корпоративными финансами : монография / Н. И. Аксенова, И. В. Баранова, Т. В. Жукова [и др.]. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024. — 160 с.
3. Аксенова, Н. И. Финансы : учебник / Н. И. Аксенова, И. В. Баранова, С. В. Степанова [и др.]. — Москва : КноРус, 2025. — 312 с.
4. Черняков, М. К. Системы искусственного интеллекта и машинное обучение : монография / М. К. Черняков. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024. — 150 с.

АНАЛИЗ СИСТЕМ КОНТРОЛЯ ДОСТУПА И РЕГИСТРАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Д. И. Сафроненко, *обучающийся*, М. К. Черняков, *д-р экон. наук, профессор*
Новосибирский государственный технический университет (НГТУ),
г. Новосибирск, Россия
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
mkacadem@mail.ru

В статье рассматриваются системы контроля доступа и регистрации посетителей (СКУД), их компоненты и технологии, используемые при проектировании. Анализируется применение СКУД в различных сферах, включая торговые центры, финансовый сектор, промышленность и образование. Особое внимание уделяется аппаратным и программным компонентам СКУД, таким как устройства идентификации, контроллеры доступа, исполнительные устройства и программное обеспечение. Делаются выводы о важности правильного выбора и настройки СКУД для обеспечения безопасности и оптимизации процессов в различных организациях.

Ключевые слова: системы контроля доступа, регистрация посетителей, безопасность, идентификация, программное обеспечение, интеграция, торговые центры.

Система контроля и управления доступом (сокращенно СКУД) — это комплексная система, представляющая собой совокупность программно-технических средств и организационно-методических мероприятий, которые должны обеспечивать контроль и управление доступом в здания, в отдельные помещения, на территорию организаций [1]. Главная задача СКУД — контроль перемещения сотрудников, мониторинг времени их присутствия и настройка доступа к определенным зонам.

При проектировании СКУД используются следующие технологии:

1. Идентификация: карты доступа, биометрия и др.
2. Устройства контроля и управления доступом: контроллеры доступа, исполнительные устройства и др.
3. Программное обеспечение (ПО): мобильные приложения, облачные платформы, программное обеспечение для управления доступом.
4. Интеграционные технологии: СКУД можно интегрировать с системами видеонаблюдения, охранной и пожарной сигнализациями и системами учёта рабочего времени.

СКУД широко применяется и охватывает различные сферы экономики: финансовый сектор, промышленность, инфраструктуру, образование, ресторанный сектор и другие места, где необходимо тщательное отслеживание перемещений и обеспечение безопасности [2]. Таким местом является и торговый центр, концентрируя скопление большого числа людей. Системы контроля выполняют ключевую роль в поддержании порядка в помещениях, поэтому они должны выполнять следующие функции:

— обеспечение безопасности: система должна ограничивать доступ в служебные помещения, предотвращая туда несанкционированный доступ. СКУД часто интегрируют с системами видеонаблюдения, охранной и пожарной сигнализациями для оперативного реагирования на инциденты;

— управление доступом для сотрудников: настройка прав доступа для разных категорий пользователей (сотрудники, уборщики, подрядчики), а также учета рабочего времени и отслеживания присутствия на рабочем месте;

— оптимизацию процессов и повышение удобства использования: удаленное управление доступом, фиксацию всех происходящих событий, использование современных технологий;

— минимизацию рисков: предотвращение краж и других инцидентов снижает финансовые потери торгового центра [4].

СКУД состоит из аппаратных и программных компонентов, которые вместе обеспечивают функциональность системы.

Аппаратные компоненты — это физические устройства, обеспечивающие работу СКУД. Они выполняют задачи идентификации, проверки, контроля и физического управления доступом [3]. К этим компонентам относятся:

— устройства идентификации: позволяют установить личность пользователя для предоставления доступа. Наиболее распространенный способ идентификации — карта доступа. Они бывают нескольких видов: с магнитной полосой, RFID-карты и смарт-карты с микрочипами. Биометрические идентификаторы обеспечивают более высокий уровень безопасности. Она минимизирует риск проникновения третьим лицом, но для корректной работы необходимо качественное оборудование. Широкую популярность получили мобильные идентификаторы. Это может быть QR-код, NFC-метка или уникальный код, генерируемый специальным приложением;

— контроллеры доступа: обрабатывают информацию от устройств идентификации и принимают решения о предоставлении доступа. В эту группу входят автономные и сетевые контроллеры. Автономные контроллеры работают независимо от сети, их легко настроить, но могут возникнуть проблемы с обновлением данных;

— исполнительные устройства: обеспечивают физическое открытие или закрытие точек доступа: электромеханических замков, турникетов и шлагбаумов. Электромеханические замки чаще всего используются для дверей. Они получили широкое распространение благодаря своей совместимости с различными системами. Турникеты, в зависимости от конструкции, могут быть роторными, калиточными или предназначенными для скоростного прохода. Шлагбаумы и автоматические ворота применяются на въездных зонах и могут интегрироваться с системами распознавания автомобильных номеров;

— считыватели: принимают данные с идентификаторов и передают их контроллерам. RFID-считыватели работают с картами и брелоками, обеспечивая быстрый и надёжный обмен данными. Биометрические считыватели повышают уровень безопасности за счёт использования уникальных характеристик

человека. Клавиатуры для ввода PIN-кодов остаются популярным и недорогим решением, однако они менее безопасны из-за риска передачи кода третьим лицам;

— дополнительное оборудование: способно расширить функционал СКУД. Системы видеонаблюдения позволяют фиксировать события и связывать их с данными системы доступа. Датчики движения, открытия дверей и другие устройства обеспечивают дополнительный уровень контроля. Источники бесперебойного питания гарантируют работу системы в случае нестабильной подачи электроэнергии, предотвращая простои и повышая надёжность всей системы.

Система контроля и управления доступом «Bolid» (другое название СКУД «Орион») представляет собой универсальный комплекс, состоящий из множества модулей и обладающий широким спектром функциональных возможностей [5]. Она предназначена для создания охранных и пожарных сигнализаций, систем видеонаблюдения, а также для автоматизации различных инженерных устройств.

Данная система характеризуется:

— способностью работать в территориально распределённой конфигурации. При этом обеспечивает единый информационный интерфейс RS-485 и осуществляет взаимодействие между модулями через сеть Ethernet. Кроме того, существуют и беспроводные решения;

— возможностью создания автономных локальных сетей и масштабных комплексов, интегрированных в систему «Орион». При таком объединении появляется возможность централизованного управления множеством независимых контроллеров с использованием программно-аппаратного комплекса АРМ «Орион Про»;

— совместимостью с программным обеспечением 1С, упрощая процессы управления трудовой дисциплиной, начисления штрафов и расчёта заработной платы;

— доступом сотрудников: производится по уникальным идентификаторам (биометрия, параметры в контроллерах). Уровни доступа настраиваются индивидуально.

Каждый из рассмотренных сервисов используется в различных торговых центрах. При выборе СКУД следует учитывать размер помещения, планировку, поток людей, с какими сервисами и системами нужна интеграция, бюджет и удобство пользования.

Список литературы

1. Иванов, П. Д. Анализ состояния и перспективы развития систем контроля и управления доступом в России / П. Д. Иванов, И. Д. Суверина // Наука и инновации. — 2014. — № 10 (34). — С. 133–136.

2. Аксенова, Н. И. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления государственными и корпоративными финансами : монография / Н. И. Аксенова, И. В. Баранова, Т. В. Жукова [и др.]. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024. — 160 с.
3. Филюшкин, С. В. Применение гетерогенных структур СКУД в современных киберфизических системах / С. В. Филюшкин // Тенденции развития науки и образования. — 2024. — № 114–9. — С. 116–124.
4. Аксенова Н. И. Финансы : учебник / Н. И. Аксенова, И. В. Баранова, С. В. Степанова [и др.]. — Москва : КноРус, 2025. — 312 с.
5. Черняков, М. К. Системы искусственного интеллекта и машинное обучение : монография / М. К. Черняков. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2024. — 150 с.

ВЫБОР ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ПОЛИКЛИНИКИ

Е. М. Фомина, *обучающийся*, Н. Б. Тесля, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
fominvliza@gmail.com

Рассматриваются современные информационные технологии для разработки настольного приложения. Показаны характеристики, связь с этапами проектирования и взаимодействия технологий, рассмотрены их преимущества перед аналогами, а также демонстрируется пример реализации моделей данных, вьюмоделей и пользовательского интерфейса для решения задачи автоматизации поликлиники.

Ключевые слова: платформа разработки, программный интерфейс, технология доступа к данным, архитектурный шаблон, паттерн, масштабируемость.

Современные поликлиники нуждаются в эффективных информационных системах для управления данными о пациентах, записью на прием, управления графиком работы врачей и другими аспектами. Традиционные системы часто оказываются неудобными, сложными в поддержке и немасштабируемыми.

В качестве методов исследования выбраны анализ предметной области на основе поиска и обработки информации о работе государственных поликлиник, а также обзор и анализ документации по современным информационным технологиям, в ходе которых были выявлены преимущества и недостатки исследуемых инструментов.

К самым известным медицинским информационным системам для поликлиник относятся «Бит. Управление медицинским центром», «Medesk», «ArchiMed+» и другие. Хотя программное обеспечение достаточно популярно в российских учреждениях, однако до сих пор многие государственные поликлиники не внедрили информационные системы в свою работу по причине их высокой стоимости и/или сложности освоения. Поэтому создание небольшого по функционалу и несложного в освоении настольного приложения для поликлиник является очень актуальным.

Разработка приложения включает в себя такие этапы, как изучение предметной области, выбор инструментальных средств, написание кода, тестирование и т. д. Выбор инструментальных средств для разработки приложения является важным решением, которое во многом определяет успех проекта. Целью данной работы является исследование и выбор информационных технологий для разработки настольного приложения, в том числе для автоматизации процессов поликлиники.

В контексте разработки на языке C# с использованием платформы для разработки .NET встает вопрос о выборе программного интерфейса — WPF или Windows Forms. И хотя Windows Forms более традиционная и простая в освоении технология для создания пользовательского интерфейса, WPF (Windows Presentation Foundation) предлагает неоспоримые преимущества

для современных проектов [1]. Кроме того, для организации архитектуры приложения и разделения логики представления от бизнес-логики WPF идеально сочетается с архитектурным шаблоном MVVM (Model-View-ViewModel), который разделяет приложение на три компонента: Model (модель данных), View (представление, пользовательский интерфейс) и ViewModel (модель представления, связующее звено между Model и View). Модель описывает логику использования данных в приложении. Представление определяет визуальный интерфейс, через который пользователь взаимодействует с приложением. Модель представления связывает модель и представление через механизм привязки данных и необходима для обработки действий пользователя [2]. Такое разделение на слои позволяет выполнять разработку разным командам профессионалов (программистам, дизайнерам) независимо друг от друга. Кроме того, такой подход позволяет в дальнейшем переиспользовать программные модули.

Другие архитектурные паттерны, например, MVP (Model-View-Presenter), MVC (Model-View-Controller), имеют свою область применения. Шаблон MVVM предоставляет значительные преимущества для разработки настольных приложений, особенно когда речь идет о тестируемости, масштабируемости и поддерживаемости. Выбор MVVM позволит создать более надежное, гибкое и удобное в сопровождении приложение.

Технология доступа к данным Entity Framework Core обеспечивает взаимодействие между объектно-ориентированным кодом и реляционными базами данных (ORM). Подход Code First позволяет создавать модель данных на основе классов C#, а Entity Framework Core автоматически генерирует соответствующие SQL-запросы. Это значительно ускоряет разработку и упрощает взаимодействие с базой данных, позволяя разработчикам сосредоточиться на бизнес-логике, а не на деталях SQL [3]. Однако есть и альтернативные решения. Так, если проекту требуется максимальная производительность и можно пренебречь некоторым уровнем абстракции, то микро-ORM, такие как Dapper или Massive, могут быть хорошим вариантом. Если нужен более мощный и гибкий ORM, то можно рассмотреть NHibernate или LLBLGen Pro. Entity Framework Core занимает место посередине, предлагая баланс между простотой использования и мощностью [4]. Взаимосвязи между технологиями и абстракциями в рамках данного подхода к разработке показаны на рис. 1.

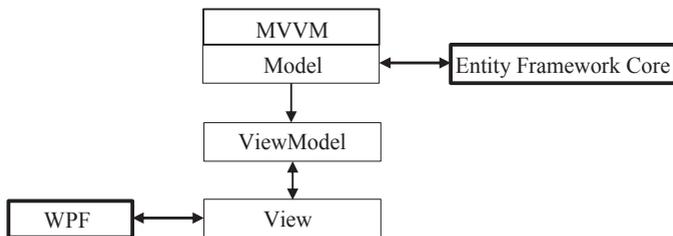


Рис. 1. Взаимосвязи между технологиями и абстракциями в рамках данного подхода к разработке

С помощью Entity Framework Core определяются модели данных, отражающие структуру базы данных. Например, модель Patient содержит поля: Id, Surname, Name, Patronymic, Birthday и др. Связи между моделями (например, между Patient и Priveleges) устанавливаются с помощью аннотаций Entity Framework Core.

Для каждого элемента управления создается ViewModel, содержащая данные и команды, доступные на этом экране. INotifyPropertyChanged используется для обновления интерфейса при изменении данных в ViewModel, а ICommand — для обработки пользовательских действий (например, запись на прием, редактирование данных пациента).

В XAML создается пользовательский интерфейс с использованием стандартных элементов WPF (DataGrid для отображения списков, TextBox для ввода текста, ComboBox для выбора значений из выпадающего списка, Button — кнопка для действий и т. д.). Data Binding используется для связывания элементов интерфейса с соответствующими свойствами вьюмоделей.

Этапы разработки десктопного приложения с использованием рассмотренных технологий и паттерна MVVM представлены на рис. 2. При этом необходимо учитывать, что разработка не выполняется строго последовательно, при необходимости можно возвращаться на предыдущие этапы, а также выполнять некоторые этапы параллельно.

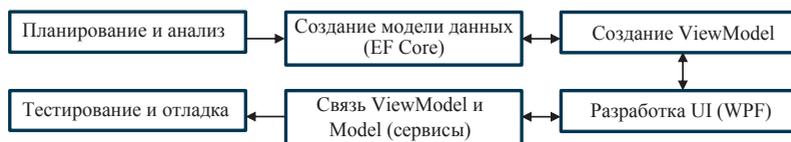


Рис. 2. Разработка настольного приложения при использовании паттерна MVVM

Стоит учитывать, что из-за санкций крупные компании в сфере здравоохранения заменяют ПО на российский софт, например, серверы переводят на отечественную операционную систему Astra Linux, а критические системы защищены антивирусом «Касперский» [5]. При этом постановление Правительства РФ от 16 сентября 2016 года № 925, касающееся проведения закупок товаров, работ и услуг для госучреждений на конкурсной основе, не действует на лицензированные операционные системы, приобретённые до этой даты. Также это не касается ОС, приобретаемых вместе с «железом» по лицензии OEM. Официальных запретов на использование Windows в государственных учреждениях нет, поэтому вопрос о легальности ее использования в поликлинике решают в каждом конкретном случае отдельно.

Таким образом, определен вариант набора современных программных инструментов, необходимых для разработки настольного приложения. Использование выбранных технологий с архитектурным шаблоном MVVM позволяет создать эффективное и масштабируемое приложение для автоматизации поликлиники. Этот подход повышает качество кода и обеспечивает простоту в поддержке и развитии приложения.

Список литературы

1. Особенности XAML [Электронный ресурс]. — URL: https://professorweb.ru/my/WPF/base_WPF/level2/2_1.php (дата обращения: 16.12.2024).
2. Паттерн MVVM [Электронный ресурс]. — URL: <https://metanit.com/sharp/wpf/22.1.php> (дата обращения: 16.12.2024).
3. Обзор Entity Framework Core [Электронный ресурс]. — URL: <https://learn.microsoft.com/ru-ru/ef/core/> (дата обращения: 16.12.2024).
4. Обзор ORM для C#: что подойдет для проекта [Электронный ресурс]. — URL: <https://habr.com/ru/companies/simbirsoft/articles> (дата обращения: 18.12.2024).
5. Мировой IT-сбой: есть ли уроки для российского здравоохранения [Электронный ресурс]. — URL: <https://medvestnik.ru/content/news/Mirovoi-IT-sboi-est-li-uroki-dlya-rossiiskogo-zdravoohraneniya.html> (дата обращения: 17.02.2025).

РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОЙ СИМУЛЯЦИИ РАДИОСТАНЦИИ P-123M ДЛЯ БЕЗОПАСНОГО ОБМЕНА ДАННЫМИ МЕЖДУ АБОНЕНТАМИ

С. К. Цепрунов, *обучающийся*, Р. А. Салимжанов, *старший преподаватель*
Е. Г. Ключева, *старший преподаватель*
Карагандинский технический университет им. Абылкаса Сагинова
(КарТУ им. Абылкаса Сагинова), г. Караганда, Казахстан
stseprunov@mail.ru

В данной работе рассмотрена разработка цифровой симуляции радиостанции P-123M с целью обеспечения безопасного обмена данными между абонентами. Цель исследования — разработка возможности применения современных технологий, таких как Java, JavaFX и Spring, для моделирования работы устройства и передачи данных по сети с учетом требований информационной безопасности.

Ключевые слова: цифровая симуляция, радиостанция P-123M, безопасный обмен данными, Java, JavaFX, Spring.

В условиях стремительного развития информационных технологий и роста объема передаваемых данных вопрос обеспечения безопасности обмена информацией приобретает особую актуальность. Современные радиостанции, являясь неотъемлемой частью коммуникационных систем, требуют комплексного подхода к защите передаваемых данных. Разработка цифровой симуляции радиостанции P-123M позволяет не только проанализировать процессы обработки сигналов, но и оценить эффективность используемых алгоритмов защиты. Применение данной технологии актуально для создания экспериментальных стендов, что особенно важно в эпоху цифровизации и роста требований к безопасности телекоммуникационных систем.

Целью настоящего исследования является разработка цифровой симуляции радиостанции P-123M для безопасного обмена данными между абонентами. Достижение поставленной цели предполагает:

- проведение теоретического анализа принципов работы радиостанций;
- разработку математической модели для описания процессов передачи и защиты данных;
- создание программного прототипа с использованием языка Java и фреймворков JavaFX и Spring;
- проведение экспериментов по оценке эффективности реализованных методов обеспечения безопасности.

Для достижения поставленных задач были использованы как теоретические, так и практические методы исследования. К теоретическим методам можно отнести анализ существующих моделей радиостанций и изучение алгоритмов шифрования данных [3]. Практическая часть исследования включает разработку программной реализации модели с последующим экспериментальным тестированием.

В рамках разработки прототипа использованы следующие инструменты:

- Java — как основной язык программирования для реализации логики симуляции;
- JavaFX — для создания графического интерфейса пользователя, который обеспечивает удобное визуальное представление результатов моделирования (рис. 1) [1];
- Spring Framework — для организации архитектуры приложения, обеспечения модульности и масштабируемости решения [2].

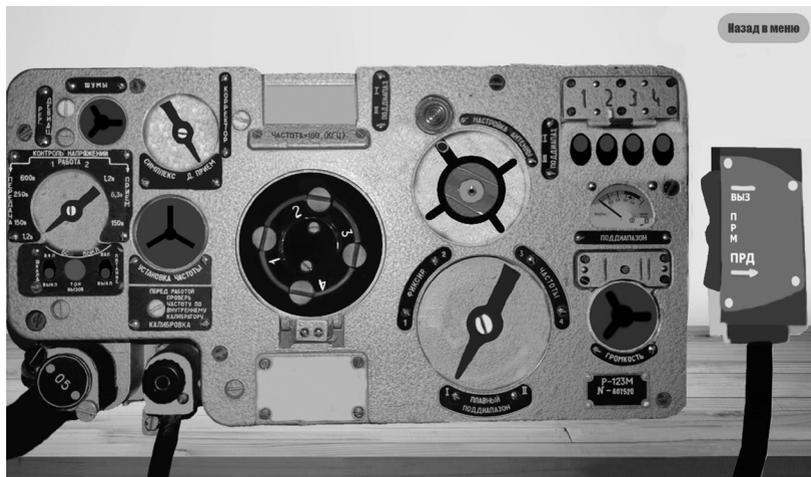


Рис. 1. Интерфейс программы цифровой симуляции радиостанции P-123M

При моделировании работы радиостанции использовались методы дискретного моделирования процессов передачи данных. Применялась методика построения математических моделей, позволяющих описать взаимодействие узлов сети и алгоритмы шифрования сообщений. Экспериментальная проверка проводилась путем сравнения результатов симуляции с теоретическими расчетами, что позволило оценить корректность разработанной модели.

При передаче аудиоинформации реализуется процесс ее преобразования, защиты и передачи по сети. Исходный аудиофайл сначала записывается и шифруется с использованием алгоритмов AES-256 или RSA. Затем зашифрованные данные передаются по локальной сети с применением протоколов TCP/UDP, а для дополнительной защиты может использоваться TLS/SSL. На принимающей стороне данные проходят процесс дешифрования и воспроизводятся в исходном виде, обеспечивая надежную и безопасную передачу информации между узлами сети (рис. 2).



Рис. 2. Схема передачи аудиоинформации

В ходе исследования была разработана цифровая симуляция радиостанции P-123М, которая демонстрирует возможности безопасного обмена данными между абонентами. Экспериментальные результаты показали, что предложенная модель способна обеспечить надежное шифрование и декодирование информации, что является важным аспектом для современных коммуникационных систем.

На основе полученных результатов рекомендуется:

- продолжить исследования в области оптимизации алгоритмов шифрования с целью повышения производительности системы;
- рассмотреть возможность интеграции дополнительных модулей для автоматизированного обнаружения и устранения потенциальных угроз информационной безопасности;
- провести сравнительный анализ разработанной модели с аналогичными решениями, применяемыми в промышленности, для дальнейшей адаптации и внедрения в реальные условия эксплуатации.

Список литературы

1. Oracle JavaFX Documentation [Электронный ресурс]. — URL: <https://openjfx.io> (дата обращения: 16.02.2025).
2. Spring Framework — Official Documentation [Электронный ресурс]. — URL: <https://spring.io/projects/spring-framework> (дата обращения: 17.02.2025).
3. Методы цифровой симуляции радиокommunikационных систем [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.example.com/digital-simulation-radio> (дата обращения: 18.02.2025).

УДК 633.1:664.4

ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ С ПРЯНЫМ ИНГРЕДИЕНТОМ

Н. С. Зверькова, Ю. Д. Петрова

Научный руководитель: Л. В. Наймушина, *канд. хим. наук, доцент*
Сибирский федеральный университет (СФУ), г. Красноярск, Россия
sunshine20nk@mail.ru

Предложено направление увеличения пищевой ценности хлебобулочных изделий за счет введения пряного растительного ингредиента — зерен белой горчицы *Sinapis alba L.*, обладающих высокой биологической ценностью. Представлена рецептура хлебобулочного изделия «Минибатон пикантный с зёрнами горчицы», определены требуемые ГОСТ органолептические показатели.

Ключевые слова: крестоцветные, зерна горчицы белой (*Sinapis alba L.*), хлебобулочные изделия, рецептура, органолептические показатели.

Хлебобулочные изделия традиционно остаются популярными и востребованными продуктами питания на российском продовольственном рынке. Несмотря на то, что многие покупатели уже наслышаны о принципах здорового и рационального питания, о быстрых углеводах и высоком гликемическом индексе таких изделий, спрос на них остается прогнозируемо высоким. В силу этого первоочередной задачей технологов является повышение пищевой и биологической ценности хлебобулочных изделий и поиск новых обогащающих ингредиентов, содержащих в своем составе комплекс витаминов, минералов и биологически активных веществ.

В качестве такого растительного ингредиента для создания хлебобулочных изделий нами выбраны семена или зерна белой горчицы (*Sinapis alba L.*) — однолетнего растения семейства капустных (*Brassicaceae*).

Из зерен горчицы вырабатывают горчичное масло и горчичный порошок. За счет большого содержания физиологически значимых нутриентов в своем составе оба продукта нашли широкое применение в фармацевтике, косметологии и пищевой индустрии [1, 2].

В литературе найдены единичные работы о включении горчицы в виде порошка или в виде ферментированной пастообразной горчицы в хлеб и хлебные продукты. Отмечается, что цвет у хлеба с горчицей золотисто-желтый, изделие обладает приятным пряным ароматом, возбуждающим аппетит, и данный растительный ингредиент при умело составленной рецептуре не портит показатели подъема теста и пропеченности изделия [3].

Целью данного исследования являлось изучение перспективы применения зерен белой горчицы для производства хлебобулочных изделий повышенной

пищевой ценности. В задачи исследования входило: определение химического состава зерен белой горчицы; изучение аминокислотного сора белков зерен белой горчицы, определение вводимой дозы зерен горчицы в хлебобулочное изделие, разработка рецептуры изделия «Булочка с горчицей».

Материалы и методы. Для исследования приобретали семена/зерна белой горчицы производителя МосАгроГрупп. Для разработки рецептуры хлебобулочного изделия использовали пшеничную муку высшего сорта торговой марки «Беляевская» (ГОСТ 26574–2017), закваску хлебопекарную комплексную «О-тентик Дурум».

Для определения основных питательных компонентов применяли классические и современные инструментальные методы и методики анализа [4].

Результаты и их обсуждение. Определено, что семена белой горчицы производителя МосАгроГрупп имеют следующий компонентный химический состав: белки — 26,08 %, жиры — 36,24 %, углеводы — 28,09 %, вода — 5,27 % и минеральные вещества — 4,33 %.

При разработке рецептуры хлебобулочного изделия с применением растительного сырья — зерен горчицы проведено экспериментальное изучение дозы вводимого ингредиента. В конечном варианте массовая доля вводимых зерен белой горчицы составила 0,45 кг. В табл. 1 представлена рецептура хлебобулочного изделия с применением зерен белой горчицы.

Таблица 1

Рецептура изделия «Минибатон пикантный с зернами горчицы»

Наименование сырья	Нормы закладки сырья в кг на 100 шт.
Мука пшеничная высшего сорта	7,20
Овсяные хлопья	1,75
Закваска /улучшитель	0,35
Соль	0,17
Зерна белой горчицы	0,45
Масло растительное подсолнечное	0,55
Вода	5,5
Масса минибатона, брутто, кг	0,12

Массовая доля вводимых зерен (%) по отношению к мучным и злаковым ингредиентам составила 5 %.

Определение дозы оценивали преимущественно по органолептическим характеристикам, так как легкие зерна горчицы существенного влияния на подъем теста не оказывали. В табл. 2 представлены органолептические показатели изделия по разработанной рецептуре.

**Органолептические показатели изделия
«Минибатон пикантный с зёрнами горчицы»**

Наименование показателя	Характеристика
Внешний вид, форма	Нераспывчатая, без притисков, вытянутая
Поверхность	С корочкой
Цвет	Золотисто-светло-коричневый
Состояние мякиша, пропеченность	Пропеченный, на ощупь не влажный. Эластичный
Промес	Без комочков и следов непромеса
Пористость	Развитая, без пустот и уплотнений
Вкус	Свойственный данному виду изделий, без постороннего привкуса
Запах	Свойственный данному виду изделий, без постороннего запаха

Таким образом, в результате проведенного исследования определен химический состав зерен белой горчицы и предложена рецептура хлебулочного изделия с пряным растительным ингредиентом «Минибатон пикантный с зёрнами горчицы». Разработка изделия направлена на расширение ассортимента хлебулочных изделий с повышенной пищевой и биологической ценностью.

Список литературы

1. Воловик, В. Т. Горчица белая — значение, использование / В. Т. Воловик // Адаптивное кормопроизводство. — 2020. — № 2. — С. 41–67. — DOI 10.33814/AFP-2222-5366-2020-2-41-67.
2. Morra, M. J. Bioherbicidal activity of *Sinapis alba* seed meal extracts / M. J. Morra, I. E. Popova, R. A. Boydston // *Industrial crops and products*. — 2018. — Vol. 115. — Pp. 174–181.
3. Мартынова, Е. Г. Применение горчичного порошка в хлебопечении / Е. Г. Мартынова, Ю. С. Перепелица, Н. А. Шарапова // Агропромышленные технологии Центральной России. — 2023. — № 4 (30). — С. 31–38. — DOI 10.24888/2541-7835-2023-30-31-38.
4. Наймушина, Л. В. Современные методы исследований свойств продовольственного сырья, пищевых макро- и микроингредиентов, технологических добавок и пищевой продукции / Л. В. Наймушина, И. Д. Зыкова; Сибирский федеральный университет. — Красноярск : СФУ, 2023. — 116 с.

РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТУР ИЗ ПЕСОЧНОГО ТЕСТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОРОШКА КИЗИЛА

А. А. Кайрашева, *обучающийся*, О. Д. Варнавская, *канд. техн. наук*,
Н. Г. Неборская, *канд. техн. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
nebng@mail.ru

В статье представлены новые рецептуры изделий из песочного теста с использованием растительного сырья, что позволит расширить ассортимент мучных кондитерских изделий повышенной пищевой ценности.

Ключевые слова: порошок кизила, изделия из песочного теста, растительное сырье, мучные кондитерские изделия.

Кондитерские изделия потребляют как дети, так и взрослые благодаря привлекательным цветам, формам и характерному вкусу. Однако большинство изделий содержат значительное количество сахара и других добавок, зачастую синтетического происхождения, которые позволяют быть конкурентоспособными [5]. В настоящее время в большинстве развитых стран происходят существенные перемены в подходе людей к собственному здоровью. Известно, что здоровье и питание тесно взаимосвязаны, даже древние люди, к примеру, считали пищу источником здоровья, силы и бодрости.

Следует отметить, что кондитерское производство — это достаточно обширная отрасль, производящая изделия, рассчитанные на разные вкусы потребителей. Причем сегодня на рынке присутствуют как малый бизнес (небольшие кофейни-кондитерские), так и крупные ретейлеры, предлагающие разнообразный ассортимент кондитерских изделий. Замечено, что особой популярностью пользуются товары, обладающие низкой калорийностью и содержащие различное количество пищевых ингредиентов, например с различными ягодами, джемами, фруктовыми пюре и т. д. [2, 3].

Нам представлялось интересным использовать в рецептурах песочных изделий продукты переработки дикорастущего плодово-ягодного сырья, в частности, порошка кизила. Известно, что кизил содержит значительное количество макро- и микроэлементов, а также является источником антиоксидантов [1]. Мы предполагаем, что использование порошка кизила поможет изменить органолептические свойства изделий: внешний вид, вкус, запах [4, 5]. Заметим, что за счет собственных сахаров, содержащихся в кизиле, возможно снижение содержания сахара и в самих изделиях из песочного теста.

Цель работы — разработка рецептур изделий из песочного теста с использованием порошка кизила.

Материалы (объекты) исследования. В качестве материалов исследования использовались: «Порошок кизила», производитель ООО «ТК Престиж», Россия, ТУ 10.39.25-003-69275064-2017; мука пшеничная высшего сорта по ГОСТ Р 52189–2003; смесь «Мелла Мюрб концентрат» производителя ООО «Ирекс ТРИЭР», Россия, ТУ10.61.24-012-66312853-2020; полуфабрикат на основе смеси «Мелла Мюрб концентрат» с «Порошком кизила» (полуфабрикат «Ягодный»).

Методы исследования. Органолептические показатели определяли по ГОСТ 31986–2012. Изделия выпекались при температуре 200–225 °С 10–15 мин.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами разработаны рецептуры мучных кондитерских изделий с добавлением порошка кизила. За основу в рецептурах был взят полуфабрикат песочного теста «Ягодный». На основании ранее проведенных исследований оптимальный процент замены муки на порошок кизила составил 15 %. Полученный полуфабрикат песочного теста «Ягодный» обладает хорошей рассыпчатостью, намакаемостью, хорошими органолептическими показателями и упеком как и у традиционного песочного полуфабриката. Таким образом, на основе полуфабриката «Ягодный» разработан следующий ассортимент изделий: печенье «Ягодное» — это песочное печенье с порошком кизила и железный торт «Легкость» — песочная основа с белковым кремом и банановым желе.

Печенье «Ягодное». Для теста использовали муку пшеничную, а также добавляли порошок кизила, смесь «Мелла Мюрб концентрат», яйца, сахарный песок, сливочное масло. Состав начинки: замороженная смородина, агар-агар и стевия.

Торт «Легкость». Для теста использовали муку пшеничную, а также добавляли порошок кизила, смесь «Мелла Мюрб концентрат», яйца, сахарный песок, сливочное масло. Состав белкового крема: аквафаба (жидкость от нута), стевия, лимонный сок и ванильный экстракт. Для бананового желе необходимы спелый банан, агар-агар и стевия.

В таблице представлен химический состав новых изделий из песочного теста.

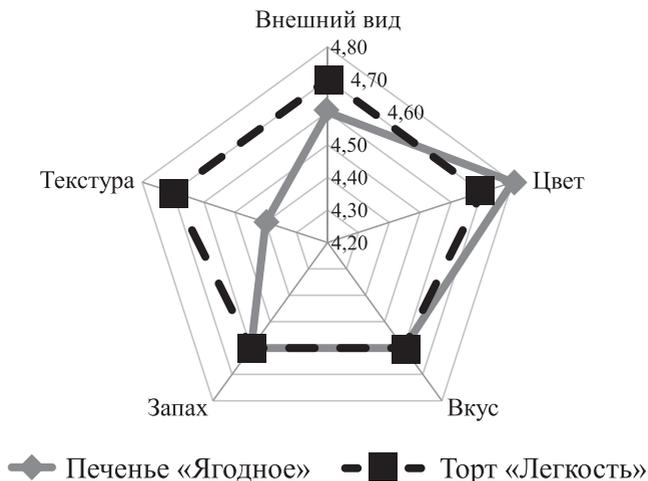
Химический состав новых изделий из песочного теста*

Показатель	Содержание на 100 г	
	Печенье «Ягодное»	Торт «Легкость»
Калорийность, ккал	268	187
Белки, г	5,37	3,71
Жиры, г	8,48	5,05
Углеводы, г	41,15	31,82

*И. М. Скурихин, В. А. Тутельян. Химический состав российских пищевых продуктов: справочник, 2002 г.

Анализ химического состава показал, что полученные изделия — источник белков, жиров и углеводов.

Органолептические показатели новых изделий из песочного теста представлены на рисунке.



Органолептические показатели новых изделий из песочного теста ($M \pm m$, $n=5$)

Печенье «Ягодное». Внешний вид: соответствует форме, в которой изделие выпекалось, без трещин, без подгорелых корочек, имеет нежную и рассыпчатую структуру, цвет естественный, с легким розоватым оттенком за счет порошка кизила. Вкус сбалансированный, кисло-сладкий, но некоторым дегустаторам показался недостаточно насыщенным. Запах тонкий, фруктовый, с легкими миндальными нотками. Консистенция рассыпчатая.

Торт «Легкость». Внешний вид: без трещин, правильной формы, слои на разрезе четко видны, желе на верхнем слое придает изделию яркость. Некоторые дегустаторы заметили, что желе должно быть более насыщенного оттенка. Аромат банана с ванилью и цитрусом получил положительные отзывы, но несколько дегустаторов выразили желание, чтобы ваниль была более ярко выражена. Вкус оказался сбалансированным с легкой кислинкой, которую также хотелось бы немного усилить. Текстура получилась мягкой и воздушной, с идеальным сочетанием крема и желе, но некоторые дегустаторы отметили, что в некоторых местах текстура могла бы быть более однородной.

На новые изделия из песочного теста печенье «Ягодное» и торт «Легкость» разработана техническая документация.

Все представленные изделия обладают хорошими органолептическими свойствами. Добавление порошка кизила в рецептуру изделий из песочного теста позволит расширить ассортимент мучных кондитерских изделий для предприятий кондитерской промышленности и общественного питания.

Список литературы

1. Клименко, С. В. Биологически активные вещества кизила лекарственного (CORNUS OFFICINALIS SIEB. ET ZUCC) / С. В. Клименко, Т. В. Джан, Е. Ю. Коновалова // Биологически активные вещества растений — изучение и использование : материалы международной научной конференции, Минск, Беларусь, 29–31 мая 2013 года. — Минск, ГНУ «Центральный ботанический сад НАН Беларуси», 2013. — С. 116–117.
2. Овчаренко, О. Д. Новые полуфабрикаты из песочного теста повышенной пищевой ценности / О. Д. Овчаренко, И. П. Березовикова // Хранение и переработка сельхозсырья. — 2008. — № 11. — С. 62–65.
3. Поснова, Г. В. Технология песочного печенья повышенной витаминно-минеральной ценности / Г. В. Поснова, Н. Г. Иванова // Хлебопродукты. — 2022. — № 7. — С. 33–37.
4. Хатко, З. Н. Разработка способа пектиносодержащего песочного теста (замороженного полуфабриката) для песочного печенья функционального назначения с низким содержанием глютена / З. Н. Хатко, С. Т. Беретарь, Л. П. Неровных [и др.] // Новые технологии. — 2023. — Т. 19, № 2. — С. 83–90.
5. Цура, А. С. Использование инновационного регионального сырья как тренд расширения ассортимента продуктов / А. С. Цура, М. Е. Руковичникова, О. Д. Варнавская, Н. Г. Неборская // Интеллектуальный потенциал Сибири : сборник научных трудов 30-й Региональной научной студенческой конференции, Новосибирск, 23–27 мая 2022 года. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — С. 284–287.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ

В. А. Калачикова, *обучающийся*, Е. А. Коротеева, *канд. техн. наук*,
Н. Г. Неборская, *канд. техн. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ramzes_krg@mail.ru

В данной работе рассматриваются вопросы качества продукции, предоставляемой предприятиями питания, затрагивающие стандарты кулинарной продукции, качество труда на предприятиях питания и культуру обслуживания. Систематизированы основные направления совершенствования ассортимента продукции и представлены новые возможности повышения уровня качества продукции предприятий питания — важнейшего элемента общей культуры обслуживания.

Ключевые слова: предприятия питания, кулинарная продукция, ассортимент продукции, качество продукции, управление качеством, услуги обеспечения питанием.

Актуальность темы обусловлена тем, что сфера питания связана с производством и реализацией кулинарной продукции, организацией потребления и обслуживания потребителей. Основным продуктом предприятий питания является сервис. В связи с этим для отрасли актуальны такие понятия, как качество обслуживания, надежность, конкурентоспособность, безопасность и требования по соблюдению законодательства о защите прав потребителей. Все это свидетельствует об изменении отношения к качеству как со стороны потребителей, так и со стороны производителей [2].

Качество — это политическая, моральная и экономическая категория. Главным условием успеха предприятий питания является качество предоставляемых услуг. Предоставляемые услуги должны четко удовлетворять конкретные потребности и запросы потребителей, соответствовать действующим стандартам и техническим условиям, быть конкурентоспособными по цене и обеспечивать рентабельность самого предприятия питания.

Однако быть конкурентоспособным предприятием — это не значит производить «первоклассные» брендовые товары или предоставлять услуги. Уровень качества должен быть рассчитан на самые разные слои населения. В то же время постоянное и непрерывное улучшение качества — это долгосрочная стратегия развития предприятий питания в условиях рынка [5].

Обеспечение качества требует не только компетентного персонала, располагающего необходимыми материалами и интересами, но и четкого контроля качества. В ситуациях, когда предложение превышает спрос, необходим маркетинговый подход к организации бизнеса, где объектом изучения становятся потребители, их отношение к сервису, требования к ассортименту и возможности выбора.

Поэтому необходимы современные направления организации труда на предприятиях питания: подбор, подготовка и повышение квалификации кадров; рациональное разделение и кооперация труда; разработка и внедрение рациональных форм материального и морального стимулирования трудовой деятельности; укрепление дисциплины на производстве и развитие творческой инициативы работников, большую роль играет внедрение передовых приемов и методов труда [1].

Управление персоналом является одним из важнейших направлений в деятельности предприятий питания и основным критерием их экономического успеха. Если раньше основное внимание уделялось развитию и совершенствованию технического прогресса, внедрению прогрессивных технологий, изменению организационных структур, то в настоящее время акцент делается на человеческий фактор, иными словами, люди определяют характер и эффективность работы предприятия питания.

Новое оборудование, передовые технологии и ускоренное развитие автоматизации предъявляют высокие требования к профессиональной и общей подготовке сотрудников предприятий питания [4]. На рис. 1 представлены критерии оценки сотрудников предприятий питания.

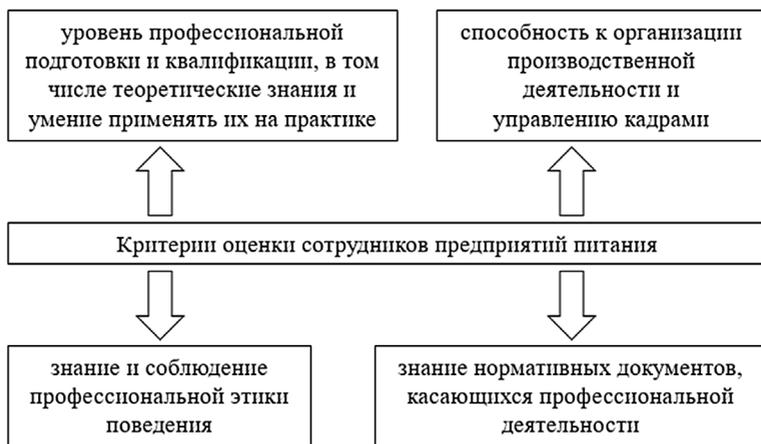


Рис. 1. Критерии оценки сотрудников предприятий питания

Своевременное повышение качества — это не затраты, а долгосрочные инвестиции, основанные на обеспечении лояльности клиентов через их удовлетворенность. Это утверждение основано на результатах исследований, показавших, что стоимость привлечения нового клиента с помощью качественного обслуживания в пять раз превышает стоимость удержания старого клиента [2]. На рис. 2 представлены факторы, оказывающие большее влияние на своевременное повышение качества оказываемых услуг на предприятиях питания.

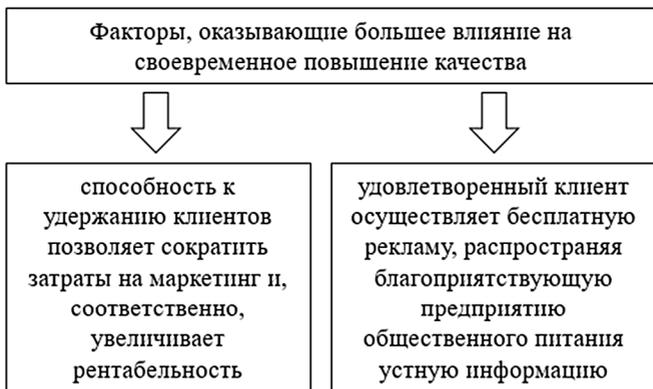


Рис. 2. Факторы, оказывающие большее влияние на своевременное повышение качества

Качество предлагаемой на предприятиях питания продукции формируется на этапе разработки, закрепляется в нормативных документах, обеспечивается на этапе производства и поддерживается на этапах хранения, транспортировки и реализации. Возможность обеспечить запланированный уровень качества продукции зависит от ряда факторов. В частности, от того, насколько четко сформулированы требования к качеству сырья, изложенные в соответствующих нормативных документах; от того, есть ли подробные рецептуры, на основе которых в будущем будут созданы технологические схемы производства, реализация которых потребует от исполнителя строгого соблюдения технических дисциплин, касающихся смешивания сырья, последовательности операций, соблюдения временного и температурного режима [3, с. 1271].

Соответствие продукции техническому регламенту и качеству также зависят от уровня производственного и технического оснащения, профессиональной квалификации сотрудников, организации производства и обслуживания, эффективности контроля качества продукции на разных этапах производства.

Так, основным принципом производства кулинарной продукции является безопасность, поэтому на предприятиях питания, связанных с производством кулинарной продукции, характерны три вида управления качеством: предварительное (входное), операционное (производственное) и выходное (приемочное).

Под *качеством продукции* понимается совокупность потребительских свойств пищевого продукта, определяющих его пригодность для удовлетворения пищевых потребностей потребителей, таких как пищевая ценность, органические показатели, усвояемость и безопасность. Проблема формирования ассортимента решается каждым предприятием сугубо индивидуально. Однако этой процедуре обязательно предшествует разработка предприятием концепции ассортимента [5, с. 422]. Так, на рис. 3 представлена система формирования ассортимента на предприятии питания.



Рис. 3. Система формирования ассортимента на предприятии питания

Таким образом, управление качеством и ассортиментом предприятий питания подразумевает координацию всех видов деятельности предприятия, включая комплексные исследования рынка, продажи, сервис, рекламу, формирование спроса и инновации в области технологий. Сложность решения этого процесса заключается в интеграции всех этих элементов для достижения конечной цели — оптимизации ассортимента.

Список литературы

1. Белова, Л. В. О мерах по обеспечению качества и безопасности отдельных видов кулинарной продукции / Л. В. Белова // Проблемы медицинской микологии. — 2022. — Т. 24, № 2. — С. 45.
2. Пипия, Н. Я. Теоретические принципы организации современного менеджмента: качество кулинарной продукции / Н. Я. Пипия // Современная наука: прогнозы, факты, тенденции развития. — 2021. — С. 499–503.
3. Савина, П. А. Обеспечение безопасности пищевой продукции в заведениях общественного питания при внедрении профессионального оборудования / П. А. Савина, А. В. Борисова // Безопасность жизнедеятельности предприятий в промышленно-развитых регионах. — 2021. — С. 1271–1273.
4. Франченко, Е. С. Использование инновационных технологий при производстве кулинарной продукции на предприятиях общественного питания / Е. С. Франченко // Новые технологии. — 2023. — Т. 19, № 3. — С. 87–96.
5. Цыгулярова, В. В. Повышение качества услуг предприятия общественного питания / В. В. Цыгулярова // Вестник науки. — 2024. — Т. 3, № 6 (75). — С. 422–430.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ БЕЛКОВОГО КОНЦЕНТРАТА

В. М. Колмогорова, *обучающийся*, Т. Н. Занданова, *канд. техн. наук, доцент*
Арктический государственный агротехнологический университет (АГАТУ),
г. Якутск, Россия
tu yana35@mail.ru

Цель исследования — получение сухого белкового концентрата, обогащенного кальцием. В статье приведены результаты исследований по выбору технологических режимов получения обогащенного сухого молочного белка, проведена оценка качественных показателей и рассчитана производственная себестоимость готовой продукции.

Ключевые слова: сушка, сквашивание молока, термокислотная коагуляция молока.

Зима в Якутии начинается в ноябре и длится семь месяцев, в зимний период продолжительность светового дня из-за низкого солнцестояния составляет в среднем 5 часов, а за полярным кругом начинается полярная ночь. Недостаток солнечного света вызывает дефицит кальция в организме человека. Дефицит потребления кальция в Якутии, по данным Института здоровья Академии наук Республики Саха (Якутия), составляет 39 % [1].

Кальций в молоке находится в легкоусвояемой форме. Известен способ обогащения молочного белка термокальциевым способом коагуляции [2]. Однако высокотемпературная обработка молока провоцирует изменение структуры белковой молекулы и переход кальция в трудноусвояемую форму [3]. В связи с этим поиск и создание новых источников доступного и легкоусвояемого кальция для профилактического питания является актуальной проблемой.

Целью данной работы явилось изучение возможности получения сухого молочного белка, обогащенного кальцием.

Для решения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

- исследование влияния *Lactobacillus delbrueckii subsp. Bulgaricus 298* на динамику титруемой кислотности молока и рост клеток в процессе сквашивания;
- выбор дозы вносимого хлористого кальция в молоко;
- определение технологических условий осаждения и сушки белка;
- исследование качественной характеристики белкового концентрата;
- расчёт экономической эффективности производства белкового концентрата.

Исследования проводили в учебной научно-исследовательской лаборатории кафедры пищевых технологий и индустрии питания. Использовали стандартные общепринятые методы исследования титруемой кислотности, массовой доли белка, массовой доли влаги, количественного учета бактерий. Содержание кальция определяли путем осаждения кальция оксалатом аммония с последующим титриметрическим определением массовой доли кальция.

Для заквашивания молока использовали *Lactobacillus delbrueckii subsp. Bulgaricus 298*, полученной из коллекции Всероссийской коллекции производственных микроорганизмов (рег. номер ВКПМ В-2455), которая обладает

высокой энергией кислотообразования, вызывает глубокий протеолиз белков, обладает способностью аккумулировать кальций и подавляет рост кишечной и гнилостной микрофлоры. Нами установлено, что внесение в пастеризованное обезжиренное молоко 1 % пересадоочной закваски *L. Bulgaricus 298* и кальция хлористого (из расчета 0,04г на 100 мл молока) позволяет через 4 часа сквашивания получить плотный сгусток и обеспечивает содержание кальция в сгустке 32 мг%. Нагревание полученного сгустка до 60 °С повышает выход белковой массы до 12,5 %.

Установлено, что продолжительность сушки белковой массы до массовой доли влаги $4,9 \pm 0,05$ % зависит от температуры сушки в дегидраторе. Так, при температуре 60 °С и 80 °С продолжительность составила 5 ч и 3 ч соответственно.

Качественная характеристика разработанного нами сухого молочного белка представлена в табл. 1.

Таблица 1

Качественная характеристика сухого молочного белка

Наименование показателя	Характеристика показателя	
	ГОСТ Р 53456–2009	Сухой молочный белок
Внешний вид и консистенция	Мелкодисперсный порошок или порошок, состоящий из единичных и агломерированных частиц сухого концентрата белка. Допускается незначительное количество комочков, рассыпающихся при легком механическом воздействии	Мелкодисперсный порошок с незначительным количеством комочков, рассыпающихся при легком механическом воздействии
Цвет	От белого до кремового, однородный по всей массе	Кремовый
Вкус и запах	Чистый, слабовыраженный вкус творожной сыворотки, без посторонних привкусов и запахов	Чистый, кисломолочный, без посторонних привкусов и запахов
Кислотность, °Т	не более 22	$15,0 \pm 0,5$
Массовая доля влаги, %	не более 5,0	$4,9 \pm 0,05$
Массовая доля жира, %	не менее 3,0	$1 \pm 0,5$
Массовая доля белка, %	не менее 35	$59 \pm 0,05$
Содержание кальция, мг%	–	$32,0 \pm 0,02$
КМАФАММ, кое/см ³	не менее 1×10^4	1×10^4
БГКП, колиформы	не допускается в 0,3 г продукта	не обнаружены

Из данных табл. 1 следует, что сухой молочный белок соответствует нормативным требованиям качества и безопасности, предъявляемым к молочным белковым концентратам. Отсутствие воздействия высокотемпературной

обработки молока в разработанной технологии способствует сохранению нативных свойств молочного белка.

Расчет себестоимости готовой продукции представлен в табл. 2.

Таблица 2

Производственная себестоимость сухого молочного концентрата

Статьи калькуляции	Значение, руб.
Стоимость сырья и основных материалов	2162
Вода и энергия	324,3
Фонд оплаты труда рабочих	1269
Страховые взносы	380,7
Расходы на подготовку и освоение производства	634,5
Цеховая себестоимость	4770,5
Общезаводские расходы	507,6
Прочие производственные расходы	634,5
Производственная себестоимость	5 912,6

Из данных табл. 2 видно, что производственная себестоимость белкового концентрата составляет 5912,6 руб. за 5 кг сухого белка, а 1 кг будет стоить 1182,52 руб. Низкая себестоимость разработанного нами продукта обусловлена низкой ценой обезжиренного молока в Якутии — 15 руб./литр. Многие молокоперерабатывающие предприятия малой мощности из-за сложной транспортной ситуации в Якутии производят в основном масло, а обезжиренное молоко возвращают сдатчикам.

Таким образом, разработанная нами технология позволяет решить комплекс проблем: обеспечение населения легкоусвояемым кальцием для профилактического питания, рациональное использование вторичного молочного сырья, получение дополнительной прибыли предприятием.

Список литературы

1. Иванов, К. И. Особенности фактического питания населения Республики Саха (Якутия) / К. И. Иванов, О. В. Шадрин, Е. Ю. Алексеева [и др.] // Дальневосточный медицинский журнал. — 2005. — № 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-fakticheskogo-pitaniya-naseleniya-respubliki-saha-yakutiya>.
2. Никифорова, Н. И. Сравнение различных методов коагуляции белков при производстве творога / Н. И. Никифорова, Е. С. Волков, А. Э. Конакова // Актуальные вопросы совершенствования технологии производства и переработки продукции сельского хозяйства. — 2018. — № 20. — С. 273–276.
3. Башаева, Д. В. Изменения белков молока при тепловой обработке / Д. В. Башаева, Р. Р. Хаердинов // Молочная промышленность. — 2008. — № 7. — С. 74–75.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ КОРМОВ

М. А. Овчеренко, *обучающийся*, А. В. Миронова, *обучающийся*,
Е. Г. Шеметова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
klena20@ngs.ru

В работе поднимается вопрос о влиянии нормативно-правовых требований в рамках регуляторной гильотины на безопасные технологии при производстве комбикормов, рассмотрены основные процессы безопасности производства комбикормов, а также контроля и порядка обеспечения качества и безопасности продукции.

Ключевые слова: безопасность, комбикорма, контроль, кормопроизводство, нормативно-правовые акты, технологический процесс.

Актуальность состоит в исследовании предположения, что нормативно-правовые требования в рамках регуляторной гильотины помогут снизить административную нагрузку на бизнес, а также повысить уровень безопасных технологий при производстве комбинированных кормов кормопроизводства.

Цель научного исследования состоит в анализе новой правовой информации, ее влияния на эффективность использования безопасных технологий производства кормов для животных, птиц.

Методы и инструменты исследования. Анализ новых нормативных актов (НПА), их влияния на уровень безопасных технологий при производстве комбинированных кормов кормопроизводства, алгоритма безопасности.

За последнее время в сфере кормопроизводства Российской Федерации появилось достаточно много НПА [1]: изменения в законы «О ветеринарии», «О пчеловодстве» [2], постановление Правительства РФ от 27 мая 2024 года № 674 «Об утверждении Правил маркировки упакованных в потребительскую упаковку кормов для животных...», распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2021 года № 3920-р «Об утверждении перечня кормовых добавок, которые используются для целей обогащения рациона животных», приказ Минсельхоза от 18 ноября 2021 года № 779 «Порядок формирования регистрационного досье на кормовую добавку и требования к содержащимся в нем документам», и другие. Все они, в основном, касаются организационных вопросов: перечня кормовых добавок, их регистрации, порядка формирования регистрационного досье, методики и сроков проведения экспертизы корма. Сроки по-прежнему остаются достаточно большими: если ранее экспертиза проводилась до одного года, то в настоящее время сроки снизились только наполовину [2]. Все еще остаются существенными пошлины за государственную регистрацию кормовой добавки — 85 тыс. руб.; за внесение в документы изменений, требующих проведения экспертизы, — 34 700 руб.; если в документы вносятся изменения,

за которые не нужна экспертиза, то такая пошлина составляет 7 700 руб. [2]. Готовится Технический регламент Таможенного союза ТР 201_/00_/ТС «О безопасности кормов и кормовых добавок».

Новые НПА в кормовой сфере, к сожалению, не достигли той простоты понимания, которая присутствует в аналогичных международных документах [1]. Регуляторная гильотина для того и проводится, чтобы упростить законодательство, убрать избыточные барьеры, внести ясность в нормативы, результатом которых должно быть облегчение работы кормопроизводителям. Эти недоработки в НПА ведут к увеличению цены конечного продукта.

Комбикормовые предприятия участвуют в общей цепочке создания пищевой продукции для населения. А значит, для обеспечения безопасности этой цепи всегда возникает вопрос о качественном составе корма и безопасности его элементов [3], т. е. отсутствие недопустимого риска на всех стадиях технологического процесса. Комбинированный корм (комбикорм) — это сухая кормовая смесь из зернового сырья для животных и птиц с высоким содержанием белка, витаминов и микроэлементов [4].

Новые НПА ничего существенного не внесли в безопасность технологий (процессов) производства комбикорма, как, например, *экструдирование* — особый процесс обработки сырья, где зерно поддается механическому воздействию. Они зависят от сложного состава самой выпускаемой продукции, от основных процессов производства комбикорма, они известны и практически отработаны, начиная от подготовки зерна, шелушения, измельчения, экструдирования до дозирования компонента комбинированного корма. При хранении комбикорма могут появиться опасности различных классов как для животных, так и в конечном итоге для человека.

Обеспечить безопасность кормов и, соответственно, их качество может алгоритм безопасности и контроль каждого этапа производства [5], что отражено в таблице.

Контроль и порядок качества и безопасности продукции [5]

Вид контроля	Характеристика
Входной поступившего сырья по параметрам безопасности	лабораторно, внимание уделяют микробиологическим показателям, в частности, наличие бактерий Salmonella
Сырья на складе по показателям безопасности	микробиологических показателей, металломагнитных примесей, патогенной микрофлоры
Безопасности оборудования	механическая очистка, санобработка
Этапов производства	температурный режим, санобработка
Санитарных условий предприятия	отрегулирован требованиями НПА
Готовой продукции по показателям безопасности	микробиологический контроль в лаборатории (ежедневно, выборочно), экспресс-метод
Культуры безопасности производства	персонала предприятия, внедрение этапов «бережливого производства»

Одной из форм контроля со стороны вышестоящих органов является внесение предприятий в соответствующий реестр безопасности кормопроизводств. В настоящее время на территории Новосибирской области в такой реестр Управления ветеринарии включено 39 предприятий, производящих корма для животных, птиц.

Практическая значимость исследования. Информирование предприятий о новых НПА, необходимости алгоритмизации комплексного метода к созданию сбалансированного и самое главное — безопасного корма. Стимулирование предприятий к обеспечению безопасности кормов для повышения показателей производительности, уменьшения финансовых затрат на использование специальных ветеринарных препаратов в животноводстве и птицеводстве, для лечения заболевших от плохого корма животных, птиц.

Выводы и рекомендации. 1. Новые НПА никак не повлияли на эффективность применения безопасных технологий при производстве кормов. 2. На кормопроизводящих предприятиях необходимо применять алгоритм — пять ключевых факторов безопасности: сырье и поставщики (качество ингредиентов); критические точки на заводе (работа по идентификации и оценке опасностей с учетом особенностей производства); надлежащее производство (современные технологии отфильтровки, очистки корма, упаковки); обеспечение безопасности; культура безопасности. Все они обеспечивают эффективное кормопроизводство. 3. Внедрение оборудования уже полностью автоматизированного безопасного производства, таких как «Оптимум» завода «Доза-Агро»: «Умный комбикормовый завод», «Без строительства и монтажа», «Комбикормовый завод Премиум» и т. д., других производителей. 4. Квалифицированный подбор состава комбикорма снижает расходы производителя кормов на кормление животных, птиц, повышает их продуктивность. На качественную и безопасную продукцию на рынке всегда был спрос и возрастает доверие у потребителя к производителю кормов.

Список литературы

1. Грачев, Д. Изменения в законодательстве в сфере обращения кормовых добавок: экономика, новости, прогнозы / Д. Грачев // Комбикорма. — 2022. — № 9. — С. 13–17 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kombi-korma.ru> (дата обращения: 15.01.2025).
2. О внесении изменений в Закон Российской Федерации от 11.06.2021 № 179-ФЗ «О ветеринарии» и ст. 6 Федерального закона «О пчеловодстве в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202106110008?ysclid=m7d7m3tsvv640163601> (дата обращения: 15.01.2025).
3. Николаев, С. И. Кормопроизводство, кормление сельскохозяйственных животных и технология кормов : учебное пособие / С. И. Николаев,

- О. В. Чепрасова, В. В. Шкаленко [и др.]. — Волгоград : Волгоградский ГАУ, 2018. — 148 с. [Электронный ресурс]. — URL: https://e.lanbook.com/book/112344?category_pk=939 (дата обращения: 15.01.2025).
4. Макарецев, Н. Г. Кормление сельскохозяйственных животных / Н. Г. Макарецев. — Калуга: Ноосфера, 2017. — 460 с. [Электронный ресурс]. — URL: <https://fermer.ru/files/v2/forum/225013/10255682.pdf?ysclid=m7da2xnua2826233452> (дата обращения: 15.01.2025).
 5. Система обеспечения качества и безопасности комбикормов [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.ql-journal.ru/ru/node/631> (дата обращения: 01.02.2025).

РАЗРАБОТКА РЕЦЕПТУРЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНОГО ИЗДЕЛИЯ, ОБОГАЩЕННОГО СЫРЬЕМ РАСТИТЕЛЬНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

А. А. Паргина

Научный руководитель: И. С. Брашко, *старший преподаватель*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
chacapo@yandex.ru

В работе определены соотношения ингредиентов растительного происхождения для хлебобулочного изделия и апробирована технология его производства. Цель исследования — изучение влияния лецитина подсолнечного на свойства и качество хлебобулочных изделий, определение оптимальной дозировки внесения подсолнечного лецитина, оценка органолептических и физико-химических характеристик.

Ключевые слова: хлеб, хлебобулочные изделия, лецитин, растительное сырье, качество.

В 80-е г. XX в. в научной среде бытовало устойчивое мнение об увеличении внутреннего производства подсолнечного масла, побочных продуктов переработки масла, такие как шрот и лецитин, для насыщения рынка данным видом продукции [1].

По предварительным данным Росстата, в 2023 году в России собрано более 27 млн тонн основных масличных культур, из них на урожай подсолнечника приходится 16 млн тонн, сои — 6 млн тонн, рапса — 4 млн тонн. Объем российского рынка лецитина составляет 20 тыс. тонн, из них 12,5 тыс. тонн приходится на соевый лецитин [2]. Содержание лецитина зависит от вида произведенных семян подсолнечника. Его выделение зависит от состояния семян и условий обработки. Условия, способствующие оптимальному удалению фосфолипидов, также способствуют оптимальному качеству масла [3].

Однако уже в наше время данная теория опровергалась. В исследовании [4] приводится довод о том, что подсолнечный лецитин не производится в значительных количествах во всем мире. Это объясняется низким содержанием лецитина в нерастворимом подсолнечном масле по сравнению с 2,9 % в соевом, 1,9 % в рапсовом, 2,4 % в хлопковом и 2,0–2,7 % в кукурузном масле.

Важными параметрами при производстве хлеба, влияющими на конкурентоспособность производства, являются высокая пищевая и функциональная ценность при сохранении традиционных и узнаваемых потребителем органолептических показателей качества, а также низкая себестоимость изделия [5].

Целью исследования является изучение влияния добавленного растительного сырья на качественные характеристики хлеба.

Задачи исследования: разработка рецептуры и технологии хлебобулочного изделия; определение качественных характеристик изготовленного продукта.

Оценка качества изготовленного хлебобулочного изделия проводилась по методам, указанным в ГОСТ 26987–86 «Хлеб белый из пшеничной муки высшего, первого и второго сортов. Технические условия».

Значимость исследования подтверждается экспериментально и результатами оценки качественных характеристик хлебобулочного изделия.

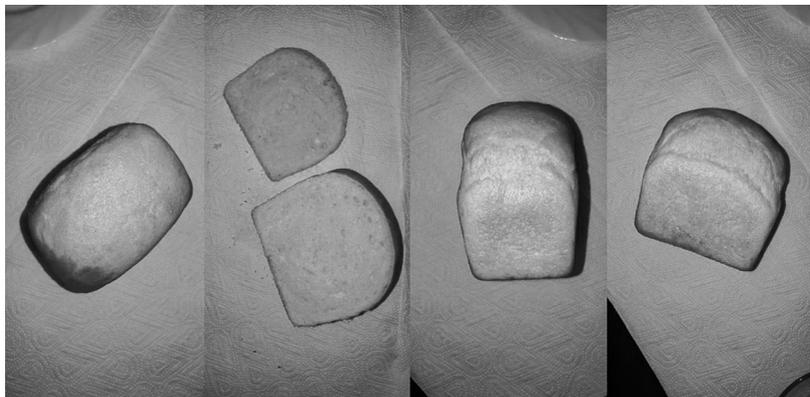
Была разработана рецептура хлебобулочного изделия с добавлением подсолнечного лецитина и отвара сныти, представленная в табл. 1.

Таблица 1

Рецептура хлебобулочного изделия с добавлением растительного сыря

Ингредиенты	Масса
Мука	145,5 г
Дрожжи	2,25 г
Йодированная соль	1,0 г
Отвар сныти	90 мл
Жидкий подсолнечный лецитин E322 (I) «LECI PRIME SF RU»	4,0 г

По разработанной рецептуре были изготовлены образцы хлебобулочных изделий, представленные на рисунке.



Образцы хлебобулочного изделия с добавлением растительного сыря

Технология заключалась в подготовке отвара сныти настаиванием 5,0 г травы сныти обыкновенной в 250 мл кипяченой воды в течение часа с последующей фильтрацией от примесей. Далее перемешивание всех компонентов (мука, дрожжи, соль йодированная, подсолнечный лецитин) и добавление 90 мл отвара в сухую массу. Затем производился замес теста в течение 3 мин.; брожение теста и обминка каждые 45 мин. 2 раза; разделка теста и выпекание в течение 25±5 мин. в конвекционной печи.

По результатам органолептической оценки установлено, что изготовленный хлеб имеет прямоугольную форму, соответствующую той, в которой производилось выпекание, гладкую без трещин поверхность светло-коричневого цвета.

На ощупь хлеб пропеченный, эластичный, после надавливания на мякиш принимает первоначальную форму. Комочки и следы плохого промеса отсутствуют. Пористость развитая. Во вкусе и запахе ощущаются ноты травы и подсолнечника.

Проведены физико-химические исследования, результаты которых представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты физико-химических исследований

Показатель	Результат
Влажность мякиша, %	40,0
Кислотность мякиша, град	2,5
Пористость мякиша, %	76,0

По результатам исследований установлено, что внесение 4,0 г подсолнечного лецитина и 90 мл отвара сняты к массе муки является оптимальным, о чем свидетельствуют высокие показатели выхода готового изделия, объем — $845,0 \pm 5,0$ см³ и масса — $205,0 \pm 5,0$ г готового изделия.

Изготовленный хлеб с добавленным в рецептуру растительным сырьем соответствует требованиям по органолептическим и физико-химическим показателям. Рекомендуется данное соотношение лецитина к массе муки для сохранения высоких вкусовых качеств продукта.

Список литературы

1. Morrison, W. H. Sunflower lecithin / W. H. Morrison // Journal of the American Oil Chemists Society. — 1981. — Т. 58, no. 10. — С. 902–903.
2. Порошина, Д. Д. Исследование влияния лецитина подсолнечного на качественные характеристики хлебного продукта / Д. Д. Порошина, И. С. Брашко, В. А. Лазарев, А. А. Партина // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. — 2024. — Т. 13, № 4 (68). — С. 136–141. — EDN KFFOLK.
3. Левкина, В. Е. Перспективы использования вторичных продуктов переработки растительного сырья для расширения кулинарной продукции / В. Е. Левкина // Совершенствование рационов питания населения, фудомика, обеспечение качества и безопасности пищевой и кулинарной продукции : сборник научных трудов Всероссийской научно-практической

- конференции с международным участием, посвященной памяти Почетного работника высшей школы Российской Федерации, доктора технических наук, профессора Г. Г. Дубцова, Москва, 12–13 декабря 2023 года. — Москва : ООО «Русайнс», 2024. — С. 129–137. — EDN IGJBBH.
4. Guiotto, E. N. Sunflower lecithin / E. N. Guiotto, M. C. Tomás, B. W. K. Diehl // *Polar lipids*. — Elsevier, 2015. — С. 57–75.
 5. Илларионова, В. В. Научно-практическое обоснование применения подсолнечных лецитинов олеинового типа в производстве пищевых продуктов функционального назначения: автореф. дис. ... д-ра техн. наук. — Краснодар, 2011. — 47 с. — EDN QHOVMT.

НОВАЯ ШОКОЛАДНАЯ ГЛАЗУРЬ НА АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЖИРОВОЙ ОСНОВЕ

П. Е. Ускова, *обучающийся*, Д. И. Попова, *обучающийся*,
О. Д. Варнавская, *канд. техн. наук*, С. В. Кубышкина, *преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
olyvarnak@yandex.ru

В статье дана оценка качества разработанной глазури шоколадной на альтернативной жировой основе. Установлено, что новая глазурь шоколадная имела хорошие органолептические и физико-химические свойства и может использоваться в кондитерском производстве.

Ключевые слова: глазурь шоколадная, кондитерские изделия, альтернативная жировая основа, жир-заменитель какао-масла, жир говяжий.

Отечественный рынок кондитерских изделий выступает наиболее быстрорастущим в секторе товаров повседневного спроса (FMCG): 11,2 %. В 2023 году прирост в денежном выражении составил 12,5 %. По оценкам аналитической компании NielsenIQ, кондитерская отрасль до 2030 года будет показывать устойчивый рост. Это связывают со спросом на положительные эмоции и с ростом онлайн-продаж [3].

При производстве конфет используют для их покрытия шоколадную глазурь. Одним из основных компонентов натуральной шоколадной глазури является какао-масло. Вместо дорогостоящего какао-масла возможно использование более дешёвых заменителей жировой основы [5]. Такой альтернативой может стать говяжий жир [1].

Для получения качественных кондитерских изделий важны многие параметры используемой кондитерской глазури, в частности, не только ее вкус, цвет и аромат, но и текучесть, скорость застывания, дисперсность, устойчивость при различных температурах и влажности и т. д. Данное направление исследования было отражено в научных трудах отечественных и зарубежных авторов [4].

Цель работы. Разработка и оценка потребительских свойств шоколадной глазури, приготовленной на альтернативной жировой основе.

Задачи исследования: определение органолептических и физико-химических показателей шоколадной глазури.

Материалы (объекты) исследования. В качестве контроля выбраны следующие образцы шоколадной глазури: образец 1 (контрольный) — глазурь шоколадная темная (Puratos, Россия); образец 2 (контрольный) — шоколадная глазурь с какао-маслом по рецептуре № 347 (Рецептуры на конфеты и ирис, 1971).

Для остальных образцов шоколадной глазури использовали жир говяжий (жир комбинированный «LMS» кондитерский твердый, ООО «АБН») в качестве замены какао-масла: образец 3 — шоколадная глазурь на сыворотке с альтернативной жировой основой [2]; образец 4 — шоколадная глазурь на сухом молоке с альтернативной жировой основой [2].

Методы исследования. Массовую долю влаги определяли по ГОСТ 5900–2014; сахара — по ГОСТ 5903–89; массовую долю жира — по ГОСТ 5899–85; основные показатели и характеристики шоколадной глазури — по ГОСТ 34383–2018.

Для обработки статистически использовали программу *Microsoft Excel*. Результаты полученных исследований представлены в виде $M \pm s$, где s — стандартное отклонение; n — количество измерений. Различия считались достоверными при $p \leq 0,05$.

Подготовка материалов к исследованию. Для образцов шоколадной глазури с заменителем какао-масла на говяжий жир использовали следующую технологию. Говяжий жир растапливают в емкости при температуре 43 °С. Сахарную пудру, сухой молочный продукт, предпочтительно сухое молоко, например обезжиренное 1,5 %, или сухую молочную подсырную сыворотку, например с уровнем деминерализации 30 %, и какао-порошок, предпочтительно алкализированный, смешивают, просеивают и добавляют в емкость к растопленному говяжьему жиру. Полученную глазурь отсаживают в каллеты и оставляют для стабилизации. Перед использованием каллеты растапливают до рабочей температуры 43–50 °С.

Результаты исследования и их обсуждение. Данные органолептической оценки шоколадной глазури покупной с какао-маслом и с заменителем какао-масла представлены в табл. 1.

Таблица 1

Органолептическая оценка глазури шоколадной ($M \pm m$, $n=5$)

Показатели	НТД (ГОСТ 34383–2018)	Образец			
		1	2	3	4
Внешний вид	Капли (дробсы), или другой вид в соответствии с рецептурой. Не допускается поседение глазури, предназначенной для реализации	Соответствует. Без сахарного и жирового поседения, гладкая, блестящая			
Цвет	Равномерный, коричневый различных оттенков	Соответствует. Темно-коричневый	Соответствует. Темно-коричневый	Соответствует. Коричневый	Соответствует. Молочно-коричневый
Консистенция: — при $T^{\circ} 16-18^{\circ}C$	Твердая	Соответствует. Без деформации			
— в расплавленном состоянии	Текучая	Соответствует. Текучая, однородная, без кристаллов сахара			
Вкус и запах	Свойственные конкретному виду глазури, без посторонних привкуса и запаха	Соответствует. Без посторонних запаха и привкуса			

Все образцы кондитерской глазури характеризовались высокими органолептическими показателями, в частности, экспериментальные образцы 3 и 4

обладали сладким молочно-шоколадным вкусом и приятным неприторным ароматом.

Физико-химические показатели глазури шоколадной представлены в табл. 2.

Таблица 2

Физико-химические показатели глазури шоколадной (M±m, n=5)

Наименование показателя	НТД (ГОСТ 34383–2018)	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4
Массовая доля влаги, %	не более 1,5	1,33±0,11	1,21±0,09	1,45±0,04	1,43±0,05
Температура плавления, °С	40–50	43–50			
Вязкость, Па·с при t=32 °С	9,5–10,0	9,6±0,1	9,8±0,2	9,6±0,2	9,5±0,1
Массовая доля жира в пересчете на сухие вещества, %	не менее 30,0	36,00±0,05	32,80±0,04	37,30±0,05	37,20±0,03

Глазурь шоколадная в растопленном состоянии также характеризовалась реологическими свойствами, в частности вязкостью, позволяющими качественно использовать ее для глазирования кондитерских изделий, и, как следствие, текучестью, дисперсностью и однородностью, а при застывании глазури на кондитерских изделиях формировалась однородная плотная поверхность с глянцевым блеском и характерным хрустом при разрезании изделий.

При многократных циклах нагревания–охлаждения такой шоколадной глазури не отмечалось ее расслоение, а температура плавления позволяла ей быть устойчивой на изделиях при повышенных температурах, например в летний период.

В дальнейшем для более полного исследования необходимо оценить влияние альтернативной жировой основы шоколадной глазури на готовую продукцию, а именно, на конфеты, выполненные ручным способом.

Заключение. Глазурь шоколадная на сыворотке и глазурь шоколадная на сухом молоке, приготовленные на альтернативной жировой основе, могут использоваться для нанесения на конфеты и другие кондитерские изделия, так как данная глазурь характеризуется повышенной стабильностью, а также хорошими реологическими и органолептическими свойствами.

Список литературы

1. Бутова, С. Н. Применение заменителей масла какао в производстве конфет с корпусом типа пралине / С. Н. Бутова, С. В. Бабарькина // Молодой ученый. — 2019. — № 39 (277). — С. 176–179. — URL: <https://moluch.ru/archive/277/62696/> (дата обращения: 23.02.2025).
2. Композиция для приготовления кондитерской глазури: патент на изобретение RU 2822668 С1/ Кубышкина С. В., Крайков А. А.; заявитель и

патентообладатель Крайков А. А., 11.07.2024. Заявка от 01.04.2024. Дата публикации: 11.07.2024.

3. Кондитерский рынок в 2023 году вырос вдвое больше, чем весь продуктовый рынок России [Электронный ресурс]. — URL: logistics.ru (дата обращения: 23.02.2025).
4. Сравнительное исследование отечественных и импортных заменителей масла какао лауринового типа для производства кондитерских глазурей / Э. В. Мазукабзова, Л. В. Зайцева, Н. Б. Кондратьев [и др.] // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. — 2021. — С. 247–253.
5. Осипов, В. В. Тенденции современного развития отечественной кондитерской промышленности / В. В. Осипов // Экономика, бизнес, инновации: актуальные вопросы теории и практики : сборник статей II Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 февраля 2024 года. — Пенза : Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2024. — С. 11–14.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ КОНТРОЛЯ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОНСЕРВАНТОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

К. К. Шабунин, С. А. Яворская

Научный руководитель: А. В. Деревянкин, *канд. с.-х. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия

Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий
Российской академии наук (СФНЦА РАН), г. Новосибирск, Россия
molod-uch-sibniiesh@ya.ru

Контроль за использованием консервантов в колбасном производстве важен для обеспечения безопасности и качества продукции. Статья предлагает организационные положения и инновационные подходы для улучшения контроля и минимизации рисков. Рассматриваются вопросы ответственности, соблюдения нормативов, обучения персонала и предлагаются современные технологии, такие как искусственный интеллект и блокчейн.

Ключевые слова: организация производства, регламентирующие положения, пищевые технологии, консерванты, колбасное производство.

Актуальность исследования. Производство колбасных изделий представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий особого внимания к качеству и безопасности конечной продукции. Однако неправильное применение консервантов может негативно сказаться на вкусовых качествах, снизить питательную ценность и даже угрожать здоровью потребителей. В связи с этим необходимо внедрение эффективных механизмов и инновационных решений, которые позволят сбалансировать сохранность продукции и её безопасность [1, 2].

Цель исследования. Разработка комплекса организационных и регламентирующих положений, а также инновационных подходов для эффективного контроля за использованием консервантов на мясоперерабатывающих предприятиях.

Методы и инструменты исследования. Для достижения поставленных целей в области обеспечения качества и безопасности колбасных изделий используются междисциплинарные методы. Важным этапом является анализ нормативных актов, касающихся производства и использования консервантов. Интервью с экспертами в области пищевой безопасности и технологий производства также играют значительную роль в сборе информации и выработке рекомендаций.

Результаты исследования. В результате обобщения проведенного исследования для обеспечения высокого уровня качества и безопасности колбасных изделий предложено внедрение ряда организационных положений и инновационных подходов (рис. 1 и 2) [3, 4].

<p>Ответственные лица: назначение конкретных специалистов. Это могут быть как внутренние аудиторы, так и внешние эксперты</p>	<p>ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ</p>	<p>Нормативные документы: строгое следование актуальным ГОСТам и регламентам</p>
<p>Внутренние инструкции: разработка и внедрение стандартизированных процедур</p>	<p>Входной контроль качества сырья: проведение тщательной проверки качества исходных материалов перед их использованием в производстве</p>	<p>Дозировка консервантов: строгое соблюдение рецептурных норм при добавлении консервантов</p>
<p>Лабораторный анализ: регулярные проверки содержания консервантов в готовой продукции</p>	<p>Технологический контроль: постоянный мониторинг производственных процессов</p>	<p>Учёт и документирование: ведение четкого учета использования консервантов и других добавок</p>
<p>Обучение персонала: постоянные повышения квалификации сотрудников</p>	<p>Хранение и транспортировка: обеспечение правильных условий хранения и транспортировки продукции</p>	<p>Постоянное обновление информации: учёт последних изменений в законодательстве и научных исследованиях</p>
<p>Инспекционный контроль: проведение независимых проверок для оценки состояния предприятия и соответствия установленным стандартам</p>	<p>Корректирующие действия: оперативное реагирование на выявленные несоответствия и проблемы</p>	<p>Экологическая ответственность: применение экологически безопасных консервантов</p>
<p>Информационная поддержка потребителя: создание прозрачной и доступной системы информирования</p>	<p>Альтернативные методы консервации: исследования активно ведутся в направлении использования природных консервантов, а также физических методов консервации</p>	<p>Мониторинг потребительских предпочтений: постоянный анализ предпочтений потребителей</p>
<p>Оценка рисков: идентификация и минимизация потенциальных угроз</p>	<p>Внешний аудит: независимая оценка системы контроля качества</p>	<p>Ежегодный отчет: систематизированный анализ данных по качеству</p>

Рис. 1. Организационные положения контроля применения консервантов в колбасном производстве



Рис. 2. Инновационные подходы к совершенствованию контроля применения консервантов в колбасном производстве

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные организационные положения и инновационные подходы помогут предприятиям мясоперерабатывающей промышленности повысить безопасность и качество колбасных изделий, минимизировать риски и затраты, а также укрепить доверие потребителей.

Выводы и рекомендации. Таким образом, производство колбасных изделий требует комплексного подхода, включающего как научные исследования, так и строгий контроль на всех этапах — от выбора сырья до доставки готовой продукции потребителю. Внедрение современных технологий и методов, направленных на обеспечение безопасности и качества, позволит не только удовлетворить потребительский спрос, но и повысить доверие к производителям. Важно, чтобы все участники процесса, от производителей до потребителей, были вовлечены в процесс обеспечения безопасности и качества продукции, что в конечном итоге приведёт к улучшению здоровья населения и повышению качества жизни.

Список литературы

1. Госманов, Р. Г. Санитарная микробиология пищевых продуктов : учебное пособие / Р. Г. Госманов [и др.]. — 2-е изд., исправ.. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 560 с. — EDN QXLLXJ.
2. Микробиологический контроль мяса животных, птицы, яиц и продуктов их переработки / Р. Г. Госманов, А. К. Галиуллин, Ф. М. Нургалиев [и др.]. — М.: Колос, 2018. — 208 с. — EDN QXLLXJ.

- др.]. — Казань : Казанская государственная академия ветеринарной медицины им. Н. Э. Баумана, 2016. — 59 с. — EDN NWBQCQ.
3. О безопасности мяса и мясной продукции: Технический регламент Таможенного союза (ТР ТС 034/2013) [Электронный ресурс]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/499050564> (дата обращения: 16.02.2025).
 4. Гигиенические требования к безопасности пищевых продуктов [Электронный ресурс]. — URL: https://sch-internat.siva-edu.ru/upload/pages/27019/dat_1645153500615.pdf (дата обращения: 16.02.2025).

Научное издание

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ
МОЛОДЕЖНЫЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ
ИМ. ПРОФЕССОРА Н. Н. ПРОТОПОПОВА
В РАМКАХ ДЕСЯТИЛЕТИЯ НАУКИ
И ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Сборник материалов
Часть 1*

Новосибирск
12 – 14 марта 2025 года

Под ред. Э. А. Новосёловой

*Редактор В. И. Дмитриева
Компьютерная верстка А. М. Бабушкина*

Подписано в печать 06.10.2025. Формат 60×84/ 16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Печ. л. 19. Уч.-изд. л. 17,67. Заказ № 23.

Типография Новосибирского государственного технического университета.
630073, Новосибирск, пр. К. Маркса, 20.