

МОЛОДЕЖЬ, ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА XXI ВЕКА



МАТЕРИАЛЫ
научно-практической конференции студентов и аспирантов,
посвящённой памяти заслуженного деятеля науки РФ,
профессора В. С. Соминского

(18 апреля 2024 г.)

ВЫПУСК 21
Часть II

Санкт-Петербург
2024

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»
Высшая школа технологии и энергетики

МАТЕРИАЛЫ
научно-практической конференции студентов и аспирантов,
посвящённой памяти заслуженного деятеля науки РФ,
профессора В. С. Соминского

**«МОЛОДЕЖЬ, ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА
XXI ВЕКА»**

(18 апреля 2024 г.)

Научное издание

2024 • Выпуск 21
Часть II

*Под общей редакцией доктора экономических наук, доцента
В. А. Бескровной*

Санкт-Петербург
2024

УДК 378.2
ББК 74.58
М 754

Редакционная коллегия:

кандидат экономических наук, заведующий кафедрой маркетинга
и логистики Высшей школы технологии и энергетики СПбГУПТД

А. Н. Назарова;

кандидат экономических наук, директор института Управления и экономики
Высшей школы технологии и энергетики СПбГУПТД

Е. М. Фрейдкина;

кандидат экономических наук, доцент Высшей школы технологии
и энергетики СПбГУПТД

Д. Г. Яковлева;

кандидат экономических наук, заведующий кафедрой финансов и учета
Высшей школы технологии и энергетики СПбГУПТД

О. А. Морозов

М 754 Молодежь, образование и наука XXI века: материалы научно-практической конференции студентов и аспирантов, посвящённой памяти заслуженного деятеля науки РФ, профессора В. С. Соминского (18 апреля 2024 г.) / Минобрнауки РФ; ФГБОУ ВО «С.-Петерб. гос. ун-т промышленных технологий и дизайна»; под ред. доктора экономических наук, доцента В. А. Бескровной. — СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2024. — Вып. 21, Ч. 2. — 94 с.

ISBN 978-5-91646-413-9

В сборник вошли статьи участников региональной научно-практической конференции студентов и аспирантов, посвящённой памяти заслуженного деятеля науки РФ, профессора В. С. Соминского «Молодежь, образование и наука XXI века». Работы отражают результаты исследований по проблемам современного социально-экономического развития, менеджмента, финансов, маркетинга и логистики, цифровых технологий, эффективного использования ресурсов и ряду других вопросов. Материалы конференции могут быть полезны руководителям, менеджерам и специалистам промышленных предприятий и организаций, а также преподавателям, аспирантам, магистрам и бакалаврам университетов.

Материалы представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Организаторы конференции не несут ответственность перед авторами и/или третьими лицами за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

УДК 378.2
ББК 74.58

ISBN 978-5-91646-413-9

А. Ж. Абжапбарова

Академия гражданской авиации

Р. Д. Мусалиева

Академия логистики и транспорта

Алматы, Казахстан

СТРАТЕГИИ ПЛАНИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ГРУЗОВЫХ ПОТОКОВ В ЦЕПИ ПОСТАВОК

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы решения задач оптимизации, планирования и распределения грузовых потоков, являющиеся приоритетными направлениями в сфере интегрированных транспортно-логистических систем.

Стратегия планирования и распределения грузопотоков в современных экономических условиях должна формироваться в зависимости от конкретных условий и видов транспорта. Выбор оптимального варианта развития логистических центров в транспортной сети, удовлетворяющий ожидаемым в перспективе объемам перевозок грузов к потребителям, относится к задачам оптимизационного типа, предполагающего предварительное решение соответствующих математических задач.

В работе формализованы исходные предпосылки, которые следует учесть, произведен выбор переменных, определяемых в результате решения, сформированы критерии оптимальности решения, разработан алгоритм оптимального решения задач планирования и распределения грузопотоков в транспортно-логистической системе.

Ключевые слова: оптимизация, планирование, распределение, грузовые потоки, моделирование, транспорт, логистический центр.

A. Abzhapbarova

Civil Aviation Academy

R. Mussaliev

Academy of Logistics and Transport

Almaty, Kazakhstan

STRATEGIES FOR PLANNING AND DISTRIBUTING CARGO FLOWS IN THE SUPPLY CHAIN

Abstract. The article considers the issues of solving problems of optimizing the planning and distribution of cargo flows, which are priority areas in the field of integrated transport and logistics systems.

The strategy of planning and distribution of cargo flows in modern economic conditions should be formed depending on specific conditions and modes of transport. The choice of the optimal option for the development of logistics centers in the

transport network, satisfying the expected volumes of cargo transportation to consumers in the future, refers to optimization-type tasks, involving the preliminary solution of the corresponding mathematical problems.

The paper formalizes the initial prerequisites that should be taken into account, selects the variables determined as a result of the solution, forms criteria for the optimality of the solution, and develops an algorithm for the optimal solution of problems of planning and distribution of cargo flows in the transport and logistics system.

Keywords: optimization, planning, distribution, cargo flows, modeling, transport, logistics center.

Актуальность работы. Рынок транспортно-логистических услуг Казахстана в настоящее время требует решения оптимизационных задач, определяющих влияние и масштабы деятельности его участников и структуру их взаимоотношений в цепи поставок. Комплексное изучение эффективности планирования и распределения грузовых потоков на всей логистической цепи является одной из важнейших составляющих моделирования системы грузопереработки и служит отправным пунктом деятельности всех видов транспорта в экономических условиях ЕАЭС [1].

В настоящее время в отношениях производителя и потребителя происходят изменения, при которых ключевые позиции сохраняются за потребителем и за его спросом. Следует учитывать, что на величину потребления на рынке транспортных услуг влияют многочисленные экономические, социальные и другие факторы, такие как размещение производительных сил и объемов потребления товаров на местах, объемов экспорта и импорта, внедрения прогрессивных технологий в производство товаров, направления ресурсосберегающей политики, тарифы и качество транспортных и распределительных услуг и другие.

Решение задач оптимизации планирования и распределения грузовых потоков целесообразно проводить отдельно для каждого логистического центра, пропускающего материальный поток, начиная с последнего в следующем порядке.

Методы исследования. Стратегия планирования и распределения грузопотоков в современных экономических условиях должна формироваться в зависимости от конкретных условий и видов транспорта. Выбор оптимального варианта развития логистических центров в транспортной сети, удовлетворяющий ожидаемым в перспективе объемам перевозок грузов к потребителям, относится к задачам оптимизационного типа, предполагающего предварительное решение соответствующих математических задач [2-5]. Поэтому при составлении математических формулировок принципиально важно:

- выбрать совокупность переменных, которые должны быть определены в результате решения;

- формализовать все исходные предпосылки, которые следует учесть при нахождении оптимального решения;
- сформировать критерии оптимальности решения.

Результаты исследования. На начальном этапе рассчитывается стационарная стратегия развития транспортной системы. Вначале осуществляется сбор данных о потребностях в материальных средствах различных номенклатур на плановый период, о размерах партий грузов, об остатках материальных средств в логистическом центре. При разработке стратегии S технологический процесс будет повторяться через каждые β плановых периодов. Поэтому имеет смысл переход к циклической стратегии, которая позволяет рассматривать конечный отрезок времени.

Для этого определяется величина β цикла как наименьшее общее кратное чисел, равных технологическим циклам на каждой номенклатуре грузов. После этого рассчитывается стратегическое планирование транспортной системы на период времени t , который должен отвечать заданным условиям функционирования.

Номинальная мощность логистических каналов, рассчитанная из условия удовлетворения потребностей грузополучателей, определяется как сумма произведений потребности на каждой номенклатуре грузов на норму их обработки.

Стратегическое планирование на первый плановый период целесообразно рассчитывать, исходя из уровня остатков материальных средств в логистическом центре. Ее можно представить в виде вектора, элементы которого принимают значение, равное единице, если партия грузов доставляется в логистический центр в данном плановом периоде, и значение, равное нулю, в противном случае. Причем принимаются следующие условия:

$$y_{qt} = \begin{cases} 1, d_q \leq s_{qt} < 2d_q \\ 0, s_{qt} \geq 2d_q \end{cases}. \quad (1)$$

Далее, зная величину запаса материальных средств q -й номенклатуры на начало первого планового периода и значение переменной $y_{qt} = 1$, вычисляется уровень запаса на начало следующего $(t+1)$ -го планового периода:

$$S_{q,t+1} = s_{qt} - d_q + b_q \cdot y_{qt}. \quad (2)$$

Величина запаса увеличится на количество материальных средств b_q , доставленных в логистический центр в данном плановом периоде, и уменьшится на количество d_q отправленное грузополучателем. Аналогичным образом стратегическое планирование транспортной системы и запаса материальных средств вычисляется до конца цикла, т.е. для β плановых периодов

Для решения задач стратегического планирования необходимо учитывать следующие параметры [3]:

- фактическая загрузка P i -х групп технологического оборудования по плановым периодам t , причем предполагается соблюдение ограничений:

$$\sum_q m_{qi} \cdot b_q \cdot y_{qi} \leq p_i, \quad (3)$$

где m_{qi} – отклонения от номинальной мощности, %;

b_q - средняя перегрузка групп технологического оборудования, %;

y_{qi} – максимальная перегрузка групп технологического оборудования, %;

p_i - степень равномерности использования технологических ресурсов:

$$F(y) = \frac{\min}{1 \leq t \leq \beta \sum_{i=1}^m \sum_{q=1}^m m_{qi}}. \quad (4)$$

На следующем этапе производится оптимизация полученной функциональной модели, которую, как правило, для подобного класса задач целесообразно произвести путем циклических сдвигов столбцов в матрицах C .

Очевидно, что решение задачи методом полного перебора множества допустимых решений, т.е. β^m вариантов, требует значительных затрат машинного времени [4]. Однако, если рассмотреть структуру матрицы C более детально, можно значительно уменьшить число перебираемых вариантов, исходя из следующих соображений. Хотя по постановке это задача линейного программирования [2], фактически область определения переменных – это множество матриц, получаемых из исходной матрицы путем циклических сдвигов ее элементов. Если общий цикл производства β – это наименьшее общее кратное циклов для каждой номенклатуры грузов β_q , то циклический сдвиг q -й строки более чем β_q раз будет приводить к повторению допустимых решений, полученных при первых β_q циклических сдвигах q -й строки. Таким образом, количество допустимых решений существенно сокращается, и становится равным:

$$R = \prod_{q=1}^m \beta_q. \quad (5)$$

Если более сократить количество допустимых решений – факт циклической перестановки столбцов матрицы C , тогда среди множества решений R каждое будет встречаться β раз. Следовательно, различных решений будет R/β . Таким образом, необходимо перебрать R/β решений, среди которых будет и оптимальное. Выбор может быть произведен по следующему алгоритму:

- 1) вычисление общего количества допустимых решений по формуле (5);
- 2) формирование начального значения счетчика циклических сдвигов ($IS=1$);
- 3) присвоение значения номера сдвига ключу m ;
- 4) вычисление вектора RPq , каждый элемент которого представляет собой количество сдвигов q -й строки матрицы C , равный остатку от деления m на β_q .

Причем перед модернизацией $q=q+1$ значения ключа m меняется следующим образом: $m=m/\beta_q$;

5) проверка условия:

$$\prod_q RP_q < 0; \quad (6)$$

6) определяются параметры нового решения;

7) значение функции – степени равномерности использования технологического оборудования сравнивается с тем, что было получено в предыдущих случаях: выбирается минимальное решение, соответствующее минимальному значению функции, и вычисленные для его параметра значения запоминаются как оптимальные;

8) моделируется значение счетчика сдвигов $IS=IS+1$. Если просмотрены не все R/β_q решений, то выполняются действия в соответствии с п. 3. В противном случае расчеты завершаются.

Следовательно, оптимальный план для одного логистического центра, который можно рассматривать, как прогноз хода транспортного планирования на длительный период времени, будет вычислен после выполнения, как минимум, двух этапов расчетов. Аналогично строятся оптимальные планы для последующих логистических центров.

Ряд вопросов оптимизационного характера возникает и при решении задач распределения грузопотоков между звеньями транспортно-логистической системы [5]. Рассмотрим железнодорожный и автомобильный виды транспорта, участвующие в процессе распределения материальных потоков, с целью оптимальной переработки на каждом ее этапе. В данной работе применяется метод направленного перебора

Целевой функцией, выступающей в роли координирующей, принимаем время доставки грузов, которое является важнейшим показателем качества работы звеньев транспортно-логистической системы [6]. Поставим задачу таким образом, чтобы распределить между звеньями транспортно-логистической системы общие ресурсы, выделенные на оснащение данного объекта, а также минимизировать суммарное время доставки грузов

Величина T_i выражается через управляемый параметр $S_{r,t}$ и определяет технико-технологические характеристики (количество сортировочных путей, маневровых локомотивов, погрузочно-разгрузочных машин и автотранспорта), варьируя которыми можно изменять время выполнения технологических операций и ожидания их начала. Необходимо распределить средства между звеньями транспортно-логистической системы: $\Gamma\Phi_1$ – грузовой фронт на железнодорожной станции, $\Gamma\Phi_2$ – грузовой фронт у грузовладельца. На $\Gamma\Phi_1$ погрузочно-разгрузочные операции выполняются с вагонами и автомобилями t_{sp1} , на $\Gamma\Phi_2$ – только с автомобилями t_{sp2} . Время ожидания начала операций не учитывается. Общее время T_{sp} на погрузочно-разгрузочные операции в данной транспортно-логистической системе составляет:

$$T_{гр} = t_{гр1} + t_{гр2}, \text{ ч;} \quad (7)$$

$$t_{гр1} = \frac{Q_{сут}}{(Z_{жд} \cdot Q_{тех1} - \frac{Q_{сут}}{T_a})}, \text{ ч;} \quad (8)$$

$$t_{жд2} = \frac{Q_{сут}}{(Z_a \cdot Q_{тех2})}, \text{ ч,} \quad (9)$$

где $Q_{сут}$ – суточный грузопоток, т;

$Q_{тех1}$, $Q_{тех2}$, – техническая производительность погрузочно-разгрузочных машин на $\Gamma\Phi_1$ и $\Gamma\Phi_2$ соответственно, т/час;

$Z_{тж}$, Z_a – количество погрузочно-разгрузочных машин на $\Gamma\Phi_1$ и $\Gamma\Phi_2$ соответственно;

T_a – время работы автотранспорта по завозу-вывозу в течение суток, ч.

Очевидно, что количество погрузочно-разгрузочных машин соответствуют условиям: $Z_{жд} \geq 1, Z_a \geq 1$.

В зависимости от выделяемых средств количество погрузочно-разгрузочных машин определяется по формуле:

$$Z_{жд} = \frac{S_{r1}}{K_{прм1}}, \text{ ед;} \quad (10)$$

$$Z_a = \frac{S_{r2}}{K_{прм2}}, \text{ ед,} \quad (11)$$

где S_{r1} , S_{r2} – доля средств, выделяемых на $\Gamma\Phi_1$ и $\Gamma\Phi_2$ соответственно, у.д.е.;

$K_{прм1}$, $K_{прм2}$ – стоимость одной погрузочно-разгрузочной машины на $\Gamma\Phi_1$ и $\Gamma\Phi_2$ соответственно, у.д.е.

Так получаем необходимость выполнения условий:

$$S_{r1} + S_{r2} \leq S_R. \quad (12)$$

Таким образом, суммарные ресурсы S_R , выделенные на развитие логистических центров в транспортно-логистической системе, нужно распределить таким образом, чтобы время $T_{гр}$ было минимальным ($T_{гр} \rightarrow \min$).

Следовательно, в рассмотренном варианте производительность всей системы зависит от двух основных факторов: уровня использования транспортных средств и эффективности перегрузочных операций. Математические алгоритмы решения задач оптимизации транспортно-логистической системы строятся аналогично оптимальным планам логистических центров

Вывод. Проведенный анализ показывает, что решение задач построения оптимальных стадий планирования и распределения грузовых потоков взаимозависимо не только от мощностей логистических каналов, разнообразия типов и различных в порядке функционирования групп технико-технологических оборудования в логистических центрах, но и позволяет

определить критерии, влияющие на эффективность и достижение высокого уровня производительности всей транспортной системы в целом

Библиографический список

1. Комплексный подход к определению путей повышения эффективности транспортно-логистической системы Республики Казахстан / Э. Т. Каплан, Н. Я. Сербаетова, А. В. Кочетков, Г. М. Бекмагамбетова // Вестник евразийской науки. – 2020. – № 1. – URL: <http.s://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnyy-podhod-k-opredeleniyu-putey-povysheniya-effektivnosti-transportno-logisticheskoy-sistemy-respubliki-kazahstan> (дата обращения: 03.04.2024).

2. Банди, Б. Основы линейного программирования / Б. Банди. – М: Радио и связь, 2012. – 185 с.

3. Ардашкин, В. А. Задача распределения грузовых перевозок в комплексе экономико-математических моделей перспективного планирования работы развития железных дорог / В. А. Ардашкин, И. В. Красикова // Экономико-математические методы. – 2016. – № 4. – С. 128-132.

4. Дыбская, В. В. Модели операционной деятельности логистических центров / В. В. Дыбская, В. И. Сергеев // Логистика и управление цепями поставок. – 2012. – № 4. – С. 6-18.

5. Хазанова, Л. Э. Математическое моделирование в экономике / Л. Э. Хазанова. – М.: Изд-во: БЕК, 2014. – 290 с.

6. Клименко, В. В. Методология кластерного подхода к формированию логистической инфраструктуры региона / В. В. Клименко // Прикладная логистика. – 2011. – № 9.

М. В. Ахмадеева

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-промышленный университет «Синергия»»,
филиал в г. Челябинск

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье анализируются виды стоимостного подхода к управлению публичных компаний.

Ключевые слова: стоимостный подход, управление, финансы организации, организация, проблемы и перспективы, виды оценки рыночной стоимости, подходы к расчету стоимости компании.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF VALUATION OF A PUBLIC COMPANY

M. Akhmadееva

Non-governmental educational private institution of higher education "Moscow
Financial and Industrial University "Synergy", branch in Chelyabinsk

Abstract: The article analyzes the types and approaches of the cost approach to the management of public companies.

Keywords: cost approach, management, finances of the organization, organization, problems and prospects, types of market value assessment, approaches to calculating the value of the company.

Актуальность исследования определяется развитием экономики и повышением конкуренции на рынке, что вынуждает владельцев компаний задуматься о перспективах будущего роста своей компании. В этих условиях наступает необходимость анализировать результаты своей деятельности и оценивать её эффективность, следовательно, выбор показателя эффективности бизнеса и факторов, влияющих на него, является одной из самых актуальных задач, стоящих перед владельцами и руководителями компаний.

Целью работы является изучение видов оценки рыночной стоимости предприятия.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы стоимости компании;
- проанализировать цели оценки стоимости компании;
- проанализировать виды оценки стоимости компании;
- выявить проблемы и предложить мероприятия по повышению результативности оценки стоимости публичной компании.

Объект исследования – стоимость публичных компаний.

Предмет исследования – виды оценки стоимости публичных компаний.

Под стоимостной оценкой обычно понимают «научно обоснованное мнение эксперта оценщика о стоимости оцениваемого объекта, а также сопутствующий процесс моделирования и прогнозирования» [1, 5].

Определение стоимости публичной компании является одной из важнейших задач для инвесторов, аналитиков и участников финансового рынка. Эта задача состоит в том, чтобы определить реальную стоимость акций компании на рынке, а также спрогнозировать их будущую цену.

Выделяют порядка 20 экономических целей расчета стоимости компании, наиболее значимыми из которых, по мнению авторов, являются: «получение объективной оценки состояния бизнеса и эффективности аппарата управления; привлечение дополнительного объема инвестиционных потоков; решение проблемы корректного учета активов, возникших в результате экономической деятельности компании» [4].

Согласно Федеральным стандартам оценки, утвержденным приказом Минэкономразвития России от 20 июня 2007 г. №255, при осуществлении оценочной деятельности используются следующие виды стоимости объекта оценки, которые отображены на рисунке 1 [2, 3].

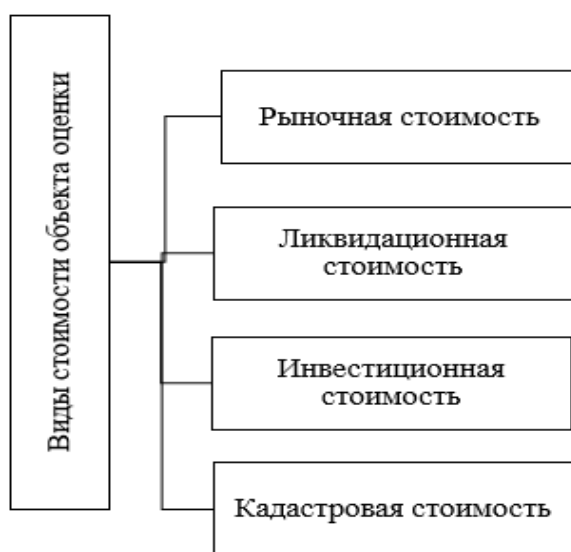


Рисунок 1. Виды стоимости объекта оценки

Стоит отметить и методы расчета стоимости публичных компаний, которые упоминаются в теоретической базе нашего исследования. А именно: доходный, затратный и сравнительный методы.

В результате сравнительного анализа была выделена проблема отсутствия комплексного подхода к расчету стоимости компании. Для решения данной проблемы предлагаем создать смешанный подход для оценки стоимости публичной компании, который будет востребован для компаний на грани убытка. Основа этого подхода заключается в соединении трех методов расчета.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ преимуществ и недостатков методов оценки стоимости публичных компаний.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки методов оценки стоимости публичной компании

Наименование подхода к оценке стоимости	Преимущество	Недостаток
Доходный	-субъективен; -используются данные фактической отчетности по активам и обязательствам	-сложность расчета; -трудности в получении информации для оценки; -не берет расчет будущую деятельность
Затратный	учитываются перспективы дальнейшей деятельности компании.	-прогноз зависит от достоверных и качественных базовых данных; -не используется в компаниях на грани убытка
Сравнительный	-объективен; -основа анализа заключается в сравнении с существующим рынком	-не берет расчет будущую деятельность; -трудность в объекте сравнения; -редко используется в отрасли с небольшим количеством фирм

Таким образом, проблема оценки стоимости публичной компании может быть решена при условии комплексного и объективного подхода к данному вопросу, а также при использовании разнообразных методов оценки и учете всех особенностей деятельности компании.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ). 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (ред. от 16.04.2022) // Консультант Плюс : [сайт]. – 2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 08.03.2024).

2. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 19.12.2022) // Консультант Плюс : [сайт]. – 2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19586/ (дата обращения: 08.03.2024).

3. Приказ Министерства экономического развития РФ от 20 мая 2015 г.

№ 297 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО № 1)» // Информационно-правовой портал Гарант.Ру : [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70934730/> (дата обращения: 08.03.2024).

4. Бочкова, Е. В., Оценка стоимости публичной компании/ Е. В Бочкова, В. А. Назаренко, А. М. Романенко // Научный журнал «Вектор экономики». — 2018. – № 12 . – С.26.

5. Boiarko I., Paskevicius A. Evaluation of the Market Value of the Enterprise with Consideration of Exogenous Factors. Business Ethics and Leadership, Volume 1, Issue 3, 2017. – pp. 76-83.

Н. А. Бурле

Науч. руководитель: **Е. В. Гнатышина**
Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРИКЛАДНЫХ НАВЫКОВ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ВОЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В данной статье анализируются технологии формирования профессиональной компетентности при обучении студентов высшего военного образования. В результате исследования были рассмотрены различные подходы к формированию навыков и определена их эффективность. Были выявлены положительные и отрицательные стороны каждого подхода.

Ключевые слова: высшее военное образование, профессионально-прикладные навыки, технологии.

N. Burle

Scientific supervisor: **E. Gnatyshina**
South Ural State Humanitarian Pedagogical University

ANALYSIS OF EXISTING TECHNOLOGIES FOR THE FORMATION OF PROFESSIONALLY APPLIED SKILLS IN THE SYSTEM OF HIGHER MILITARY EDUCATION

Annotation. This article analyzes the technologies of professional competence formation in teaching students of higher military education. As a result, various approaches to the formation of skills were considered and their effectiveness was determined. The positive and negative sides of each approach were identified.

Keywords: higher military education, professional and applied skills, technologies.

В настоящее время проблема военно-прикладной подготовки студентов как будущих военнослужащих становится все более актуальной. Это связано с возрастающими требованиями, предъявляемыми Российской армией к физической, психической и умственной подготовке будущих военнослужащих. Частые внутренние и внешние вооруженные конфликты требуют поддержания высокого уровня боеготовности российских военнослужащих. Высокие требования к профессиональной подготовке выпускников требуют от педагогов постоянного внедрения в практику методических подходов, цифровых технологий, обеспечивающих формирование необходимых знаний, умений и навыков. Всё это требует от преподавательского состава не только быстрой

адаптации к современным условиям образовательного процесса, направленной на поиск и обоснование новых форм и технологий обучения, но и систематической работы над собой.

Стремительное развитие информационных технологий и специализированных технических средств (далее СТС) позволяет анализировать функциональное состояние будущих офицеров, обуславливает актуальность их применения в учебном процессе для оценки его эффективности за счет:

- качественной передачи учебной информации, изменения содержания и способа организации и проведения физической формы подготовки;
- проведения эффективной самостоятельной работы (самостоятельной физической тренировки).

Несмотря на сложности, связанные с организационно-методическими, учебно-материальными, научно-методическими аспектами разработки и развития информационных технологий в физической подготовке, этот вопрос вызывает интерес.

В последние годы информатизация образования становится все более масштабной. На сегодняшний день благодаря использованию информационных технологий подготовка высококвалифицированных специалистов проходит успешно, однако существует проблема недостаточного информационно-технологического обеспечения вуза.

Очевидны замедленные темпы развития и появления информационных технологий в военных вузах с профильными – физкультурными дисциплинами. В подготовке высококвалифицированных специалистов информатизация сферы физической подготовки должна стать одним из ключевых аспектов.

Министерство образования и науки РФ совместно с Минобороны России разработало для российских вузов образовательный модуль по основам военной подготовки, который уже направлен в вузы для включения в программы бакалавриата и специалитета.

В связи с этим возрастает роль и значение использования в учебном процессе в военных учебных центрах практико-ориентированных технологий при изучении военно-специальных и общевойсковых модулей, дисциплин, разделов. В образовательном процессе надо менять технологию обучения и переходить от технологии передачи знаний к технологии обучения с приобретением навыка и опыта. Основная цель практико-ориентированного обучения – это процесс поиска, получение и накопление новых знаний, умений и навыков для формирования у обучающихся определенных компетенций.

Для осуществления сущности практико-ориентированного обучения должны выполняться следующие рекомендации:

- планирование образовательного процесса и решение максимально-реальных практических задач;
- моделирование профессиональной деятельности через индивидуальную работу, работу в отделениях и взводах;
- интеграция знаний других учебных дисциплин, изучаемых в центре [1, с. 23].

Выполнение всех этих задач будет способствовать созданию в учебном процессе практико-ориентированной образовательной среды.

Программы обучения военной подготовке предусматривают приоритетное развитие у обучающихся практических навыков. Во время летних полевых сборов, проводимых на базе воинских частей, студенты упрочняют и приумножают свои познания в военной сфере, в работе с оборудованием и личным составом, что в конечном итоге сказывается на их будущей работоспособности.

Необходимо в учебных военных центрах создавать условия психологического сопровождения учебно-профессиональной деятельности курсантов младших курсов и вводить должности офицеров-воспитателей и военных психологов с соответствующим образованием и опытом работы.

Психологическое сопровождение учебно-профессиональной деятельности курсантов младших курсов включает организационные мероприятия, предназначенные для сглаживания проблем, возникающих в процессе учебной деятельности и военно-профессиональной подготовки курсантов:

- психологическая оценка адаптации курсантов младших курсов к условиям обучения в УВЦ и к военной службе;
- изучение межличностных отношений в учебных взводах и степени сплоченности коллектива;
- разработка практических рекомендаций по комплектованию взводов с учетом психологической совместимости;
- оценка уровня коммуникабельности, организаторских и командирских навыков курсантов;
- изучение мотивации курсантов на учебу, анализ ее изменения по семестрам обучения;
- проведение психологического консультирования курсантов;
- разработка рекомендаций по проведению индивидуально-воспитательной работы с курсантами, находящимися в зоне риска [2, с. 465].

Главные трудности у курсантов первого года обучения связаны с переходом от привычной школьной системы преподавания к новым условиям в вузе, отличающимся организационно, методически и по содержанию, а также по своим целям и направлениям [3, с. 60]. Этот переход требует определенных затрат времени и навыков быстрого конспектирования, самостоятельного поиска нужной информации, работы с дополнительной литературой, выступлений с докладом на семинарских занятиях и т.д.

На основании изложенного можно сделать выводы о требованиях к процессу обучения в высших военных учреждениях. Современное общество диктует новые правила и выдвигает новые, более серьезные и обширные, требования к будущим военным специалистам. Объективная необходимость совершенствования сложившейся системы образования определяет востребованность и практическую значимость разработки целостной совокупности действий по преобразованию и дальнейшему совершенствованию всех элементов данной системы и, в первую очередь, научно-методических,

организационных и материально-технических компонентов нового многоуровневого учебного процесса.

Библиографический список

1. Вопросы обучения и формирования военно-прикладных навыков у студентов учебного военного центра / М. Р. Мустафин, А. А. Прошлецов, К. А. Селютин [и др.] // Научное обозрение. Педагогические науки. – 2018. – № 2. – С. 20-25;

2. Колмогорова, Н. В. Технология обучения будущих специалистов по физической культуре методике формирования военно-прикладных навыков у студентов / Н. В. Колмогорова // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 3 (52). – С. 463-469.

3. Гончаренко, Ю. В. Практические рекомендации по повышению уровня физической подготовки курсантов / Ю. В. Гончаренко // Проблемы, теории и методики физической культуры, спорта и валеологии. – 2012. – Выпуск 6. – С. 59–61.

Д. В. Воевидка

Науч. руководитель: **Р. В. Колесников**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Высшая школа технологии и энергетики

БЕДНОСТЬ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Бедность населения играет существенную роль в жизни общества и государства, она может повлечь за собой негативные последствия, влияющие на экономическую безопасность страны. В данной статье рассмотрены современные концепции определения бедности населения и проведен их сравнительный анализ. Проведена оценка бедности населения России и рассмотрены основные социо-демографические индикаторы. Описаны экономические и социальные негативные последствия высокого уровня бедности в стране.

Ключевые слова: экономическая безопасность государства, бедность, концепции бедности, уровень бедности, социально-демографические индикаторы, последствия бедности.

D. Voevidka

Scientific supervisor: **R. Kolesnikov**

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

POVERTY AS A THREAT TO ECONOMIC SECURITY

Abstract. Poverty plays a significant role in the life of society and the state; it can lead to negative consequences affecting the economic security of the country. This article examines modern concepts of determining poverty and conducts a comparative analysis of them. An assessment of the poverty of the Russian population was carried out and the main socio-demographic indicators were considered. The economic and social negative consequences of the high level of poverty in the country are described.

Keywords: economic security of the state, poverty, concepts of poverty, poverty level, socio-demographic indicators, consequences of poverty.

Экономическая безопасность государства – это состояние, при котором экономика страны защищена от внутренних и внешних угроз, способных нанести ущерб ее стабильности, процветанию и развитию. Экономическая безопасность включает в себя защиту экономических интересов государства, обеспечение устойчивого экономического роста, эффективное использование ресурсов, содействие социальной стабильности и благополучию населения.

Экономическая безопасность представляет собой сложное системное образование, обладающее четкой структурой и организацией. В ее системе выделяется множество взаимосвязанных между собой элементов. Экономическая безопасность, как открытая система находится под воздействием разнообразных факторов, которые оказывают существенное влияние на её функционирование. Внешние и внутренние факторы, оказывающие воздействие на систему экономической безопасности, находятся в тесной взаимосвязи. Как правило, ключевыми факторами и причинами, формирующими угрозы экономической безопасности страны, являются внешние факторы, однако немаловажную роль в формировании экономической безопасности государства играют и внутренние факторы.

Бедность является одной из главных проблем современной России, которая на протяжении уже долгого времени остаётся нерешённой. Бедность можно описать как экономическое и социально-культурное состояние людей, имеющих минимальное количество ликвидных ценностей и ограниченный доступ к социальным благам. Она наносит непоправимый ущерб экономике страны, с одной стороны снижая ее темпы роста, а с другой формирует предпосылки для снижения уровня рождаемости населения, образования и качества жизни населения. В настоящее время изучение проблемы бедности является важной и актуальной темой в России, требующей огромного анализа для разработки эффективных решений.

Низкий уровень жизни, высокая степень дифференциации доходов населения и значительный уровень бедности является значимой внутренней угрозой экономической безопасности любого государства. Бедность в свою очередь – это не только низкий уровень жизни, но и особый стиль жизни, который может передаваться из поколения в поколение: это нормы поведения, стереотипы восприятия и психология.

К настоящему времени в мировой практике сформировались несколько концепций бедности, которые служат для выбора модели измерения уровня бедности и доступности населению гарантированных государственных социальных услуг. Среди них можно выделить концепции:

- абсолютной бедности;
- относительной бедности;
- субъективной оценки бедности [4].

Концепция абсолютной бедности, или концепция прожиточного минимума, основана на определении и учете минимальных физиологических потребностей: питание, вода, жильё и одежда. В рамках этой концепции впервые количественными расчетами уровня бедности занялись английские ученые Ч. Бут и С. Роунтри, которые в 1890-х гг. ввели понятие «порог (или черта) бедности». Их работы положили начало академическим исследованиям в этой области и оказали большое влияние на социальную политику многих стран.

В рамках абсолютной концепции изучаются минимальные потребности населения, в частности семьи. За абсолют берется так называемая минимальная потребительская корзина населения, т.е. то, что необходимо семье для

поддержания жизнедеятельности. Благодаря минимальной потребительской корзине, принятой в стране, можно вывести линию бедности населения, дифференцируя население по уровню заработка на одного члена или на всех членов семьи.

Концепцией относительной бедности (депривации), одним из авторов которой в 1960-е гг стал американский ученый П. Таунсэнд, предлагалось во главу угла ставить понятие благосостояния. Относительная бедность подразумевает под собой состояние человека, при котором имеющиеся у человека средства недостаточны, чтобы соответствовать субъективным общественным ожиданиям относительно нормы.

Так, в развитых странах вновь была обнаружена бедность: наименее обеспеченные люди, отставание которых от среднеобеспеченных оставалось таким же, как прежде, должны квалифицироваться как бедные. В основе такого относительного подхода лежало представление о том, что предметы первой необходимости, их конкретный состав определяются уровнем социально-экономического развития страны.

В отличие от абсолютного подхода относительное понятие бедности будет существовать до тех пор, пока существует субъективное мнение. Акцент на качестве и условиях жизни позволяет определить разрыв между социальной позицией индивида (или семьи) и его уровнем жизни. Этот подход используется, например, в странах Евросоюза [2].

Альтернативой абсолютному и относительному подходам к изучению бедности является субъективный подход, который вобрал в себя основные черты двух предыдущих подходов. Данная концепция исходит от частных принципов понимания бедности населения, которая в свою очередь исходит от понимания бедности и благосостояния в целом. Само название означает, что данный подход не имеет характерного научного объяснения, а исходит от восприятия индивидуумом своего материального положения и собственного положения в социуме.

Данная концепция основывается на анализе индивидуальных представлений населения о том, какое количество материальных ресурсов необходимо населению для комфортной жизни.

Расчет уровня бедности в России в настоящий момент определяется именно на основе концепции абсолютной бедности, а именно как численность и доля граждан с доходами ниже прожиточного минимума. Проведем сравнительную оценку каждой из представленных концепций измерения бедности (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика концепций измерения бедности

Абсолютная концепция бедности	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Определяет минимальный уровень дохода или ресурсов, необходимый для обеспечения базовых потребностей человека	Не учитывает социокультурные и контекстуальные различия, которые могут влиять на восприятие бедности
Позволяет сравнивать уровень бедности в разных странах и регионах	Может быть слишком узким подходом, не учитывающим широкий спектр факторов, влияющих на бедность
Относительная концепция бедности	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Учитывает социальное неравенство и степень отклонения от среднего уровня дохода или благосостояния в обществе	Может привести к искажению представлений о бедности, основанных на сравнении с другими людьми, а не на реальных потребностях.
Позволяет выявить динамику изменения уровня бедности внутри страны или между странами	Не всегда объективно определяет, что считать «нормой» и «бедностью» в конкретном обществе
Субъективная оценка бедности	
<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
Учитывает индивидуальное восприятие и ощущение бедности каждым человеком	Может быть субъективной и изменчивой мерой, зависящей от индивидуальных предпочтений и ожиданий
Позволяет выявить дополнительные аспекты бедности, такие как социальная изоляция, стигматизация и низкая самооценка	Трудно использовать субъективную оценку для разработки общих стратегий по борьбе с бедностью из-за ее индивидуального характера

Существование множества концептуальных подходов к определению понятия «бедность» подтверждает предположение о том, что в социологии еще не сформировалось единого представления о понимании данной категории, поэтому она постоянно эволюционирует и наполняется новым содержанием. Развитие как социокультурных, так и социально-экономических концепций приводит большинство социологов к выводу о том, что бедность является социальной проблемой общества. Дискуссии о причинах бедности и ее появления неукоснительным образом применимы также и к российским условиям, что заслуживает дальнейшего изучения.

В целом, комбинирование различных концепций бедности может дать более полное представление о проблеме и помочь разработать комплексные

подходы к ее решению, учитывая, как объективные показатели, так и индивидуальные потребности, и переживания людей.

Также на практике широкое применение получил социологический анализ деприваций, основанный на пирамиде потребностей Маслоу. Удовлетворение потребностей первого уровня связано с так называемыми витальными, базовыми потребностями индивидуума. Согласно социологическим измерениям, для российского общества потребности первого уровня связаны с потреблением электричества, поездками на транспорте, покупкой лекарств и продуктов питания, а также медицинским обслуживанием.

Товары и услуги второго уровня пирамиды Маслоу составляют потребности россиян в покупке одежды и обуви, посещении кино и театра, ремонте жилья. Данные группы товары и услуги россияне позволяют себе изредка, что делает их товарами ограниченного потребления. К третьему уровню пирамиды относятся покупка мебели и бытовой техники, отдых и поездки, посещение ресторанов. В потреблении данной группы товаров и услуг российское общество ограничивает себя постоянно. Четвертый уровень предполагает категории услуг и товаров, не оказывающих существенных изменений на жизнедеятельность граждан.

Проведенные социологические исследования показали, что, по итогам 2022 года, от 10 % до 15 % граждан постоянно ограничивали потребление базовых товаров и услуг (первый уровень). Из них 5,2 % граждан постоянно не удовлетворяли все жизненно важные потребности одновременно, а около 24 % россиян постоянно ограничивали покупку товаров и услуг хотя бы одной категории первого уровня потребностей. Согласно данному исследованию, уровень бедности в России по критерию депривации может достигать 23–24 %, что существенно выше официально регистрируемого уровня бедности [5].

Бедность в Российской Федерации оценивается по ряду показателей, основным из них является уровень бедности, который определяет долю населения, имеющую доход ниже уровня прожиточного минимума (таблица 2).

Таблица 2 – Численность населения с денежным доходом ниже уровня прожиточного минимума и дефицит денежного дохода (уровень бедности) за 2018-2022 гг в России [1]

Год	Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, млн.чел.	Дефицит денежного дохода в стоимостном выражении, млрд.руб.	Величина прожиточного минимума, руб./мес.	Средняя номинальная начисленная заработная плата, руб./мес
2018	18,4 (12,6 % населения)	699,9	10287	43724
2019	18,0 (12,3 % населения)	720,4	10890	47867
2020	17,7 (12,1 % населения)	728,6	11312	51344
2021	16,0 (10,9 % населения)	695,6	11653	57244
2022	14,3 (9,8 % населения)	690,2	12654	65338

Проведенный анализ показал, что численность бедных в России за рассматриваемый период снизилась как в абсолютном выражении, так и в % от общей численности населения. При этом стоит отметить, что сумма денежных средств, необходимая для доведения доходов населения с денежными доходами ниже границы бедности до границы бедности, осталась практически неизменной (показатель «Дефицит денежного дохода в стоимостном выражении»). Также необходимо обратить внимание, что динамика роста величины прожиточного минимума значительно отстает от роста средней заработной платы, рост на 23 % и 49 % соответственно в 2022 году, по сравнению с 2018 годом.

Однако, несмотря на сложившуюся позитивную тенденцию в борьбе с бедностью, существующая социально-демографическая ситуация все еще создает серьезные риски для экономической безопасности государства, о чем свидетельствуют значения основных показателей, представленные в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели социально-демографических индикаторов экономической безопасности государства за период с 2018 по 2022 гг [1]

Наименование индикатора	Пороговые значения	Направление ограничения	Фактическое значение года				
			2018	2019	2020	2021	2022
Доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума в общей численности населения, %	7	Не более	12,6	12,3	12,1	10,9	9,8
Отношение среднедушевого дохода к прожиточному минимуму, %	500-600	Не менее	324,3	326,0	320,4	345,9	322,8
Отношение доходов 10 % самых высокодоходных слоев населения к доходам 10 % самых низкодоходных (коэффициент фондов), раз	7	Не более	15,8	15,6	14,9	15,2	13,8
Уровень общей безработицы, %	8	Не более	4,8	4,6	5,9	5,8	3,9

Анализ основных социально-демографических показателей России показал, в целом, наличие положительной тенденции к снижению количества бедных. Тем не менее, большинство показателей находятся выше их пороговых значений. Стоит отметить, отношение среднедушевого дохода к прожиточному минимуму все еще остается очень высоким и практически не изменилось за последние 5 лет, что позволяет говорить о существенном разрыве между доходами наиболее бедных слоев населения от среднего дохода по стране. Также необходимо упомянуть, что уровень безработицы учитывает только официально зарегистрированное количество безработных и не учитывает тех, кто не встал на учет в центрах занятости. Можно предположить, что реальный уровень безработицы значительно выше.

Влияние бедности на экономическую и социальную безопасность государства, а также на общий правопорядок высоко и может проявляться в следующих аспектах:

- *социальная дезинтеграция людей* (люди, лишенные возможностей на достойную жизнь, «выпадают» из социальной и экономической жизни, как следствие, происходит распад общества, проявляющийся в исчезновении социальных ценностей, социального единства, общих интересов и т.п.);
- *ухудшение физического и психического здоровья*, и, как следствие, снижение производительности и возможностей для обучения и развития, увеличение расходов на здравоохранение и сокращение рабочей силы;
- *рост преступности*, что может привести к социальным конфликтам, протестам, насилию и угрожает безопасности общества в целом.

Как можно заметить, выделяется множество негативных проявлений проблемы бедности. Следует упомянуть ряд противоречий такого явления, как бедность. С одной стороны, бедность как социально-экономическое явление служит своего рода индикатором уровня экономического развития, но, в то же время, оказывает существенное влияние на экономику. Высокий уровень бедности сказывается на уровне и скорости экономического роста, уровне медицины и образования, росте преступности и др. [3].

Как было упомянуто ранее, следствием бедности, под влиянием ряда факторов, является снижение производительности и обучаемости населения. Однако, с другой стороны, бедность заставляет людей активно участвовать в конкуренции за жизненные блага, тем самым увеличивая стимул людей к повышению производительности труда, что, в свою очередь, влияет на повышение общей эффективности производства в стране.

В заключении можно отметить, что, опираясь на такой показатель как уровень бедности, возможно проводить оценку эффективности экономического развития государства, эффективность социальной политики. Высокий уровень бедности наносит существенный ущерб экономическому развитию, замедляет экономический рост и создает риски для экономической безопасности государства. Бедность оказывает влияние не только на материальное благополучие людей, но и на социальную структуру и стабильность общества. Борьба с бедностью является важной задачей для обеспечения устойчивого развития и благополучия всех членов общества, обеспечения экономической безопасности государства.

Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. – URL: [//rosstat.gov.ru/folder/10705](https://rosstat.gov.ru/folder/10705) (дата обращения: 16.03.2024).
2. Батракова, Л. Г. Основные концепции оценки бедности населения / Л. Г. Батракова // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – №3. – С. 118–121.
3. Махалина, О. М. Проблемы бедности населения России и пути их решения / О. М. Махалина, В. Н. Махалин // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2022. – № 1. – С. 56–66.

4. Гучмазова, Д. А. Подходы к измерению уровня бедности домохозяйств / Д. А. Гучмазова // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы VIII Международной научной конференции, Донецк, 25–27 октября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет. – 2023. – С. 164–166.

5. Шушпанова, И. С. Социально-экономическое положение россиян в контексте сбережения народа: социологический анализ / И. С. Шушпанова // Вопросы управления. – 2023. – №2. – С. 10–12.

**П. И. Ганичева, М. А. Дубская,
А. Д. Плешанова, Д. А. Степанов**

Науч. руководитель: **В. А. Ежова**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В различных статистических источниках приводится информация о том, что большинство онлайн-покупок сегодня, как в России, так и в мире в целом, совершаются на торговых площадках. С каждым годом маркетплейсы всё больше влияют на развитие экономики, количество онлайн-покупок стремительно растёт, что является причиной ориентации различных компаний на размещение своих товаров на этих платформах.

Ключевые слова: цифровая экономика, маркетплейс, рынок сбыта, поведение потребителей.

P. Ganicheva, M. Dubskaya,

A. Pleshanova, D. Stepanov

Scientific supervisor: **V. Yezhova**

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

THE IMPACT OF MARKETPLACES ON THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Abstract. Various statistical sources provide information that the majority of online purchases today, both in Russia and in the world as a whole, are made on trading platforms. Every year, the marketplace is increasingly influencing the development of the economy, the number of online purchases is growing rapidly, which is the reason for the orientation of various companies to place their products on these platforms.

Keywords: digital economy, marketplace, sales market, consumer behavior.

Сегодня невозможно представить жизнь обычного человека без интернета. Всемирная паутина с каждым днём развивается всё активнее, что безусловно несёт за собой позитивные последствия, например, упрощение ведения бизнеса, приобретения и потребления товаров, упрощенный доступ к различным образовательным платформам.

Термин цифровая экономика впервые был озвучен в 90-е годы XX века американским информатиком Николасом Негропonte, и звучал таким образом: «Цифровая экономика – экономическая деятельность, реализующаяся при помощи цифровых технологий, связанная, в первую очередь, с электронным бизнесом» [1].

На данный момент все развитые страны инвестируют в развитие цифровой экономики, потому что без этого государство рискует отстать. Поэтому президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин объявил, что Россия движется в направлении развития цифровой экономики, для эффективного обновления которой государство нуждается в высококвалифицированных специалистах в модернизированной области. В результате этого выступления главы государства в высших учебных заведениях страны появились новые специальности, сочетающие менеджмент и цифровые технологии, экономику и диджитал. В ноябре 2022 года Всемирный банк опубликовал результаты исследования, в котором Россия входит в первую десятку стран по цифровизации государственного сектора, что является огромным достижением [2]. Прямо сейчас нашему государству необходимо продолжить развитие цифровизации.

Цифровая экономика предоставляет производителям огромное количество возможностей, начиная от упрощения подготовки маркетинговой стратегии и анализа конкурентов, заканчивая специальными программами, упрощающими бизнес-деятельность, такими как CRM-система, система управления проектами, Яндекс. Метрика, SalesSystem и многое другое.

Самый быстрый рост цифровой экономики произошел в период распространения коронавируса, что было связано с запретом выходить из дома и переводом всех сотрудников на удаленную работу. Именно в это время стремительно развивался электронный документооборот и сервисы, позволявшие сотрудникам переходить на удаленную работу, та же тенденция затронула образование, все школы и университеты сменили курсы на заочные.

Реалии 2020 года заставили предпринимателей адаптироваться к ним, и, в результате, появилось множество доставок, в том числе доставка продуктов из супермаркетов. Малые и средние предприятия, которые не успели перенести продажу продукции на цифровые платформы, были закрыты из-за банкротства, в то время как более гибкие предприниматели получили сверхприбыли.

Начиная с 2020 года, маркетплейсы стали наиболее популярными среди потребителей из-за невозможности пойти в магазин, а цифровые платформы продаж также вызвали растущий интерес у предпринимателей из-за упрощенного процесса входа.

Маркетплейс – площадка интернет-сбыта продукции различных производителей, отличительной особенностью которой является упрощенная система приобретения товара и написания отзывов[3].

Именно в 2020 году началась активная популяризация маркетплейсов, тогда они привлекали людей возможностью приобретать товары, не выходя из дома, а сейчас потребитель уже привык к комфорту и осознаёт ценность сэкономленного времени, в связи с чем всё больше покупок производится при помощи интернета. Также стоит отметить, что сейчас, в 2023 году, на условном OZON можно найти абсолютно всё, от сладостей до нового телефона. Абсолютным преимуществом такого вида приобретения товаров является возможность быстрого сравнения цен и отзывов других покупателей, кроме того,

некоторые банки начисляют кэшбек за покупки на определённых маркетплейсах, что делает шопинг намного более выгодным.

Говоря о поведении потребителей, нельзя не отметить уменьшение потоков покупателей в оффлайн магазинах, в марте 2022 года посещаемость торговых центров снизилась на 4,5 миллиона человек, а за 2021 год отрицательный прирост составил в среднем 35 % [4].

Стоит сказать и о выгодах производителя при использовании маркетплейсов. Пользуясь маркетплейсами, любой предприниматель может продвинуть свой товар на несколько позиций выше в топе наиболее покупаемых, благодаря грамотно оформленной визуальной составляющей и различным специальным предложениям, также продавцу, торгующему на цифровых платформах, необязательно платить за аренду магазина, оплату света и труда сотрудников, в данном случае достаточно одного склада, потребляющего намного меньшее количество ресурсов. Нельзя оставить без внимания рекламу, согласно статистике сервиса PR-CY средний показатель посетителей через ссылки равен 44,269 млн человек в месяц.

Опираясь на всё вышесказанное, можно выделить следующие преимущества маркетплейсов:

1. Основные причины популяризации маркетплейсов среди бизнесменов:

а) упрощение ведения бизнеса в связи с тем, что маркетплейс берёт на себя логистику и финансовые задачи;

б) упрощение продвижения товара благодаря визуальной составляющей карточки продукта;

в) активная аудитория: благодаря лояльности и активности покупателей товар имеет возможность получить больше отзывов, что в дальнейшем скажется на продажах.

2. Основные причины популяризации маркетплейсов среди потребителей:

а) большой выбор товаров от разнообразных производителей; во время посещения торговых центров потребитель может заметить единый стиль и одинаковые цвета одежды и обуви на прилавках, в то время как маркетплейсы обладают достаточно обширным ассортиментом на любой вкус;

б) прозрачность: активные пользователи, оставляющие отзывы, помогают не только производителю в улучшении товара, но и другим покупателям, выбирающим наиболее качественный продукт;

в) доступность: на маркетплейсах можно заказать абсолютно любой товар, не выходя из дома, что не может не привлекать покупателя;

г) система бонусов: некоторые маркетплейсы, например, OZON, просят оставить отзыв на купленный товар, за который в дальнейшем покупателю начисляют бонусы, которые можно потратить на другие покупки.

Ко всему этому еще необходимо добавить, что уже сейчас цифровые платформы сбыта играют важнейшую роль в мировом электронном бизнесе. Согласно Forrester маркетплейсы в 2016 году занимали половину мировой интернет-торговли. Прогноз на 2023 год составляет – 70 %.

Большую часть мирового оборота интернет-торговли обеспечивают 4 компании: Tmall, Amazon, JD.com, eBay [5].

Лидирующими маркетплейсами России являются Wildberries и Ozon, с недавних времен Яндекс.Маркет.

При рассмотрении развития маркетплейсов в России можно сделать вывод, что электронная торговля в нашем государстве растет на 20 % в год.

Согласно статистике два первых вышеупомянутых маркетплейса продают продукции на 70 млн рублей и 38 млн рублей, что составляет 15% оборота, тем не менее, по прогнозам Morgan Stanley к 2023 году на долю Яндекс.Маркета придётся до 25 % российских электронных продаж, Ozon и Wildberries добавят 16 % и 7 %, таким образом, три компании будут контролировать интернет-торговлю страны.

В результате всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что всё большее количество производителей переводят продажи в интернет, а маркетплейсы сотрудничают с большим количеством продавцов и пользуются популярностью у потребителей, поэтому внушительная доля всех интернет-продаж приходится на маркетплейсы, что доказывает их значительное влияние на экономику.

В качестве заключения хочется сказать, что цифровизация не только упрощает процессы документооборота, но и позволяет бизнесу получать сверхприбыль за счёт более качественной аналитики и упрощения бизнес-процессов.

В статье рассмотрен такой инструмент упрощения ведения бизнеса как маркетплейс, позволяющий не тратить лишние деньги и берущий часть обязанностей предпринимателя на себя. Благодаря использованию маркетплейсов бизнесмен получает более широкий круг потенциальных потребителей. Потребителям же, в свою очередь, предоставляется возможность выбрать и купить миллионов товаров, не выходя из дома. В связи с тем, что цифровые платформы сбыта товаров достаточно популярны и объединяют между собой тысячи производителей и миллионы покупателей, нельзя отрицать их влияние на современную экономику.

Библиографический список

1. Белоусов, А. Л. Теоретические и практические аспекты формирования финансового маркетплейса в Российской Федерации / А. Л. Белоусов // Russian Journal of Economics and Law. – 2021. – Т. 15, № 3. – С. 413-424. – DOI: 10.21202/2782-2923.2021.3.413-424.

2. Толмачева, И. В. Роль маркетплейсов в условиях цифровой экономики в России / И. В. Толмачева, М. М. Сурков // Вектор экономики. – 2022. – URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2022/11/marketingandmanagement> / Tolmach (дата обращения:)

3. Воробьева, Е. С. Развитие маркетплейсов в условиях цифровой трансформации как результат структурных сдвигов в экономике /

Е. С. Воробьева, З. А. Юсубова, М. А. Гасанов // Вестник университета. – 2021. – № 2. – С. 95-100.

4. Аренков, И. А. Трансформация бизнеса в условиях цифровой экономики / И. А. Аренков, В. С. Румянцева // Третья международная конференция «Управление бизнесом в цифровой экономике» : сборник тезисов выступлений, Санкт-Петербург, 19-20 марта 2020 г. ; под общ. ред. И. А. Аренкова, М. К. Ценжарик. – СПб. : ИПЦ СПбГУПТД, 2021. – С. 48-51.

5. Самиев, П. А. Экосистемы и маркетплейсы: обзор рынка финансовых услуг / П. А. Самиев, В. Р. Закирова, Д. В. Швандар // Финансовый журнал. – 2020. – Т. 12, №5. – С. 86-98. – DOI: 10.31107 / 2075 – 1990 – 2020-5-86-98.

П. И. Ганичева

Науч. руководитель: **Л. В. Войнова**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Высшая школа технологии и энергетики

ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МУРМАНСКОГО РЕГИОНА В СОСТАВЕ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В статье проведен анализ важнейших показателей социально-экономического развития Мурманской области, представлена классификация проблемных регионов. В качестве заключения сформулирован вывод о потенциале Мурманской области, реализация которого будет способствовать укреплению экономической стабильности.

Ключевые слова: Мурманская область, социально-экономическая стабильность, проблемные регионы.

P. Ganicheva

Scientific supervisor: **L. Voinova**

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

ECONOMIC AND GEOGRAPHICAL CHARACTERISTICS OF THE MURMANSK REGION AS PART OF THE NORTHWESTERN FEDERAL DISTRICT

Annotation. The article analyzes the most important indicators of socio-economic development of the Murmansk region, presents a classification of problem regions. As a conclusion, a conclusion is formulated about the potential of the Murmansk region, the implementation of which will contribute to strengthening economic stability.

Keywords: Murmansk region, socio-economic stability, problem regions.

В настоящее время экономика страны меняется с высокой скоростью, что не может не влиять на экономику регионов России. Каждый субъект Российской Федерации вносит какой-то вклад в экономику нашей страны, но у каждого свои показатели социально-экономического развития, из-за чего некоторые регионы являются проблемными. Мурманская область (регион) входит в состав Северо-Западного Федерального округа, образованного 13 мая 2000 года.

Практически вся территория региона располагается севернее Полярного круга и находится на Кольском полуострове. Площадь Мурманской области

составляет 144,9 тысяч квадратных километров. Регион граничит с Республикой Карелией, Финляндией и Норвегией. Дата образования региона – 28 мая 1938 года. Центр области – город Мурманск. Население по области составляет 667 744 человека, а городское население – 621 639 человек. Сельское население – 46 105 человек. В состав области входят: 16 городов, 11 посёлков городского типа, 27 сёл, 63 населенных пункта.

Этот регион обладает разнообразными природными ресурсами, включая более 60 крупных месторождений различных видов минерального сырья на Кольском полуострове. Кроме того, в этом регионе значительные запасы слюды, керамического сырья и сырья для строительных материалов, облицовочного камня, полудрагоценных и поделочных камней. Здесь добывается более 30 полезных ископаемых, таких как медно-никелевые, железные, апатито-нефелиновые руды и руды редких металлов. Некоторые месторождения, такие как Штокмановское и Приразломное, получили мировую известность, и освоение их в перспективе позволит удовлетворить потребности в газе всего Северо-Запада России на многие годы. По количеству водных объектов Мурманская область занимает одно из первых мест в России.

Мурманская область является одной из наиболее промышленно развитых областей России. Она известна своими развитыми промышленными отраслями, такими как рыбная промышленность, горнопромышленный комплекс, энергетика и строительный комплекс. В настоящее время особенно важным становится освоение Арктического шельфа, что требует создания сопутствующей инфраструктуры и ресурсов.

Проблемные регионы – это территории, где возникают проблемы социально-экономического развития. Они могут быть кризисными (слаборазвитыми/отсталыми), депрессивными, приграничными или экологически опасными. Кризисные регионы – это места, где ключевые социально-экономические показатели значительно ниже среднего уровня в стране. Депрессивные регионы – это области, которые в настоящее время имеют низкие социально-экономические показатели по сравнению со средними по стране, но ранее достигали высоких результатов. Приграничные регионы – это территории, находящиеся вблизи государственной границы, которая выполняет функции барьера, фильтра и контакта. С нашей точки зрения – Мурманский регион относится к приграничным регионам, поскольку граничит с Финляндией и Норвегией. Экологически опасные регионы – это места, где возникают проблемы с экологией, связанные с катастрофами и другими проблемами.

Таблица 1 – Бюджет Российской Федерации и Мурманской области

Показатель	РФ	Мурманская область
Доходы бюджета на 2023 г., млрд руб.	25130,3	106,9
Расходы бюджета на 2023 г., млрд руб.	29055,6	118,7
Дефицит, % доходов	15,6%	11,0%
Доходы бюджета на 2024 г., млрд руб.	35065,3	127,8
Расходы бюджета на 2024 г., млрд руб.	36660,7	142,8
Дефицит, млрд руб.	1595,4	15

После анализа данных таблицы 1 мы можем определить процент бюджета от общей суммы, который выделяется на Мурманскую область. Согласно данным на 2023 год, этот процент составляет 0,43 % от общего бюджета Российской Федерации, а на 2024 год – 0,36 %. Из этого расчета можно сделать вывод, что Мурманская область получает меньший процент от общего бюджета, чем ранее, хотя доход в целом вырос на 21,4 миллиардов рублей.

Это может указывать на то, что распределение бюджетных средств в Российской Федерации неодинаково и что Мурманская область может испытывать трудности в получении достаточного финансирования для развития своих проектов. Однако, несмотря на это, Мурманская область продолжает развиваться и привлекать инвестиции благодаря своим природным ресурсам и разнообразным отраслям, таким как рыболовство, горнодобывающая промышленность, энергетика и строительство.

Теперь проведем анализ важнейших показателей социально-экономического развития.

Таблица 2 – Важнейшие показатели социально-экономического развития Мурманской области за 2023 год [2, 3]

Показатель	РФ	Мурманская область
Инфляция, %	107,4	107,9
Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	46146	61190
Уровень безработицы, %	3,2	0,6
Прожиточный минимум, руб./мес.	15453	24413
Средний размер пенсии, руб.	19 609	26 170,8
Индекс промышленного производства, руб.	103,5	93,6
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал	110,0	98,1

Уровень инфляции в Мурманской области высокий. Он продолжает расти, что может привести к увеличению стоимости жизни в регионе, а среднедушевые денежные доходы населения в Мурманской области выше на 15044 рублей чем в России в целом, что может свидетельствовать о достойном уровне экономического развития региона. Уровень безработицы в Мурманской области низкий, по сравнению с показателем по России, что является положительным

фактором для экономического развития региона. Прожиточный минимум в Мурманской области выше на 8960 рублей, чем в России в целом, что может свидетельствовать о более высокой стоимости жизни в регионе. Средний размер пенсии в Мурманской области выше на 6561,8 рублей, чем в России в целом, что является положительным фактором для социальной защиты пожилых людей в регионе [5]. Из данных об индексе промышленного производства (показателю динамики объема промышленного производства) в России и Мурманской области можно сделать вывод, что Мурманская область отстает от среднероссийского показателя. Однако, несмотря на это, регион имеет потенциал для развития в этой области. Для увеличения индекса промышленного производства в Мурманской области необходимо увеличить уровень инвестиционной активности в регионе, что позволит создать дополнительные рабочие места и повысить уровень жизни населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что Мурманская область – это регион с достаточными ресурсами и экономическими показателями, несмотря на некоторые вызовы и проблемы, с которыми он сталкивается. В целом, Мурманская область является перспективным и важным регионом России, который имеет все возможности для того, чтобы стать одним из ключевых источников экономического роста в стране. Реализация потенциала региона будет способствовать укреплению экономической стабильности и социальной защите населения, что является важным фактором для развития России в целом.

Библиографический список

1. Войнова, Л. В. Экономическая география : учебное пособие / Л. В. Войнова, . – СПбГТУРП. – СПб., 2015. – 86 с.
2. Мурманскстат : [сайт]. – 2024. – URL: <https://51.rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Правительство Мурманской области : [сайт]. – 2024. – URL: <https://gov-murm.ru/> (дата обращения: 08.03.2024).
4. Труд и занятость в России. 2023: статистический сборник / Росстат. – М., 2023. – 180 с. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Trud_2023.pdf (дата обращения: 02.04.2024).
5. Северо-Западный федеральный округ // Официальный сайт полномочного представителя Президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе : [сайт]. – 2023. – URL: <http://szfo.gov.ru/district/> (дата обращения: 09.03.2024).

**П. И. Ганичева, М. А. Дубская,
А. Д. Плешанова, Д. А. Степанов**
Науч. руководитель: **С. В. Малышева**
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Аннотация. Сегодня с развитием экономических отношений и научно-технического прогресса, крайне необходимо идентифицировать свой продукт на рынке и выделять его относительно конкурентов. Производителю важно знать о роли товарного знака, так как качественный конкурентоспособный товарный знак и созданный на его основе фирменный стиль способствуют значительному повышению престижа любой организации.

Ключевые слова: товарный знак, эмблема, бренд, индивидуализация.

**P. Ganicheva, M. Dubskaaya,
A. Pleshanova, D. Stepanov**
Scientific supervisor: **S. Malysheva**
Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF A TRADEMARK

Abstract. Nowadays with the development of economic relations, as well as scientific and technological progress, it is extremely necessary to identify your product on the market and distinguish it from competitors. Therefore, it is important for the manufacturer to know about the role of a trademark, since a high-quality competitive trademark and the corporate identity created on its basis contribute to a significant increase in the prestige of any organization.

Keywords: trademark, emblem, brand, individualization.

Облик современного товарного знака формировался на протяжении многих столетий, пройдя путь от метки, целью которой было разграничение собственности на свою и чужую, до основополагающего элемента товарного рынка.

В России первым законодательным актом, упоминавшем об использовании клейм для товара, стал Новоторговый устав, датированный 22 апреля 1667 года (для сравнения: в европейских странах законодательные акты, содержащие упоминание о клеймах, появились уже в XIII веке) [1].

Моментом появления товарного знака в России можно считать принятие в 1754 году Правительственного указа об обязательном клеймении

всех русских товаров особыми фабричными знаками «со всеми благами и повинностями». Согласно этому указу клейма следовало наносить на все товары, а за фальшивые клейма предусматривалось уголовное наказание.

В XX в. товарный знак перерос в явление, ставшее частью системы купли-продажи товаров и услуг. Товарный знак отныне – составная часть коммуникации компании с потребителем, бренд. Бренд – это уже не само обозначение, а комплекс потребительских представлений. Природа и суть товарного знака остались прежними, изменились лишь общие торгово-хозяйственные реалии, что выразилось в увеличении товарного оборота.

Однако XX век принес понимание того, что товарный знак существует не столько объективно (выраженным в виде этикетки или свидетельства о регистрации), сколько субъективно – «в головах» потребителей.

Товарный знак – это оригинальное изображение, зарегистрированное в установленном порядке, которое отличает однородные товары и услуги от одних юридических и физических лиц от других.

Словесные обозначения, включая имена собственные, цветовые сочетания, буквенные, цифровые, графические и трехмерные знаки, включая форму продукта или его упаковки, и комбинации этих обозначений могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков [2].

В современных условиях эмблемы играют жизненно важную роль в деятельности любой организации, формируя ее индивидуальный имидж и бренд в сознании деловых партнеров, потребителей и широкой общественности.

Товарный знак – это лицо компании, ее основной элемент в рекламе и продуктах. Он помогает быстро ориентироваться среди похожих товаров и услуг [3].

Видеоизображения и образы воспринимаются человеческим взглядом гораздо быстрее и легче запоминаются, чем текст. Такие изображения могут оказать психологическое воздействие на покупателя, облегчить поиск нужного товара или информации о нем. При продвижении товаров на новые рынки использование этого знака снижает затраты на подготовку к продажам и рекламу.

Важность товарного знака возрастает с увеличением числа конкурентов. Например, если при монополии производителю может понадобиться только символ «защитник», закрепляющий за владельцем право на производство продукции, то бизнесу, работающему в конкурентной среде, нужен символ «гаранта», информирующий потребителя о качестве продукции, и символ «рекламодателя», помогающий продавать продукт [4].

Основное значение товарных обозначений заключается в их функциях, которые необходимы для деловой репутации компании и ее коммуникации с партнерами и потребителями.

Наиболее важной функцией является отличительная функция, она указывает на источник происхождения товара и обеспечивает его отличие от аналогичных. Эта функция чрезвычайно значима как для владельца, так и для

потребителей, которые могут выбрать продукт именно того производителя, которого в наибольшей степени предпочитают. Это важно, потому что ассортимент выпускаемых продуктов постоянно растет, и ориентироваться в нем становится крайне сложно.

Некоторые компании недооценивают этот аспект. Это связано с тем, что продукция разных производителей может иметь графическое, фонетическое или семантическое сходство.

Фонетическое сходство характеризуется тем, что у нескольких товарных знаков есть близкие или совпадающие звуки/слоги/слова/словосочетания, которые расположены схожим образом. Например, DIXIE-DIXI, DIXY, ДИКСИ.

Семантическое сходство подразумевает, что в товарные знаки заложен похожий смысл, значение или идея. Например, «Музыка сна» – «Мелодия сна».

Графическое сходство – это когда несколько товарных знаков выглядят похожим образом. Например, у них одинаковый или очень похожий шрифт, графическое написание, расположение букв относительно друг друга, используемый алфавит или цвета (рис. 1).



Рисунок 1. Пример графического сходства товарных знаков

Если при создании товарного знака не учитывают эти аспекты, то не происходит индивидуализации продуктов, качество которых отличается, что может привести к негативному влиянию на их продажи и популярность.

Поэтому, чтобы товарный знак компании был эффективным, он должен быть броским и хорошо запоминающимся. Если символ словесный, его должно быть легко произносить, а если это графический знак, то он должен быть выполнен на высоком эстетическом уровне.

Вторая функция – информативная, то есть информирование потребителя о качестве продукта. Более того, когда потребитель привыкает к тому, что продукция определенного бренда соответствует его требованиям и соответствует качеству, он с удовольствием приобретает другие товары того же бренда. Эта функция также очень важна, поскольку общая значимость товарного знака зависит от того, как выполняется эта операция. Так, например, товарный знак ЗАО «Объединение Гжель» (центр производства фарфора и керамики на территории современного Раменского района

Московской области) сохранился практически без изменений с XIX века (рис. 2). Со второй половины 20-х годов XIX века изделия гжели расписывали преимущественно синей краской. В наше время именно этот характерный рисунок определяет стиль «Гжель», благодаря этому потребители могут ассоциировать их торговый знак с качественной керамикой, которая на рынке уже не один век.



Рисунок 2. Знак ЗАО «Объединение Гжель»,
Московская область, Раменский, 1998 г.

Третья функция – это реклама. Коммерческая реклама – это деловая информация, которая помогает покупателям выбирать верные товары. Хорошо известный покупателю товарный знак, завоевавший доверие на рынке, создает его успешный сбыт, т.е. реклама помогает предприятиям продавать выпускаемые товары. При использовании товарного знака в рекламной кампании нужно стараться реализовать его в соответствии с основным принципом рекламы: внимание – интерес – желание – действие [5].

Четвертая охранная функция вытекает из монопольного права на использование товарного знака, которое гарантируется его владельцу. Эта функция предназначена для защиты продукции, реализуемой на внешнем рынке и используемой в борьбе с недобросовестной конкуренцией. Российская компания «Газпром» запатентовала собственный цветовой товарный знак, который закрепил за ПАО «Газпром» исключительное право использовать синий цвет Pantone 300CV (рис. 3).

И, наконец, пятая функция – психологическая. Это во многом связано с рекламной функцией и состоит в том, чтобы убедить покупателя, что продукт, который он покупает, является самым качественным, и, таким образом привлечь внимание к этому продукту [6]. Н. Кляйн, американский идеолог движения антиглобализма, пишет, что к концу 1940-х годов начал сознаваться

факт, что бренд – это не только этикетка, но носитель особой индивидуальности всей компании. Успешность бренда – в его способности иметь психологическое влияние на потребителя [7].

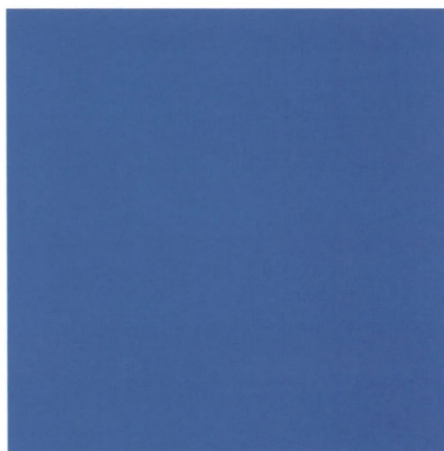


Рисунок 3. Цветовой товарный знак «Газпрома»

Таким образом, исследуя основные функции товарного знака как средства индивидуализации товаров и услуг, можно сделать вывод о том, что в современных условиях развития рынка и рыночных отношений значение товарного знака для любой компании очень велико. Независимо от сферы деятельности (производство, торговля, либо сфера услуг) любая компания стремится к завоеванию лидирующих позиций на рынке, стремится к известности и престижности, созданию благоприятного имиджа для себя и своей продукции, что во многом зависит от понимания основных функций и роли товарного знака для предпринимательства.

Библиографический список

1. Коник, Н. В. [и др.] / Товарные знаки и бренды / Н. В. Коник. – М.: Управление персоналом, 2006. – 114с.
2. Ворожевич, А. С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности / А. С. Ворожевич // Вестник гражданского права. – 2015. – № 6. – С. 7–46.
3. Шульга, А. К. Товарные знаки как средство индивидуализации товара, работ и услуг / А. К. Шульга. – М.: Юрист, 2010. – С. 25.
4. Кляйн Н. NoLogo: Люди против брендов / Н. Кляйн. – М.: ООО «Добрая книга», 2003. – 275с.
5. Яненко, М. Б. Торговые марки в товарной политике фирмы / М. Б. Яненко. – СПб.: Питер, 2005. —240 с.
6. Веркман, Дж.К. Товарные знаки: создание, психология восприятия, М.: Прогресс. 1986. – 520с.
7. Черник, Н. Ю. Товарный знак в системе маркетинга: учеб. пособие / Н. Ю. Черник. – Минск: БГЭУ, 2006. – 79 с.

М. А. Гер, А. Д. Емельянов
Науч. руководитель: **С. В. Малышева**
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

LAMBORGHINI – ОТ ТРАКТОРОВ ДО СИМВОЛА СКОРОСТИ

Аннотация. В настоящее время поиска инновационных решений в промышленности и создания «новых» брендов исторический анализ становления автомобильного бренда и его развитие представляется актуальным. В статье представлен исторический очерк развития бренда, сформулированы закономерности, имеющие значение в современных условиях управления.

Ключевые слова: бренд, маркетинговая стратегия.

M. Ger, A. Yemelyanov
Scientific supervisor: **S. Malysheva**
Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
LAMBORGHINI – FROM TRACTORS TO THE SYMBOL OF SPEED

Annotation. Currently, the search for innovative solutions in industry and the creation of "new" brands, the historical analysis of the formation of the automotive brand and its development seems relevant. The article presents a historical sketch of the brand's development, formulated patterns that are important in modern management conditions.

Keywords: brand, marketing strategy.

Ферруччо Ламборгини (Ferruccio Lamborghini) родился 28 апреля 1916 года в деревне Ренаццо, Италия. Он был из богатой семьи и поэтому жил в достатке. В 1948 году Ламборгини основал компанию Lamborghini Trattori, которая производила сельскохозяйственную технику, такую как тракторы. В 1958 году Ферруччо купил себе Ferrari 250 и был крайне не доволен сцеплением, разобрав сцепление он удивился что пружины для сцепления были столь же дешевые, что и в его тракторах, и он решил сказать об этом не инженеру Ferrari, а самому Энцо Феррари, сказав то, что он думает об этом инциденте, после этого Ферруччо решил доказать обратное и сделать самый лучший спорткар. В 1963 году Ламборгини основывает новую компанию Automobile Lamborghini [2].

Первым выпущенным автомобилем оказался Lamborghini 350 GT в 1964 году. Данный автомобиль потрясал людей своим стилем, скоростью, роскошью и динамикой, данная модель имеет 12-ти цилиндровый двигатель, имевший

рабочий объем 3,5 л и мощность 320 лошадиных сил. Спустя несколько лет вышел легендарный Lamborghini Miura с 12-ти цилиндровым двигателем и 3,9 рабочих литров, что выдавала скорость 288 км/ч, спустя еще некоторое время вышла модель Lamborghini Diablo, данная модель часто использовалась в разных фильмах и многие известные люди имели данную модель, например Джордан Росс Белфорт – бывший американский брокер, по его истории сняли фильм «Волк с Уолл-Стрит».

Но правда ли в те времена машины компании Ламборгини были лучше, чем машины других марок такого же класса? Проведя исследования, мы взяли несколько марок автомобилей: Maserati, Alfa Romeo, Porsche, Bugatti и Ferrari. Для сравнения возьмем легендарную модель Lamborghini Diablo. Maserati Merak SS 3000 имел под капотом 6-ти цилиндровый двигатель, объемом 3 литра, выдававший 211 лошадиных сил и имевший максимальную скорость 250 км/ч, если сравнивать данную модель с Lamborghini Diablo, то мы увидим огромную разницу, так как Diablo имеет под капотом 12-ти цилиндровый двигатель с объемом 5.7 литров и мощностью 492 лошадиных силы, максимальная скорость – 325 км/ч [1]. Alfa Romeo Spider 1990 года имеет под капотом 4 цилиндра, выдававших 128 лошадиных сил, объем 2 литра, а максимальная скорость – 190 км/ч. Porsche 911 1990 года имеет 6-ти цилиндровый двигатель с объемом 3.6 литра, мощность же составляет от 250-300 лошадиных сил в зависимости от комплектации (turbo, turbo s, carrera), максимальная скорость – от 200-330 км/ч. Bugatti EB110 оснащен 18-ти цилиндровым двигателем и объемом в 8 литров при мощности в 557 лошадиных сил и максимальной скорости 350 км/ч. Ferrari 348 TS оснащен 8-ми цилиндровым двигателем с объемом в 3,4 литра и мощностью в 300 лошадиных сил, максимальная скорость – 248 км/ч с. Какой же вывод можно сделать? На момент выпуска Lamborghini Diablo была одним из лучших вариантов спортивного автомобиля, который мог себе купить человек в автосалоне. Данная модель имела лучший двигатель по показателям среди конкурентов, а также незабываемый дизайн.

Почему компания Lamborghini такая популярная?

1. Инновации и уникальность: Lamborghini всегда была на переднем крае автомобильной промышленности, постоянно внедряя новые технологии и дизайнерские решения. Например, модель Lamborghini Aventador стала первой серийной моделью с центральным расположением двигателя.

2. Мощный двигатель и высокая производительность: Большинство моделей Lamborghini оснащаются мощными двигателями V12 и V8, которые обеспечивают высокую производительность и динамику. Это привлекает любителей быстрой езды и высоких скоростей.

3. Дизайн: Внешний вид автомобилей Lamborghini всегда был предметом восхищения, благодаря уникальному и агрессивному дизайну. Lamborghini постоянно экспериментирует с дизайном своих автомобилей, сохраняя при этом узнаваемый стиль марки.

4. Роскошь и статус: Автомобили Lamborghini считаются символом богатства и статуса, что делает их особенно привлекательными для состоятельных покупателей.

5. Рекламная кампания и спонсорство: Lamborghini активно использует рекламные кампании и спонсорские проекты, чтобы привлечь внимание к своим автомобилям и укрепить свой бренд.

6. Ограниченные серии и специальные модели: Lamborghini выпускает ограниченные серии своих автомобилей, что подогревает интерес к марке и создает ощущение эксклюзивности [3].

С 1989-1993 год компания участвовала в гонках Формула-1 как поставщик двигателей для Lotus, Ligier и Minardi. В 1991 г. автомобиль команды Modena был полностью создан Lamborghini, но в 1993 г., посчитав все расходы, компания решила выйти и закрыть свою гоночную команду F1. Однако Lamborghini до сих пор продолжает участвовать в таких мероприятиях, как Formula Junior Program, Young Drivers Program и GT3 Junior Program [3]. Компания Lamborghini, а именно Lamborghini Squadra Corsa, и в настоящее время активно занимается развитием новых гоночных программ, а также создает новые команды в Юниорах, а именно в категории картинг.

В будущем компания Lamborghini, скорее всего, перейдет на создание новых моделей с электродвигателями, которые будут легче, мощнее и экологичнее. Новая модель уже появится в 2024-2025 гг.. Данная модель будет Lamborghini Lanzador, кросс-купе с мощностью двигателя в 1Мвт. Она будет первым шагом на пути к новым открытиям в мире автомобилей и спустя некоторое время почти все модели перейдут на такие двигатели.

Компания Lamborghini прошла большой путь от обычных тракторов до спорт каров, не имеющих аналогов в мире, поражающих своей скоростью и динамикой, роскошью и самой историей компании. Производитель опирался на совершенствование качества и преуспел в этом.

Библиографический список

1. Розанов, Н. Е. Итальянский автомобильный дизайн / Н. Е. Розанов. М.: РИП-холдинг, 2020. – 312 с.
2. Медленно, но верно. На чем можно выехать из кризиса // Коммерсант : [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Михаэль, К. The Lamborghini book / К. Михаэль ; пер. с англ. О. Г. Клесмет, И. М. Осадчая, Р. Х. Хафизова. – TeNeues, 2023, – 304 с.

М. А. Гер, А. Д. Емельянов
Науч. руководитель: **В. А. Ежова**
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ США 1929 ГОДА

Аннотация. Кризисы наносят ущерб национальным экономикам. Несмотря на множество концепций о причинах наступления экономических кризисов, подходы к сглаживанию экономических циклов и меры предотвращения кризисов остаются не выработанными. Изучение опыта государственного посткризисного регулирования экономики позволяет выбрать наиболее эффективные меры регулирования экономики.

Ключевые слова: кризис, промышленность, государственная поддержка бизнеса, государственные расходы, фондовый рынок, биржа.

M. Ger, A. Emelyanov
Scientific supervisor: **V. Ejova**
Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

EXPERIENCE OF OVERCOMING THE GREAT DEPRESSION OF THE USA OF 1929

Abstract. Crises damage national economies. Despite the many concepts about the causes of economic crises, approaches to smoothing economic cycles and crisis prevention measures have not been developed. Studying the experience of the state post-crisis regulation of the economy allows you to choose the most effective measures of economic regulation.

Keywords: crisis, industry, government support for business, government spending, stock market, exchange.

В США 20-е годы XX века – это время экономического роста в стремительном темпе. После Первой Мировой войны стремительно развивалась промышленность, люди массово покупали технику, в том числе сельскохозяйственную, автомобили, чем увеличили спрос на стекло, металл, резину и топливо, фермеры стали расширять свои владения. В США 1920-е годы стали годами роскоши, джаза и ар-деко.

За период с 1921 по 1929 год рынок ценных бумаг США вырос в 6 раз, акции покупали не только банкиры или магнаты, но и обычные рабочие фабрик или даже чистильщики обуви. Люди не видели опасности. Так как цена акций

непрерывно поднималась, люди скупали их не только на все свои деньги, но и брали кредиты для покупки, закладывая свои дома, драгоценности или технику.

Не стоит забывать, что люди покупали акции, технику, автомобили, дома, землю в кредит. К 1929 году федеральный резервный банк Нью-Йорка повысил ставку на кредитование, чтобы снизить количество желающих взять кредит. Из-за того, что банк стал регулировать ситуацию, некоторые экономисты сообщали о перегреве рынка акциями. В октябре 1929 года цена акций снизилась. Но, если цены снижались утром в понедельник, то уже к вечеру их стоимость возвращалась или даже становилась больше изначальной цены [3].

Утром 29 октября 1929 года на бирже в Нью-Йорке начались торги. Стоимость акций упала на 11 %. Из-за резких изменений в цене акций другие города, такие как Калифорния и Чикаго, не успевали следить за курсом и продавали акции по стоимости, установленной 4 часа ранее. У людей началась паника. Несколько банкиров старались остановить хаос, они стали скупать акции по высшей стоимости, тем самым снизив падение стоимости акций. Итоговое падение стало небольшим, но началась цепная реакция. Брокеры, которые выдавали кредиты под залог, стали требовать от заемщиков внести дополнительные средства в качестве залога. Повара, официанты и фермеры узнавали, что должны выплатить долги, сумма которых составляла от 500 до 1000 долларов (такие суммы в 1929 году было практически невозможно отдать сразу, некоторые копили годами, а некоторые десятилетиями, даже дома и автомобили бывало не стоили столько.) На следующий день трейдеры снова стали продавать акции, так как их клиенты не могли расплатиться с долгами. Произошел крах фондовой биржи, за несколько дней биржа потеряла свыше 14 млрд долларов, а за неделю свыше 30 млрд. долларов [3].

С 1929 года экономика США была в тупике, многие из тех, кто купил акции, обанкротились, денег у людей почти не было. Люди перестали покупать товары, из-за этого фабрики и предприятия перестали выпускать столько продукции, а позже многие фабрики стали закрываться, фермеры не могли продать свой урожай, а люди теряли и теряли работу. Процент безработицы в то время достиг своего рекорда, а именно в 25 % от всего трудового населения были безработными. Спад производства составил 50 % и выше.

Закон «Смута-Хоули» был издан 17 июня 1930 года. Он поднимал ставки на пошлины товаров, ввозимых в страну и вывозимых из нее, из-за этого спустя несколько месяцев вся мировая торговля застыла на месте. [3]

Президент Герберт Гувер, выигравший выборы за год до Великой депрессии, постарался исправить ситуацию. Он выпустил приказ о расширении государственных расходов и создал программу общественных работ, но из-за такого решения обвалилась вся банковая система, банкам не хватало резервов, у них не было достаточно денег в обращении, более 1000 маленьких банков обанкротилось, а вслед за ними пострадали и большие банки.

Выделяют 4 причины данного кризиса.

Первая – последствие маржинальных займов: 24 октября 1929 года случился обвал фондового рынка и причиной данного обвала послужили

маржинальные займы (проведение спекулятивных торговых операций с использованием денег или товаров, предоставленных торговцу в кредит под залог оговоренной суммы – маржи). Во времена 20-го века большая часть американцев активно использовали данные займы для покупки акций, например, имея 1 тыс. долларов они брали в кредит 11 тыс. долларов у брокера, а брокер имел право вернуть свои деньги в течении 24 часов, что и произошло 24 октября 1929 года. Брокеры массово стали требовать вернуть кредиты, и чтобы расплатиться, заемщики стали массово продавать акции, уменьшая их стоимость и выводя деньги через банки. В результате за несколько дней Великой депрессии обанкротилось свыше 16 тысяч банков по всей территории США.

Вторая – дефицит денежной массы: денежная эмиссия того времени была ограничена привязкой к объему золотого запаса, наблюдался рост промышленности, производственная мощность росла, активно развивались авиапромышленность и автомобильная промышленность. Высокие темпы роста привели к многократному увеличению объема товаров, что впоследствии вызвало дефляцию. Хотя снижение стоимости товаров и активное повышение покупательской способности кажется позитивными сигналами, основной вопрос заключается в их объемах. Товаров оказалось слишком много, и денежная масса стала недостаточной, что привело к падению цен и финансовой нестабильности, массовым банкротствам предприятий и увольнениям.

Третья причина – принятие закона «Смута-Хоули», цель которого заключалась в увеличении ставки пошлин на более чем 20000 импортируемых товаров. Пошлина в отдельных случаях доходила до 40 %. Страны-экспортеры решили также ответить США, повысив пошлину на завозимые ими товары. Война пошлин закончилась обвалом товарооборота США и стран Европы. Данный закон был подписан 17 июля 1930 года президентом США Гербертом Гувером.

Четвертая причина – нежизнеспособность золотого стандарта. Последствия обвала биржи в Америке оказали влияние на весь мир. Возник огромный дисбаланс между объемами золота в Европе и США.

В 1932 году на пост президента США выступил Франклин Делано Рузвельт, он критиковал Гувера за бездействие и обещал улучшить экономику. Миллионы американцев поверили ему, и он стал президентом США, началась новая эпоха. В первые 100 дней своего президентства он выпустил много реформ, направленных на спасение экономики. Рузвельт установил контроль государства над экономикой. Рузвельт закрыл все банки, банки могли открыться только после проверки, тем самым он хотел остановить грабежи банков, далее были выпущены законы, направленные на восстановление промышленности, например, ввели закон, при котором любой человек мог получить работу и зарабатывать 1 доллар в день. Урожай фермеров был уничтожен для падения предложения на рынке, хотя данная мера и была сурова, но она помогла уравнять цены. В 1935 году были введены приказы о строительстве множества дорог, мостов, зданий, заводов, людям выдавали работу чтобы человек получал доход или еду.

Несмотря на колоссальные усилия Рузвельта, спад экономики не смогли преодолеть, и лишь к 1939 году производство восстановилась, а окончательно выйти из депрессии удалось только к концу 1941 года, когда США вступили во Вторую Мировую войну. Помощь Британии и СССР, а также война с Японией повысили выпуск продуктов и обеспечили работу фабрик и заводов. Также безработица была сведена к минимуму. После Второй мировой войны граждане США стали богатеть, и такого благосостояния как в 1950-х не было зафиксировано ни до, ни после.

Таким образом, Великая депрессия стала поворотной точкой в американской истории.

Мировой кризис 1929 года очень сильно повлиял на мировую экономику. Данный кризис является одним из самых масштабных в истории. Проведем сравнение двух мировых кризисов 1929 и 2008 года. При кризисе 1929 года ВВП в США упал на 30 %, а при кризисе 2008 года – менее чем на 1,4 %. Уровень безработицы при Великой депрессии вырос на 25 %, а при кризисе 2008 года – на 10%. Великая депрессия имела большую продолжительность, с 1929 по 1939 гг, а кризис 2008 года с 2008-2013 гг. При Великой депрессии инфляция достигла 10%, а при кризисе 2008 года – 2,7 %. Сравнив два мировых экономических кризиса, можно заключить, что экономический кризис 1929 года был более масштабным нежели кризис 2008 года.

Библиографический список

1. Пассос, Д. Большие деньги / Д. Пассос ; пер. с англ. Л. Каневский. – Изд. 4-е. – Москва: АСТ, 2010. – 608 с.
2. Ротбард, М. Великая депрессия в Америке / М. Ротбард ; пер. с англ. – 3-е изд. – Москва; Челябинск: Социум, 2019. – 522 с.
3. Хаберлер, Г. Процветание и депрессия / Г. Хаберлер // Теоретический анализ циклических колебаний ; пер. с англ. О Г. Клесмет, И. М. Осадчая, Р. Х. Хафизова. – 4-е изд., Москва; Челябинск: Социум, 2020. – 430 с.

М. Э. Гойшик

Науч. руководитель: **П. В. Дудкевич**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

ПРОБЛЕМАТИКА ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Аннотация. В статье рассматриваются различные аспекты возможности внедрения систем энергоменеджмента в малом и среднем предпринимательстве. В результате анализа формируются рекомендации для государственных органов по эффективному взаимодействию, также определяется ряд мер, способствующих повышению взаимодействия.

Ключевые слова: государство, малое и среднее предпринимательство, стратегия, энергоменеджмент.

M. Goyshik

Scientific supervisor: **P. Dudkevich**

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

PROBLEMS OF IMPLEMENTING ENERGY MANAGEMENT SYSTEMS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES.

Annotation. The article discusses various aspects of the possibility of introducing energy management systems in small and medium-sized businesses. As a result of the analysis, recommendations are formed for government agencies on effective interaction, and a number of measures are also identified to help increase interaction.

Keywords: state, small and medium-sized businesses, strategy, energy management.

Экономия энергоресурсов и повышение энергоэффективности – комплексная задача, решение которой требуется как со стороны государства, так и со стороны собственников предприятий, заинтересованных в динамичном развитии собственных активов [1].

Крупные предприятия традиционно стараются внедрить системы энергоменеджмента, что объясняется систематическим ростом тарифов на энергоресурсы, ростом платы за негативное воздействие на окружающую среду.

Однако, в связи с активным развитием и поддержкой малого и среднего предпринимательства [2], чья доля в экономике России неуклонно продолжает расти, требуется адаптировать и систему энергоменеджмента, внедрение

которой бы давало малому и среднему предпринимательству особые преимущества перед конкурентами.

На графике (рис. 1) показан вклад предприятий малого и среднего предпринимательства, согласно данным Счетной палаты Минэкономразвития. Уже в 2024 году доля малого и среднего предпринимательства в экономике России составит около 32,5 %.



Рисунок 1. График изменения доли малого и среднего предпринимательства в России

Анализ существующего законодательства показал, что в России существуют льготы за использование объектов и технологий высокой энергетической эффективности, отраженные в Постановлении Правительства РФ № 600 от 17.06.2015 [3]. Компании, использующие энергосберегающее оборудование и материалы, получают право на ускоренную амортизацию, налоговый кредит, освобождение этого имущества от налогообложения на 3 года.

Однако данные меры не затрагивают малое и среднее предпринимательство в значительной степени, также они не могут однозначно заинтересовать владельцев и руководителей этих предприятий в связи с малым набором критериев для выполнения, обеспечивающих компании государственными льготами.

Анализируя основные направления деятельности малых и средних предпринимателей, можно составить диаграмму отраслевого распределения, отражающую данные по основным направлениям деятельности. Исходя из данных, представленных на диаграмме 2 (рис. 2), можно сделать вывод, что основные сферы деятельности не связаны напрямую с производством, что не позволяет применять Постановление Правительства РФ № 600, в связи с чем

большая доля предпринимателей не может быть замотивирована внедрять системы энергоменеджмента с целью получения конкурентного преимущества.



Рисунок 2. Диаграмма распределения малого и среднего предпринимательства за 2021 год

Анализируя зарубежный опыт повсеместного контроля за энергосбережением и за энергоэффективностью, можно сделать вывод, что основные способы воздействия на предпринимателей – это предоставление налоговых льгот и создание профильных отраслевых комитетов, состоящих из предпринимателей и представителей государственных структур. В результате совместной работы вырабатываются меры, которые работают лишь в конкретной отрасли и позволяют снижать энергопотребление и привлекать предпринимателей к участию [4].

Одним из примеров данного взаимодействия может стать создание дорожной карты, позволяющей включать как предприятия, которые не внедряли никаких энергосберегающих мер, так и те, что уже начали снижать свое энергопотребление.

Безусловно, компетентные государственные структуры должны разработать перечень мер, внедрение которых может считаться снижением энергопотребления, как это было учтено в Постановлении Правительства РФ № 600. Данные меры должны отвечать интересам предпринимателей, должна быть система льготного кредитования для внедрения энергосберегающих технологий.

Комплексное и всеобъемлющее повышение энергоэффективности возможно лишь с учетом малого и среднего предпринимательства, составляющего треть от объема предпринимательства. На примере других стран, в которых доля малого и среднего предпринимательства составляет более 50 %,

правительству следует изучать вопросы взаимодействия с малыми и средними предпринимателями в вопросах энергосбережения, повышения энергоэффективности, так как это напрямую соответствует задачам государственной политики в области энергосбережения.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Законы. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон № 261-ФЗ : [принят Государственной думой 11 ноября 2009 года : одобрен Советом Федерации 18 ноября 2009 года]. – URL: <https://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 10.03.2024).

2. Российская Федерация. Законы. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» : Указ Президента Российской Федерации от 15.10.2018. – с изм. и допол. в ред. от 21.07.2020. – URL: <https://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 10.03.2024).

3. Российская Федерация. Законы. Постановление Правительства РФ № 600 : Акт правительства Российской Федерации от 17.06.2015. – с изм. и допол. в ред. от 21.07.2020. – URL: <https://pravo.gov.ru/> (дата обращения: 12.02.2024).

4. Bertone, E., et al., State-of-the-art review revealing a roadmap for public building water and energy efficiency retrofit projects. *International Journal of Sustainable Built Environment*, 2016. 5(2): p. 526-548.

М. Э. Гойшик

Науч. руководитель: **П. В. Дудкевич**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СТРАТЕГИЙ ПО МОДЕРНИЗАЦИИ И ПОВЫШЕНИЮ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются различные механизмы государственного участия в системе повышения энергоэффективности зданий. В результате анализа формируются рекомендации для государственных органов по эффективному взаимодействию, также определяется ряд мер, способствующих улучшению взаимодействия.

Ключевые слова: государство, стратегия, энергоэффективность, модернизация.

M. Goyshik

Scientific supervisor: **P. Dudkevich**

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

FOREIGN EXPERIENCE OF STATE SUPPORT OF STRATEGIES FOR MODERNIZATION AND IMPROVEMENT OF ENERGY EFFICIENCY OF PUBLIC BUILDINGS

Annotation. The article discusses various mechanisms of state participation in the system of improving the energy efficiency of buildings. As a result of the analysis, recommendations are formed for government agencies on effective interaction, and a number of measures are also identified to enhance interaction.

Keywords: state, strategy, energy efficiency, modernization.

Знание барьеров и путей решения проблем, связанных с переоборудованием государственных зданий в целях повышения энергоэффективности, играет важную роль для успешного осуществления комплексных программ модернизации.

Отсутствие политической воли, финансовых протоколов, потенциала учреждений, промышленного потенциала, гарантий качества и непонятных стимулов являются основными препятствиями на пути осуществления проектов модернизации энергоэффективности в государственном строительстве.

Исследования показали, что для устранения таких препятствий требуется применение правительством метода, основанного на нисходящем подходе.

Обзор зарубежной литературы, посвященной проблемам модернизации, показал, что в профильных организациях (т.е. в частном секторе) более подходящим подходом к осуществлению проектов модернизации в области энергоэффективности было бы использование различных стимулов [1, 2]. Программы модернизации привлекают больше внимания в тех случаях, когда уровень государственных субсидий выше [3]. Однако для обеспечения качества модернизации субсидии могут предоставляться в несколько этапов после достижения важнейшего рубежа [3].

Как сообщили исследователи П. Капуто и Г. Пасетти [4], энергетический вопрос нельзя оставлять на усмотрение отдельных местных органов власти или учреждений; необходимо улучшить организацию и координацию деятельности органов, занимающихся планированием в области энергетики. При необходимости политика центрального/национального правительства может быть адаптирована с учетом местных потребностей и достижения местных результатов [3]. Поэтому любой документ должен разрабатываться, исходя из консультаций между местными и центральными администрациями, с тем чтобы план был эффективным [4].

Кроме того, план будет неэффективным, если он не будет подкреплен набором других выявленных стратегий решения проблем, таких, как, например, руководящие принципы закупочной деятельности, поддержка групп содействия и т.д. Центральное или национальное правительство должно оказывать более широкую поддержку, предоставляя всю необходимую информацию, ресурсы и оказывая помощь государственным и местным органам власти и учреждениям [3]. Для сведения к минимуму чистой задолженности можно санкционировать осуществление проектов по модернизации с наименьшими затратами, предусматривающих быстрый период окупаемости. Было бы также полезно повысить осведомленность путем разработки учебных материалов и программ подготовки. В частности, это может быть сделано в форме «единого окна» ресурсов государственных организаций с необходимой информацией относительно модернизации энергетики [5].

Правительству необходимо создать специальный механизм финансирования и рационализировать процесс закупок для проектов модернизации в области энергоэффективности, с тем чтобы отдельные департаменты/учреждения могли получить доступ к необходимым для их проектов средствам. Обзор различных имеющихся механизмов финансирования и закупок для проектов модернизации энергетических систем содержится в [6]. Среди различных имеющихся механизмов финансирования наиболее подходящим методом финансирования модернизации системы энергоснабжения в государственном секторе был признан возобновляемый кредитный фонд [7].

Кроме того, правительства должны вознаграждать те департаменты и учреждения, которые достигли поставленных целей в области реконструкции зданий. Одним из способов достижения этого могло бы стать предоставление правительственным департаментам и учреждениям возможности удерживать любые средства, сэкономленные в результате модернизации систем

энергосбережения, без сокращения их оперативного бюджета. Эти удержанные средства можно было бы использовать для финансирования будущих проектов модернизации (внутренний оборотный кредитный фонд). Кроме того, следует разработать рациональную и гибкую модель закупок, которая позволила бы сократить время, требуемое в ходе закупок, а также позволила бы государственным учреждениям принимать широкий круг решений в рамках проекта модернизации.

Правительству следует создать группу экспертов для оказания поддержки своим департаментам и ведомствам в вопросах планирования проектов, разработки бизнес-моделей, комплексного процесса закупок, поиска квалифицированных специалистов и предоставления необходимой информации и подготовки кадров. Группа содействия и весь правительственный протокол являются более эффективными с точки зрения затрат, чем требование к каждому департаменту создавать свои собственные процедуры и группы, которые осуществляют проекты модернизации в области энергоэффективности. Некоторые успешные национальные и международные программы реконструкции общественных зданий использовали этот подход группы содействия, чтобы помочь правительственному учреждению модернизировать их здание. Например, в Австралии в рамках Программы строительства более экологичных зданий в штате Виктория и Правительственной программы ресурсоэффективности в штате Новый Южный Уэльс создана центральная группа содействия для поддержки государственных учреждений. В Канаде такая помощь оказывается в рамках Инициативы по строительству федеральных зданий. Аналогичные услуги в Финляндии предоставляет компания Motiva, которая выступает в качестве связующего звена между участниками рынка, разрабатывая модели и инструменты заключения контрактов и маркетинга. Еще одной моделью для оказания такой помощи является роль координатора проекта в рамках программы Министерства энергетики США по контракту на энергосбережение (ESPC), которая осуществляется под руководством Федеральной программы управления энергетикой (FEMP). Координаторы проектов FEMP являются экспертами-консультантами по техническим, финансовым и договорным вопросам и помогают оптимизировать финансовую ценность проектов.

В настоящее время ощущается нехватка специалистов, обладающих обширным опытом в области проведения работ по модернизации энергетического оборудования (например, аудит, изучение соответствующих мер по модернизации, измерения, проверка и т.д.). Для решения этой проблемы можно использовать систему сертификации для подготовки и сертификации квалифицированных специалистов. В Австралии Совет по энергоэффективности разработал одну из таких систем сертификации, которая обеспечивает профессиональную сертификацию для лиц, возглавляющих и осуществляющих комплексную модернизацию энергетических объектов коммерческих зданий. Кроме того, правительство может установить некоторые четкие протоколы в отношении навыков, необходимых для осуществления таких проектов, а также

может разработать перечень квалифицированных специалистов, чтобы им не нужно было тратить время на проверку возможностей консультантов и подрядчиков.

Общественные организации сталкиваются с некоторыми уникальными препятствиями при переоборудовании своего здания. Осуществление проекта в области энергоэффективности связано с трудностями, обусловленными бюджетными ограничениями отдельных департаментов. Даже если департамент или учреждение в состоянии нести расходы, долгосрочный характер всего проекта (т.е. начальный капитал плюс небольшие расходы на текущий мониторинг) не вписывается в краткосрочные циклы государственного бюджета. Проекты модернизации, как правило, не рассматриваются в качестве основной функции того или иного конкретного государственного ведомства, а это означает, что инициативы по модернизации зачастую отодвигаются на задний план бюджетных приоритетов. Кроме того, то, каким образом формируются государственные бюджеты и обязанности, означает, что они практически не стимулируют уделение приоритетного внимания модернизации в области энергоэффективности. Департаменты и учреждения часто оказываются в невыгодном положении с точки зрения экономии энергии, поскольку в следующем финансовом году казначейство сократит их оперативный бюджет в связи с сокращением расходов на энергообеспечение их зданий.

Для разработки успешной правительственной программы модернизации зданий предлагается нисходящий подход. На вышестоящем уровне управления государством должны продемонстрировать решимость и готовность взять на себя долговые обязательства по истечении периода предварительной оценки, с тем чтобы финансировать осуществимые проекты модернизации. К числу других ключевых стимулирующих стратегий относятся обязательная политика модернизации, специальный механизм финансирования, гибкая модель закупок, группа содействия и список специалистов, прошедших предварительный отбор. Наличие всех этих элементов в рамках всеобъемлющей стратегии переоснащения ускорит нынешние медленные темпы модернизации энергоэффективности в рамках портфеля государственных инвестиций в строительство.

Библиографический список

1. DECC, UK National Energy Efficiency Action Plan, Department of Energy and Climate Change, Editor. 2014: London, United Kingdom
2. Thomas, S., Energy efficiency policies for buildings, in bigEE-Your guide to energy efficiency in buildings. 2015, Wuppertel Institute: Germany.
3. Hou, J., et al., Comparative study of commercial building energy-efficiency retrofit policies in four pilot cities in China. *Energy Policy*, 2016. 88: p. 204-215.
4. Caputo, P. and G. Pasetti, Overcoming the inertia of building energy retrofit at municipal level: The Italian challenge. *Sustainable Cities and Society*, 2015. 15: p. 120- 134

5. Curtis, J., A. Walton, and M. Dodd, Understanding the potential of facilities managers to be advocates for energy efficiency retrofits in mid-tier commercial office buildings. *Energy Policy*, 2017. 103: p. 98-104.

6. Bertone, E., et al., State-of-the-art review revealing a roadmap for public building water and energy efficiency retrofit projects. *International Journal of Sustainable Built Environment*, 2016. 5(2): p. 526-548.

7. Bertone, E., et al., Role of financial mechanisms for accelerating the rate of water and energy efficiency retrofits in Australian public buildings: Hybrid Bayesian Network and System Dynamics modelling approach. *Applied Energy*, 2018. 210(Supplement C): p. 409-419.

Е. М. Горбушина, К. А. Дятлов
Науч. руководитель: **С. Г. Янчукович**
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна
Высшая школа технологии и энергетики

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИЕМА ОПАСНЫХ ОТХОДОВ ОТ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ

Аннотация. Данная работа направлена на анализ текущей ситуации с приемом опасных отходов от физических лиц в России, выявление основных проблем и предложение мер для улучшения данного процесса.

Ключевые слова: опасные отходы, пункты приема, охрана окружающей среды, степень опасности отходов.

E. Gorbushina, K. Dyatlov
Scientific supervisor: **S. Yanchukovich**
Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

WAYS TO OPTIMIZE THE ACCEPTANCE OF HAZARDOUS WASTE FROM INDIVIDUALS IN RUSSIA

Annotation. This work is aimed at analyzing the current situation with the acceptance of hazardous waste from individuals in Russia, identifying the main problems and proposing measures to improve this process.

Keywords: hazardous waste, collection points, environmental protection, degree of waste hazard.

Анализ текущей ситуации с приемом опасных отходов от физических лиц

В настоящее время ситуация с приемом опасных отходов от физических лиц остается довольно острым вопросом. Одни из причин этой проблемы – недостаточная информированность населения о правильных способах утилизации опасных отходов и отсутствие доступных точек сбора таких отходов.

Что относится к опасным отходам?

Под отходами понимают остатки сырья, материалов, полуфабрикатов и иных продуктов или изделий, которые были получены в процессе потребления или производства, а также продукцию (товары), утратившую свои потребительские свойства.

К опасным относятся отходы, которые содержат вредные вещества, обладающие опасными свойствами (токсичностью, взрывоопасностью,

пожароопасностью, высокой реакционной способностью) или содержащие возбудителей инфекционных болезней, либо те вещества, которые могут представлять непосредственную или потенциальную опасность для здоровья человека и окружающей природной среды, самостоятельно или при вступлении в контакт с другими веществами [1].

Классификация опасных отходов

В зависимости от степени негативного воздействия на окружающую среду отходы классифицируются в соответствии с критериями:

I класс – чрезвычайно опасные отходы, экосистема нарушается необратимо. Например, ртутьсодержащие предметы (лампы, градусники), люминесцентные лампы, асбестовая пыль и волокно.

II класс – высокоопасные отходы, восстановление экосистемы может занять более 30 лет. Например, батарейки, свинцовые аккумуляторы, синтетические масла с галогенами.

III класс – умеренно опасные отходы, восстановление экосистемы более 10 лет. Например, моющие средства и табачная пыль, телефоны и изделия из термореактивных пластмасс.

IV класс – малоопасные отходы, восстановление экосистемы более 3 лет. Например, пищевые и полиэтиленовые отходы, косметические средства и бытовые приборы.

V класс – практически неопасные отходы. Например, отходы натуральных и природных материалов, пластик, стекло, бумага и картон, древесина, лом металлов и прочее: от фруктов, овощей и навоза до известняка [2].

Как сейчас происходит прием опасных отходов?

В Санкт-Петербурге для приема опасных отходов существует несколько специализированных пунктов приема, где граждане и организации могут сдать опасные отходы для их дальнейшей утилизации или переработки.

Для сдачи опасных отходов необходимо обратиться в ближайший пункт приема и ознакомиться с правилами и условиями сдачи опасных отходов. Как правило, прием опасных отходов осуществляется бесплатно или за символическую плату.

Прием опасных отходов осуществляется в соответствии с законодательством об охране окружающей среды и требованиями по обращению с опасными веществами. Отходы отправляются на специализированные предприятия для дальнейшей обработки, утилизации или захоронения с минимальным воздействием на окружающую среду.

В экотерминалы население Санкт-Петербурга может сдать следующие виды опасных отходов:

- энергосберегающие компактные ртутьсодержащие лампы;
- батарейки и аккумуляторы малогабаритные.

В экопункты и экомобили:

- лампы ртутные;
- лампы светодиодные;
- термометры медицинские ртутные и прочие ртутные приборы;

- батарейки и аккумуляторы малогабаритные;
- аккумуляторы крупногабаритные;
- вышедшая из эксплуатации бытовая, электронная, компьютерная и оргтехника;
- химические отходы, бытовые химические средства, лаки и краски с истекшим сроком годности;
- ртуть металлическая и загрязненные ртутью отходы;
- отработанные масла;
- лекарственные препараты с истекшим сроком годности;
- противогазы и их комплектующие;
- покрышки автомобильные.

Часто задаваемые вопросы по утилизации опасных отходов

Как происходит утилизация батареек? В России переработкой батареек занимаются завод «Мегаполисресурс» в Челябинске, компания «Меркурий» в Санкт-Петербурге и Национальная экологическая компания в Ярославле. Там батарейки дробят, с помощью магнита отделяют стальной лом, а затем выделяют из остатков цинкосодержащую и угольно-марганцевую смеси.

Как утилизировать разбитый ртутный градусник? Самостоятельно утилизировать ртутный градусник не получится. Это могут быть частные организации, институты экологии, центры демеркуризации (обезвреживания отходов).

Если ртутный градусник разбился, нужно позвонить в МЧС – скорее всего, оттуда приедут специалисты. Но не исключено, что вам скажут собрать ртуть самому. Тогда осколки стекла и шарики ртути нужно будет сложить в банку с холодной водой, а затем плотно закрыть её крышкой. Сдать такую банку можно в МЧС, а если это по какой-то причине невозможно – отнести в один из пунктов для сдачи целого градусника [3].

Требования и нормативы по обращению с опасными отходами

- Необходимо соблюдать законодательство страны по обращению с опасными отходами.
- Не допускать смешивание опасных отходов с обычными бытовыми отходами и выбрасывать их в местах, предназначенных для обработки таких отходов.
- Пользоваться специальными контейнерами и упаковками для сбора и транспортировки опасных отходов, соблюдать инструкции по их упаковке и маркировке.
- Обращаться с опасными отходами только в специализированные организации или пункты приема опасных отходов.
- В случае обнаружения вытекания или разлива опасных веществ следует немедленно сообщить об этом специализированным службам по ликвидации последствий ЧП [4].

Механизмы стимулирования приема опасных отходов

Росту объемов утилизации в стране препятствуют барьеры, первопричина которых лежит в трех плоскостях:

- нормативное регулирование;
- технологическое обеспечение;
- экономическая целесообразность.

Все три группы барьеров связаны между собой. В случае невозможности преодоления нормативных барьеров бессмысленно рассуждать о технологической возможности утилизации, а в отсутствие технологий исключается возможность оценки экономической целесообразности использования отходов в хозяйственном обороте.

Финансовые вознаграждения могут стимулировать предприятия и отдельных граждан к правильному управлению опасными отходами. Некоторые перерабатывающие компании платят за сырье. Алюминиевые банки, пластиковые бутылки и медная проволока – вот лишь несколько примеров. Вознаграждения могут быть предоставлены за сдачу опасных отходов на переработку или за принятие мер по их утилизации. Например, государство может установить специальные субсидии или налоговые льготы для предприятий, которые активно участвуют в программе по сбору и переработке опасных отходов. Кроме того, финансовые вознаграждения могут быть предоставлены за разработку новых технологий и методов утилизации опасных отходов. Это может стимулировать инновации и способствовать развитию новых рынков для утилизации опасных отходов [5].

Штрафы являются еще одним эффективным механизмом стимулирования приема опасных отходов. Они могут быть применены к предприятиям и гражданам, которые не выполняют требования по управлению опасными отходами [6].

Программы поощрения и информационной поддержки. Международная практика показывает, что без материального стимулирования общество не готово полностью переходить на новый уровень стабилизации экологии.

Программы поощрения – это один из эффективных механизмов стимулирования приема опасных отходов. Эти программы могут включать в себя различные виды стимулирования, такие как финансовые поощрения, льготы, награды и другие меры, которые мотивируют организации и индивидуальных граждан к правильной обработке и утилизации опасных отходов.

Среди наиболее развитых механизмов экономического стимулирования рационального обращения с отходами можно выделить схему возврата использованных емкостей для напитков с внедрением залогового сбора.

Залоговый (депозитный) сбор представляет собой фиксированную сумму, которую потребитель может получить при возврате использованной тары и упаковки. Данная сумма жестко лимитируется, явно указывается на упаковке и включается в розничную стоимость пищевых продуктов. Такой подход позволяет реализовать прямое стимулирование потребителя к возврату использованной упаковки производителю [7].

Информационная поддержка также играет важную роль в стимулировании приема опасных отходов. Предоставление доступной информации о том, как правильно обращаться с опасными отходами, какие утилизационные пункты

существуют, какие меры безопасности необходимо соблюдать и какие преимущества можно получить через утилизацию опасных отходов, помогает повысить осведомленность и мотивацию людей и организаций [8].

Вывод

1. Проблема приема опасных отходов от физических лиц остается актуальной из-за недостаточной информированности населения и недоступности точек приема.
2. Финансовые вознаграждения, программы поощрения и штрафы являются эффективным инструментом для стимулирования предприятий и населения к правильному управлению опасными отходами.
3. Важно повысить мотивацию людей относительно правильного обращения с опасными отходами.

Библиографический список

1. Комлачев, М. Т. Определение класса опасности отходов производства и потребления / М. Т. Комлачев, Т. В. Заболотских // Екатеринбург: УГТУ-УПИ. – 2008. – С. 100-295.
2. Гайд по обращению с отходами: учет и правила // Eco standard group : [сайт]. – 2023. – URL: <https://ecostandardgroup.ru/journal/gayd-po-obrashcheniyu-s-otkhodami-uchet-i-pravila/> (дата обращения: 14.04.2024).
3. Курынцева, П. А. Обращение с отходами производства и потребления : учебное пособие / П. А. Курынцева, С. Ю. Селивановская. – Казань, 2018. – С. 7-9.
4. Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» // Официальный интернет-портал правовой информации : [сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102053807> (дата обращения: 00.00.2024).
5. Черноокий, Ю. А. Механизм стимулирования рационального обращения с коммунальными отходами: международный опыт / Ю. А. Черноокий, А. Д. Мурзин // Экономика и экология территориальных образований. – 2020. – Т. 4, № 4. – С. 47–56. – DOI: 10.23947/2413-1474- 2020-4-4-47-56.
6. Байнова, М. С. Международный опыт стимулирования отдельного сбора бытовых отходов / М. С. Байнова // Московский НОЧУ-ВО. – 2021. – С. 4-6.
7. Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" от 24.06.1998 N 89-ФЗ (последняя редакция) // Консультант Плюс : [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109 / (дата обращения: 14.04.2024).
8. Осокин, Н. А. Стимулирование утилизации промышленных отходов в России: как может помочь зарубежный опыт? / Н. А. Осокин, Ю. В. Никитушкина, У. А. Бачаев // ЭКО. – 2021. – С. 69–93.

С. М. Долговязов

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛОГИСТИКИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. Статья посвящена обобщению современных направлений цифровизации логистики алкогольной продукции и анализу внедряемых инноваций в систему управления цепями поставок алкоголя. В статье рассмотрены современные технологии доставки грузов при помощи роботов и дронов, а также исследовано общественное мнение о предпочитаемых способах доставки алкогольной продукции конечному потребителю.

Ключевые слова: логистика алкоголя, доставка, цифровые технологии, алкогольная продукция, блокчейн, RFID-системы.

S. Dolgovyazov

Saint-Petersburg State University of Economics

DIGITALIZATION OF ALCOHOLIC BEVERAGES LOGISTICS

Abstract. The article is devoted to the generalization of modern directions in digitalization of alcohol logistic and the analysis of innovations being introduced into the alcohol supply chain management system. The article examines modern technologies for delivering goods using robots and drones, and also examines public opinion on the preferred methods of alcoholic beverages delivering to the end user.

Keywords: alcohol logistics, delivery, digital technologies, alcoholic beverages, blockchain, RFID systems.

Алкогольная промышленность – это одна из наиболее быстро развивающихся отраслей промышленного производства по всему миру. Во многом это развитие определяется теми цифровыми инновациями, которые используются в функциональных областях логистики алкоголя, в частности, в сбыте, который имеет свои ограничения и должен соответствовать нормативным требованиям, которые связаны, главным образом, с обеспечением безопасности при перевозке спирта и сохранности продукции в процессе доставки конечному потребителю.

Стоит отметить, что, поскольку чистый спирт является легковоспламеняющимся грузом, среди требований, регламентирующих его доставку, кроме правил безопасности при перевозке опасных грузов также выделяют обязательное наличие лицензии на перевозку алкоголя, оборудование автомобилей приборами ЕГАИС и наличие сопроводительного комплекта документов [2].

Правила хранения спиртосодержащей продукции отражены в ФЗ №171 от 22.11.95 года. Требования к складским помещениям и техническим условиям хранения алкогольной и спиртосодержащей продукции изложены в приказе Минфина № 272н от 17.12.2018 года. Данные требования определяют назначение складских помещений, необходимое оборудование и физические ограничения.

Серьёзный ущерб алкогольной промышленности нанесли западные санкции, введённые в период с начала 2022 года. Вслед за уходом иностранных производителей готовой продукции российский рынок покинули и поставщики оборудования, используемого в производстве спиртных напитков. В связи с этим остро встал вопрос о регулярном ремонте и замене оборудования своими силами, иначе появляется риск недопоставок продукции, причём ситуацию осложняет тот факт, что российским компаниям пришлось восполнять дефицит, образовавшийся на рынке вследствие ухода западных поставщиков.

Стоит подчеркнуть, что снижение объёмов поставок зарубежной продукции отмечают и потребители. Если раньше основную долю продаж вина составляли вина из Франции, Италии, Испании и Грузии, то сейчас их место заняла продукция из России.

Ещё одной проблемой оказалась нехватка отечественного сырья и ингредиентов, ведь в пивоваренном производстве использовалось всего 2 % российского хмеля и солода. Несмотря на то, что поставки зарубежного сырья в Россию сохраняются, теперь имеют место трудности, связанные с оплатой и таможенным оформлением партий сырья [7].

На текущий момент развития логистика алкоголя нуждается в применении инновационных разработок и цифровых технологий с целью ликвидации узких мест. Так, например, с каждым днём всё увеличивается потребность в автономных механизмах, осуществляющих внутрискладское перемещение грузов, а также размещение партий на стеллажах. Тем не менее, вне зависимости от того, какое складское оборудование используется, имеет место риск порчи партий товаров и боя бутылок, что необходимо учитывать при планировании производства и оснащении склада новым оборудованием [6].

Также имеет значение риск возникновения потерь, связанных с пересортом по датам, проверкой сроков годности продукции и, как следствие, ошибки в выдаче партий товаров и путаницы на складе. Так как алкогольная промышленность предполагает работу с множеством бумаг и документов, возникает потребность в автоматизированных решениях, которые помогают вести учёт продукции, сроков годности, и, как результат, наладить производство и реализацию продукции без критичных временных потерь.

Как пример такого решения можно привести WMS-систему «1С-Логистика: Управление складом». Основной способ записи и чтения информации о партиях товаров – это штрихкодирование акцизных марок. При завершении приёмки/отгрузки партий товаров информация о продукции попадает в систему, после чего с её же помощью можно эффективно разместить товары на складе с учётом результатов ABC-анализа. Кроме того, WMS-системы позволяют также выбрать конкретные партии товаров для отгрузки с

автоматическим внесением в систему данных об акцизных марках и датах розлива [1].

Дата розлива – важнейший маркер качества продукции, поскольку от неё зависит срок годности напитка и условия его хранения. Для отслеживания параметров годности товаров применяется система интернета вещей. Устанавливаемые на производстве датчики позволяют отслеживать температурный режим, следить за допустимой влажностью в контейнерах, а также вовремя оповещать сотрудников о приближающемся истечении срока годности конкретной партии алкоголя.

Существенной проблемой, связанной с реализацией алкоголя, является слишком большое присутствие на рынке поддельной и некачественной продукции, употребление которой опасно для жизни и здоровья людей. Проводились многочисленные исследования в поисках наилучшего способа борьбы с контрафактной продукцией. Так, в 2021 году был проведён эксперимент по RFID-маркировке бутылок вина с целью их защиты от копирования¹ [8]. Результаты данного исследования подтвердили целесообразность применения технологии радиочастотной маркировки бутылок, после чего было утверждено обязательное нанесение маркировки с 2021 года.

Окончательное внедрение обязательной маркировки планируется к 2025 году, к этому моменту продажа напитков без маркировки будет запрещена.

По оценкам экспертов, в январе 2024 года доля легальной продукции выросла до 20,8 %. Ожидается сохранение положительной динамики до окончания реализации проекта [3].

Среди цифровых инструментов цифровизации логистики алкоголя важную роль помимо RFID-меток играет технология блокчейн. С её помощью можно охватить все бизнес-процессы, связать между собой участников сделки, наладить документооборот и отслеживать всё, что происходит с грузом в пути [4].

Среди прочих задач логистики алкогольной продукции, решаемых с помощью технологии блокчейн, также можно выделить управление товарными запасами, регулярные круглогодичные поставки при ярко выраженной сезонности спроса в новогодние праздники, устранение недопоставок и тому подобное. Для решения данной задачи блокчейн позволяет разработать сеть, в которой будет храниться информация о движении товара на каждом этапе от производства к сбыту, причём каждый субъект цепи поставок должен иметь к этой сети доступ с целью «подстраивания» под общий темп работы и выравнивания поставок.

Также создать сеть с широким доступом помогают облачные решения. Как и блокчейн, они представляют собой большую базу данных, в которой содержится информация о дате, времени и номенклатуре выпускаемой продукции, а также обо всех этапах производства и транспортировки, что может оказаться полезным для партнёров компании-производителя алкоголя.

¹RFID – это радиочастотная технология идентификации. Для расшифровки записанных данных используются считыватели. Они получают сигнал и распознают информацию, а затем передают данные в учетную систему.

Ещё одним направлением цифровизации логистики алкоголя является применение дронов как для внутрискладского перемещения партий, так и для доставки покупателям готовой продукции. Уже сейчас на складах алкоголя дроны применяются для инвентаризации продукции. Задачей таких дронов является самостоятельное перемещение по территории склада без помощи оператора, считывание штрих-кодов на паллетах и передача полученных данных в WMS-систему [5]. Задачей такой инвентаризации является установление точного количества и номенклатуры товаров на складе, а также проверка наличия требуемых наименований на складе.

Несмотря на свои небольшие размеры, дроны способны осуществлять перемещение ящиков с алкоголем из одного места в другое. Главными преимуществами использования дронов являются сокращение времени на перемещение товаров и минимизация риска ошибок при ручной обработке грузов.

Для доставки алкогольной продукции покупателям дроны могут использоваться в качестве альтернативы традиционным методам доставки. Они могут летать по определенному маршруту и доставлять товары непосредственно к двери клиента. Это позволяет сократить время доставки и уменьшить затраты на транспортировку.

Однако использование дронов в логистике алкогольной продукции имеет свои ограничения. Например, они не могут летать в плохую погоду или в условиях ограниченной видимости, а также для организации полетов требуется обязательное разрешение от соответствующих органов власти.

Подводя итог всему вышесказанному, сделаем вывод, что логистика алкогольной продукции развивается, прежде всего, в направлении новых систем и технологий доставки грузов. Применяемые в функциональном цикле производства автоматизированные решения и цифровые технологии направлены на обеспечение прозрачности цепей поставок, повышение контроля качества выпускаемой продукции и ускорение выполнения бизнес-процессов. Ежедневно появляющиеся роботы и дроны, способные доставить груз как по территории склада, так и в любой район города, позволяют существенно упростить работу людям и принципиально изменить подход к транспортировке партий товаров. Подчеркнем, что потенциал применения цифровых технологий в организации цепей поставок алкогольной продукции достаточно высок, поскольку использование таковых способствует существенному сокращению затрат и повышению ценности (в том числе за счет трансформации ее структуры), предлагаемой потребителю.

Библиографический список

1. WMS на складах алкогольной продукции // Axelot : [сайт]. – URL: <https://www.axelot.ru/smi/wms-na-skladah-alkogolnoj-produkczii/> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Базанова, М. К. Анализ проблем логистической составляющей производства алкогольной продукции в России в современных условиях /

М. К. Базанова // Студент: наука, профессия, жизнь: Материалы X всероссийской студенческой научной конференции с международным участием. Омск, 24–28 апреля 2023 года. – Ч. 2. – Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2023. – С. 560-564.

3. В России заработала обязательная цифровая маркировка пива и алкоголя в алюминиевых банках // TAdviser : [сайт]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php//Проект:RFID-маркировка_алкоголя_в_России (дата обращения: 15.02.2024).

4. Как внедрить блокчейн в табачную и алкогольную промышленность // Merehead : [сайт]. – URL: <https://merehead.com/ru/blog/implement-blockchain-tobacco-alcohol-industry/> (дата обращения: 15.02.2024).

5. Как устроен склад алкоголя, и как нечеловекоподобный дрон может летать между бутылками // Хабр : [сайт]. – URL: <https://habr.com/ru/companies/croc/articles/504122/> (дата обращения: 15.02.2024).

6. Кузнецова, Е. В. Эффективность и безопасность логистического процесса на складе / Е. В. Кузнецова // Экономика. Экология. Безопасность: Материалы Международной научно-практической конференции, Уфа, 17–18 апреля 2020 года. – Уфа: Уфимский государственный авиационный технический университет, 2020. – С. 142-146.

7. Сподаренко, Ю. С. Анализ логистических операций на рынке алкогольной продукции в период 2022 г / Ю. С. Сподаренко // От синергии знаний к синергии бизнеса: Сборник статей и тезисов докладов X Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и преподавателей, Омск, 17 марта 2023 года. – Омск: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский центр КАН», 2023. – С. 163-166.

8. Эксперимент по маркировке алкоголя RFID-метками – инициатива Минпромторга // Mertech : [сайт]. – URL: <https://mertech.ru/blog/vse-ogais/eksperiment-po-markirovke-alkogolja-rfid-metkami-initsiativa-minpromtorga> (дата обращения: 15.02.2024).

М. К. Журавлева
Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет

РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье описаны основные направления развития строительной деятельности согласно имеющимся приоритетам РФ, определена ключевая роль строительных организаций в их исполнении. На основе данных Росстата сделан вывод о важной роли финансирования деятельности строительных организаций, выделены основные источники финансирования и возможные перспективы.

Ключевые слова: финансирование, источники финансирования, финансовая система, строительные организации.

M. Zhuravleva
St. Petersburg State University
of Architecture and Civil Engineering

DEVELOPMENT OF THE MAIN DIRECTIONS OF FINANCING THE ACTIVITIES OF CONSTRUCTION ORGANIZATIONS

Abstract. The article describes the main directions of development of construction activities, according to the existing priorities of the Russian Federation, the key role of construction organizations in their execution is determined. Based on Rosstat data, the conclusion is made about the important role of financing the activities of construction organizations, the main sources of financing and possible prospects are highlighted.

Keywords: financing, sources of financing, financial system, building company.

Развитие градостроительной деятельности является одним из приоритетных направлений, реализуемых правительством Российской Федерации (РФ) с помощью специальных стратегических инициатив и программ развития в рамках градостроительной политики РФ.

В «Стратегии пространственного развития Российской Федерации», разработанной до 2025 года, четко обозначены основные тенденции, проблемы, цели, задачи и приоритеты пространственного развития РФ. В их основе лежит борьба с пространственной дифференциацией, направленная на повышение уровня и качества жизни в стране, ликвидация инфраструктурных ограничений, повышение транспортной доступности и т. д. [2]. Комплексная государственная программа (КГП) РФ «Строительство» [11], основанная на адресной

инвестиционной программе, задает вектор перехода к среднесрочному планированию в рамках государственного инвестирования объектов недвижимости. «Стратегия развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства РФ на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года» ставит своей целью трансформацию «Строительства» по трём направлениям: административная, цифровая и профессиональная. Основная цель – сокращение длительности инвестиционно-строительного цикла и обеспечение его прозрачности, а также привлечение необходимых строительных ресурсов, редактирование ограничений по использованию земельных участков, совершенствование правил допуска строительных организаций на рынок [3].

В свете этого особое место отводится строительным организациям, как «базису», который, с одной стороны, является элементом, для которого создаются те или иные изменения в строительной сфере, а, с другой стороны, является воплощением применения этих изменений.

Строительные организации являются достаточно разносторонними и многоаспектными. Согласно ОКВЭД [12] их деятельность направлена на строительство новых объектов, реконструкцию, капитальный ремонт, текущий ремонт и дополнительные работы, монтаж готовых зданий или сооружений на строительном участке, включая строительство временных сооружений. Данный вид деятельности отличается большими и неравномерными затратами, нетиповыми решениями (индивидуальным характером) в рамках выполнения заказов, технологической, конструктивной сложностью выполняемых работ, изменчивостью условий при реализации и т.д. В процессе функционирования строительная организация решает обширный перечень вопросов, которые относятся к инженерной, управленческой, информационной и экономической деятельности [6]. По данным Росстата большинство факторов [13], ограничивающих деятельность строительных организаций, могут быть сведены к вопросу о достаточном и своевременном обеспечении их денежными средствами в необходимом размере.

Традиционно в финансировании деятельности строительной организации, выделяли четыре основных источника [9]:

- 1) заемные средства финансовых организаций;
- 2) средства, привлекаемые от заключения договоров долевого строительства;
- 3) собственные средства компаний;
- 4) государственные заказы на строительство.

Финансирование за счет только собственных средств на практике встречается редко. Это связано с тем, что организациям сложно без последствий изъять из оборота определенную сумму денежных средств. Однако самофинансирование может применяться в комбинации с другими источниками финансирования. Обладание определенным запасом собственных средств положительно отражается на деятельности компании, позволяя чувствовать себя комфортно, при этом основными источниками самофинансирования выступают нераспределенная прибыль и амортизационные отчисления.

Доля государственных заказов (государственных закупок) в строительстве ежегодно составляет порядка 20 % рынка строительных работ и услуг [4].

Распределение бюджетных средств на них определяется приоритетными направлениями развития страны, регулируется на законодательном уровне и имеет некий предел. Финансирование на основе государственных заказов не отличается стабильностью и сопряжено с жестким выполнением условий контракта, таких как, например, необходимость уложиться в определённую стоимость вне зависимости от условий, что, в свою очередь, провоцирует организацию экономить на каких-то аспектах своей деятельности.

Заёмные источники представлены в основном банковским кредитом, а также денежными средствами от частных инвесторов, полученными на основе платности и возвратности. С одной стороны, данный вариант финансирования увеличивает свободу организации, предоставляет ей широкий доступ к денежным средствам, которые можно расходовать по своему усмотрению, а также позволяет использовать «эффект финансового рычага» с целью максимизации рентабельности собственных средств и производить перерасчет налога на прибыль. С другой стороны, использование заёмных источников увеличивает долговую нагрузку компании и ослабляет ее финансовое положение, поэтому такой способ привлечения средств подходит не всем организациям, особенно в периоды высоких процентных ставок по кредитам.

Средства от долевого строительства по сути являются «бесплатным» финансированием, без строгих обязательств, и активно использовались строительными организациями до 2019 г., но после внесения изменений в Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ, согласно которому были сформулированы существенные дополнения относительно требований к застройщикам, порядку регистрации договора долевого строительства и т.д., для строительных организаций использование данного вида финансирования стало не так выгодно, как раньше.

Комбинирование источников финансирования деятельности строительной организации носит индивидуальный характер и зависит от целей организации и ее возможностей.

Определенной квинтэссенцией выделенных источников финансирования можно назвать проектное финансирование.

Проектное финансирование предполагает, что застройщик финансирует проект за счет банковских средств (иногда собственных), а средства дольщиков со счетом эскроу становятся ему доступны только после сдачи проекта в эксплуатацию, при этом процентная ставка по банковским средствам зависит от объема денежных средств на счетах эскроу. Контроль за расходами и их согласование остаются за банком, что обуславливает необходимость построения финансовой модели проекта и ее согласования при различного рода изменениях [8]. По мнению Н. В. Ворониной, ключевой момент проектного финансирования заключается в том, что кредитор рассчитывает на определенные денежные потоки проекта как на источник погашения кредита [5]. С другой стороны, как отмечает А. Н. Шохин, вложение банковских средств – это

обеспечение долговых обязательств заёмщика [10]. Основными положительными моментами использования системы проектного финансирования выступают: снижение различного вида рисков, в частности, снижение рисков финансирования банка, снижение рисков невыполнения обязательств застройщика и т.д., а также усиления контроля за деятельностью строительных организаций. К негативным следует отнести: увеличение стоимости строительства и, как следствие, снижение объемов и темпов строительства, а также увеличение барьеров для выхода мелких игроков на рынок.

В настоящее время наиболее активно используемым способом финансирования строительства выступает проектный подход, но это не значит, что на этом все и закончится. Современные тенденции в области развития технологий, коммуникаций, этики, экологии и т.д. (ESG) подталкивают власти к поддержке девелоперов, внедряющих экологические стандарты при строительстве [7]. Одним из таких путей является предоставление льготного «зеленого» финансирования. Основная цель – повышение уровня финансовых потоков в направлении «зеленых» инвестиций. На данный момент Правительство [1] к уже имеющимся критериям зелёного финансирования (Постановление от 21.09.21 №1587) выпустило расширение перечня зелёных инициатив, на реализацию которых можно привлечь льготное финансирование через специальные облигации или займы (Постановление от 11 марта 2023 года №373), в частности, теперь претендовать на льготное финансирование смогут проекты, связанные с возведением энергоэффективного жилья. Следует отметить, что наряду с внедрением новых стандартов при строительстве необходимо качественно эксплуатировать построенные объекты и внедрять принципы ESG в эксплуатацию уже имеющихся традиционных объектов недвижимости, а также проводить информирование широких слоёв населения по теме энергоэффективности объектов и соблюдению принципов устойчивого развития при строительстве и эксплуатации недвижимости.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ от 11.03.2023 N 373 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 21 сентября 2021 г. N 1587» // Консультант Плюс : [сайт]. –2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_441987/ (дата обращения: 24.03.2024).

2. Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р (ред. от 30.09.2022) «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» // Консультант Плюс : [сайт]. – 2024. – URL: [https://www.consultant.ru/document /cons_doc_LAW_318094/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318094/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/) (дата обращения: 24.03.2024).

3. Распоряжение Правительства РФ от 31.10.2022 N 3268-р (ред. от 29.11.2023) «Об утверждении Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2030

года с прогнозом до 2035 года» // Консультант Плюс : [сайт]. –2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_430333/ (дата обращения: 24.03.2024).

4. Аманов, Р. Р. Особенности государственного заказа в строительстве / Р. Р. Аманов, М. А. Фахратов, А. В. Липенина, Г. Г. Хубулов // Системные технологии. – 2021. – №4 (41). – С. 24-27.

5. Воронина, Н. В. Проектное финансирование как новый механизм финансирования объектов жилищного строительства / Н. В. Воронина, В. В. Серова // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». – 2018. – Т. 9, № 2. – С. 55–60.

6. Гаспарян, Л. Г. Основы и особенности организации и управления в строительстве / Л. Г. Гаспарян, Ц. Г. Самвелян // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 3. – С. 319-320.

7. Глубокая, Я. Я. Современные тенденции зеленого финансирования / Я. Я. Глубокая // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – №. 1-2. – С. 19-22.

8. Грушина, О. В. Проектное финансирование и методика оценки его воздействия на участников процесса жилищного строительства / О. В. Грушина, Н. Н. Шеломенцева // Жилищные стратегии. – 2020. – №3. – С. 287-310.

9. Распутин, А. В. Источники финансирования строительства в условиях кризиса / А. В. Распутин // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 9. – С. 177-182.

10. Шохин, А. Н. Взаимодействие государства и строительного бизнеса в процессе перехода от отношений долевого участия к проектному финансированию: предпосылки и рекомендации по определению негативных последствий / А. Н. Шохин, А. А. Палагина // Бизнес. Общество. Власть. – 2018. – № 2. – С. 60–75.

11. КГП Строительство // Минстрой России : [сайт]. – 2024. – URL: <https://www.minstroyrf.gov.ru/trades/realizaciya-gosudarstvennyh-programm/kgp-stroitelstvo/> (дата обращения: 20.03.2024).

12. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 31.01.2024) // Консультант Плюс : [сайт]. – 2024. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/d495bbca09f8dcdbae7eca131e82651e483cc799/ (дата обращения: 10.03.2024).

13. Факторы, ограничивающие производственную деятельность строительных организаций (по материалам выборочного обследования) // Росстат : [сайт]. –2024. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14458> (дата обращения: 10.03.2024).

С. В. Иванова

Науч. руководитель: **Р. В. Колесников**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Высшая школа технологии и энергетики

ВЛИЯНИЕ СТАВКИ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ НА МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

Аннотация. Малое и среднее предпринимательство является основой развития экономики. В статье рассматривается влияние, оказываемое величиной ставки рефинансирования на основные показатели, характеризующие деловую активность предприятий малого и среднего бизнеса. Рассматриваются меры государственной поддержки для развития предприятий малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: ставка рефинансирования, малый бизнес, средний бизнес, Центральный Банк РФ, меры поддержки.

S. Ivanova

Scientific supervisor: **R. Kolesnikov**

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

THE IMPACT OF THE REFINANCING RATE ON SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Abstract. Small and medium-sized enterprises are the basis of economic development. The article examines the impact of the refinancing rate on the main indicators characterizing the business activity of small and medium-sized businesses. The measures of state support for the development of small and medium-sized businesses are being considered.

Keywords: refinancing rate, small business, medium business, Central Bank of the Russian Federation, support measures.

На современном этапе развития экономики в Российской Федерации взят курс на поддержку малого и среднего бизнеса, для этого реализуются различные мероприятия – предоставление налоговых льгот, налоговых каникул и др. Одним из важных параметров, оказывающих влияние на развитие малого и среднего бизнеса, является ставка рефинансирования.

Ставка рефинансирования оказывает широкое влияние на экономические процессы государства. Ставка рефинансирования – процентная ставка по основным операциям Банка России по регулированию ликвидности банковского

сектора. Является основным индикатором денежно-кредитной политики [1]. В первую очередь ставка рефинансирования оказывает влияние на деятельность коммерческих банков.

Ставка рефинансирования является ключевым инструментом монетарной политики Центрального банка и используется для регулирования объема денежной массы в обращении, контроля инфляции, стимулирования экономического роста и обеспечения финансовой стабильности. Повышение ставки рефинансирования обычно приводит к увеличению стоимости кредитования, что способствует сдерживанию инфляции. Снижение ставки, напротив, может способствовать увеличению объемов инвестиций, снижению затрат заимствования и стимулированию экономической активности [3].

Ставка рефинансирования влияет также на финансовую систему страны. Она может определять стоимость финансового посредничества, уровень ликвидности банков, способность банков предоставлять кредиты и т.д. Высокие ставки могут повысить риски для финансовой системы, снизить доступность кредитования для малых и средних предприятий, а также повысить вероятность банковских кризисов.

В Российской Федерации на современном этапе большое внимание уделяется развитию малого и среднего бизнеса. Изменение значения ставки рефинансирования может оказывать различное влияние на экономические процессы.

У высокого и низкого значений ставки рефинансирования есть свои плюсы и минусы. При снижении этого показателя в экономике начинают происходить следующие процессы:

- кредиты становятся дешевле;
- проценты по депозитам падают;
- покупательная способность населения увеличивается, вследствие чего улучшается и общее состояние экономики;
- инфляция растёт, так как производители не могут быстро насытить рынок товарами повышенного спроса [2].

При росте ключевой ставки происходят обратные процессы: инфляция снижается, заёмные средства дорожают, потребительский спрос падает. Кроме того, низкая ставка неэффективна в период кризиса и замедляет экономический рост.

Следует рассмотреть динамику изменения ставки рефинансирования и объемов кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП) в России за период 2020–2023 гг (рис. 1).

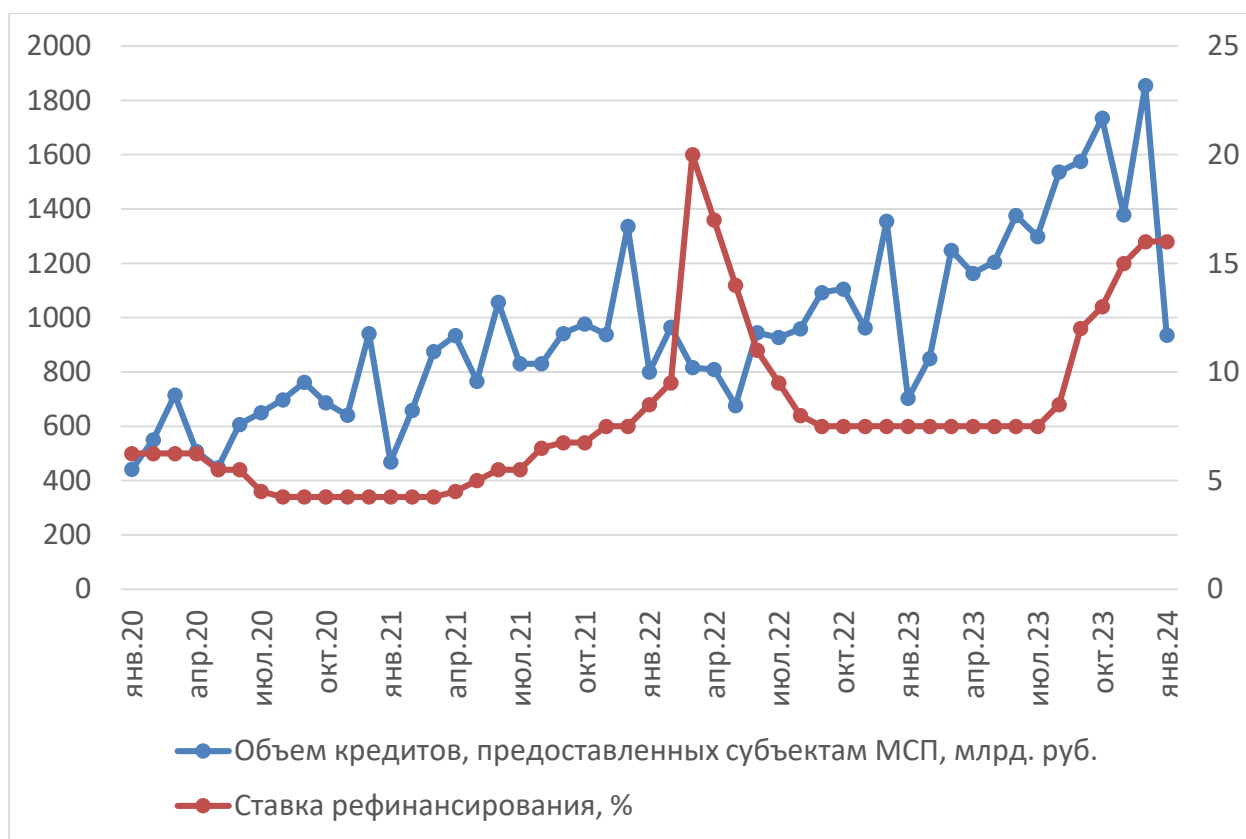


Рисунок 1. Динамика зависимости объемов кредитования от ставки рефинансирования в России в период с 2020 года по 2023 год [составлено автором на основе данных Росстата и ЦБ РФ]

Можно отметить отсутствие строгой корреляции между ставкой рефинансирования и объемом кредитования МСП, коэффициент корреляции 0,415. Существенная зависимость проявляется только в периоды резкого изменения ставки рефинансирования, период с февраля по июнь 2022 года, коэффициент корреляции 0,611 [4].

Колебания в объеме кредитования МСП, скорее, объясняется нормами поведенческой экономики. Наибольшая экономическая активность наблюдается после длительного периода отдыха, так называемыми «тихими» для экономики месяцами – декабрем и январем. Наибольший объем выдачи кредитов приходится на последние месяцы финансового года. В частности, такое поведение предпринимателей связано с устоявшимися в экономике страны нормами, что существенные изменения вступают в силу после новогодних праздников.

Таблица 1 – Основные показатели МСП в России за период 2019–2022 гг. [составлено автором на основе данных Росстата и Минэкономразвития РФ]

Показатель	Период			
	2019	2020	2021	2022
Оборот малых предприятий, млрд руб.	53314,2	52963,9	57197,2	60946,7
Оборот средних предприятий, млрд руб.	6141,6	7563,9	9495,9	10179,6
Количество вновь созданных субъектов МСП, млн ед.	1,06	0,82	1,02	1,02
Общее количество МСП, тыс. ед.	5916,91	5684,56	5866,7	5991,35
Численность занятых на предприятиях МСП, млн чел.	22,7	22,95	25,54	28,17
Доходы субъектов МСП, трлн. руб.	80,4	85,1	104,3	119,9
Всего уплачено налогов и взносов, млрд руб.	5 241,0	5 376,5	6 403,7	7 260,4

Если обратиться к данным об основных показателях, характеризующих деловую активность предприятий малого и среднего бизнеса, то можно заметить, что несмотря на существенные колебания ключевой ставки в рассматриваемом периоде, предприятия МСП показывали положительную динамику по обороту, занятости и доходности.

Помимо институциональных причин такого поведения (ориентированность на внутренний рынок, выработанная устойчивость к внешним стрессам) субъектов МСП и низкой зависимости основных показателей их деятельности от величины ключевой ставки, следует также упомянуть ряд мер государственной поддержки, которые позволили избежать глубокого кризиса в сегменте МСП и преодолеть последствия возникшей неопределенности в денежно-кредитной политике:

- программа льготного кредитования «1764» и комбинированная программа льготного кредитования (1764+пск), ограничивающая верхний порог кредитования МСП для оборотных и инвестиционных целей, рефинансирования, развития предпринимательской деятельности;
- предоставление финансирования в рамках национальной гарантийной системы;
- предоставление поручительств по кредитам государством [5];
- субсидии для компенсации части затрат по выпуску акций и облигаций и выплате купонного дохода по облигациям, размещенным на фондовой бирже;
- помощь в привлечении средств через краудинвестинговые платформы;
- лоббирование закупок у субъектов МСП;
- поддержка социального и молодежного предпринимательства;

- программа льготного кредитования высокотехнологичных, инновационных субъектов МСП и др.

Рост ставки рефинансирования сложно оценить однозначно, так как, с одной стороны, это сдерживает рост инфляции, однако, с другой стороны, это оказывает негативное влияние на развитие малого и среднего бизнеса, так как это усложняет процесс кредитования для коммерческих организаций. В связи с этим могут замедлиться процессы роста и развития коммерческих организаций. Для малых и средних предприятий это может означать более высокие затраты на заемные средства, что усложняет финансовое планирование и влияет на общую рентабельность. Высокая ставка рефинансирования может ограничить возможности предпринимателей для инвестиций в развитие своего бизнеса. Это может замедлить темпы роста выручки компаний и снизить конкурентоспособность на рынке.

В заключение стоит отметить, что несмотря на существенное влияние изменений ставки рефинансирования на возможности МСП по привлечению заемных средств, осуществлению инвестиций, поддержание уровня конкурентоспособности и рентабельности, грамотные и своевременные меры государственной поддержки могут способствовать нивелированию негативного эффекта, возникающего при повышении ставки рефинансирования, что доказывают основные показатели деловой активности МСП России за последние годы.

Библиографический список

1. Авагян, Г. Л. Деньги, кредит, банки: учебное пособие / Г. Л. Авагян, Т. М. Ханина, Т.П. Носова. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 416 с.
2. Серебрякова, К. А. Процентная политика Банка России и ее роль в инновационном развитии российской экономики / К. А. Серебрякова // Хроноэкономика, №3. – 2020. – С. 215-220.
3. Инфляция по данным Росстат // Росстат – Федеральная служба государственной статистики : [сайт]. – 2024. – URL: <https://rosinfostat.ru/inflyatsiya/> (дата обращения: 12.02.2024).
4. Официальный сайт Центрального Банка РФ [сайт]. – 2024. – URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 10.03.2024).
5. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2022 гг. – 117 с. – М., 2023. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/24f01970a69e33b47c3142da6f3be5d9/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merah_po_ego_razvitiyu_za_20192022_gg.pdf (дата обращения: 24.02.2024).

А. А. Коваленко

Приазовский государственный технический университет

ВАЖНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Аннотация. В статье рассмотрены главные аспекты управления рисками, которые очень важны в любой организации. Цель данной статьи – понять важность управления рисками предприятия в период кризиса. Текущий экономический кризис имел далеко идущие последствия, и извлеченные уроки будут использованы в управлении рисками на долгие годы. В этой статье прорабатывается то, как корпоративное управление рисками требует от менеджеров анализа всех рисков, с которыми сталкивается предприятие в наиболее сложной ситуации на рынке, и обеспечение соответствия потребностям заинтересованных сторон.

Ключевые слова: риск, глобальные технологии, управление рисками, позитивные риски, реактивный подход к управлению рисками.

A. Kovalenko

Azov State Technical University

THE IMPORTANCE OF RISK MANAGEMENT IN AN ENVIRONMENT OF UNCERTAINTY

Abstract. This article discusses the main aspects of risk management that are of great importance in any organization. The purpose of this article is to understand the importance of "enterprise risk management" during a crisis. The current economic crisis has had far-reaching consequences, and the lessons learned will be used in risk management over the next few years. This article explores how corporate risk management requires managers to analyze all the risks faced by companies in the most difficult market conditions and ensure that these risks meet the risk needs of stakeholders.

Keywords: risk, global technologies, risk management, positive risk, reactive approaches to risk management.

Управление рисками – это процесс выявления, оценки и контроля угроз капиталу, доходам и операционной деятельности организации. Эти риски проистекают из различных источников, включая финансовую неопределенность, юридические обязательства, технологические проблемы, ошибки стратегического управления, несчастные случаи и стихийные бедствия. Успешная программа управления рисками помогает организации учитывать весь спектр рисков, с которыми она сталкивается. Управление рисками изучает

взаимосвязь между различными типами бизнес-рисков и каскадное влияние, которое они могут оказать на стратегические цели организации. Определения риска можно найти во многих источниках, и некоторые ключевые определения приведены в таблице 1. Также приводится альтернативное определение, иллюстрирующее широкий характер рисков, которые могут повлиять на организации. Институт управления рисками определяет риск как сочетание вероятности события и его последствий. Последствия могут варьироваться от положительных до отрицательных. Это широко применимое и практичное определение, которое можно легко применить, основываясь на теоретических знаниях (табл. 1).

Таблица 1 – Определения риска

Организация	Определение риска
ISOGuide73 ISO31000	Влияние неопределенности на цели. Результативность может быть положительной, отрицательной или представлять собой отклонение от ожидаемого. Кроме того, риск часто описывается событием, изменением обстоятельств или последствием.
Институт управления рисками	Сочетание вероятности события и его последствий. Последствия могут варьироваться от положительных до отрицательных.
Документ «Управление риском. Стратегический обзор»	Неопределенность результата в пределах диапазона воздействия, возникающая в результате сочетания воздействия и вероятности потенциальных событий.
Институт внутренних аудиторов	Неопределенность наступления события, которое может оказать влияние на достижение целей. Риск измеряется с точки зрения последствий и вероятности.

Этот целостный подход к управлению рисками иногда называют корпоративным управлением рисками из-за его акцента на прогнозировании и понимании рисков в масштабах всей организации. В дополнение к концентрированию внимания на внутренних и внешних рисковых угрозах, корпоративное управление рисками подчеркивает важность управления позитивным риском. Позитивные риски – это возможности, которые могут повысить ценность бизнеса или, наоборот, нанести ущерб организации, если ими не воспользоваться, о чем свидетельствуют компании, разрушенные Amazon, Netflix и другими цифровыми лидерами.

Действительно, целью любой программы управления рисками является не устранение всех рисков, а сохранение и повышение общей ценности предприятия путем принятия разумных решений о рисках. Программа

управления рисками должна быть взаимосвязана со стратегией организации. Чтобы связать их, руководители по управлению рисками должны определить склонность организации к риску, то есть величину риска, который она готова принять для достижения своих целей. Некоторые риски будут соответствовать склонностью к риску (аппетит к риску) и будут приняты без необходимости в дальнейших действиях.

Почему важно управление рисками?

Управление рисками, возможно, никогда не было более важным, чем сейчас. Риски, с которыми сталкиваются современные организации, стали более сложными, чему способствуют быстрые темпы глобализации. Постоянно возникают новые риски, часто связанные с повсеместным использованием цифровых технологий. Эксперты по рискам назвали изменение климата «фактором, увеличивающим угрозу» [1, 2, 3].

Один из последних внешних рисков, который первоначально проявился как проблема цепочки поставок во многих компаниях – пандемия COVID-19 – быстро превратился в экзистенциальную угрозу, влияющую на здоровье и безопасность сотрудников, способы ведения бизнеса, способность взаимодействовать с клиентами и корпоративную репутацию. Предприятия быстро адаптировались к угрозам, исходящим от пандемии. Двигаясь вперед, предприятия сталкиваются с новыми рисками, включая вопрос о том, стоит ли возвращать сотрудников в офис, что можно сделать, чтобы сделать цепочки поставок менее уязвимыми, инфляцию и деловые и экономические последствия специальной военной операции на Украине [4].

Во многих компаниях руководители и совет директоров по-новому смотрят на свои программы управления рисками. Организации переоценивают свою подверженность рискам, изучают процессы управления рисками и пересматривают, кто должен участвовать в управлении рисками. Компании, которые в настоящее время используют реактивный подход к управлению рисками – защиту от прошлых рисков и изменение практики после того, как новый риск причиняет вред, – рассматривают конкурентные преимущества более активного подхода. Наблюдается повышенный интерес к поддержке устойчивости, отказоустойчивости и гибкости бизнеса [5]. Компании также изучают, как технологии искусственного интеллекта и сложные платформы GRC могут улучшить управление рисками.

Подводя итог, можно сказать, что беспрецедентный характер и продолжительность нынешних рыночных потрясений создали серьезные проблемы для всех основных участников рынков. В таких условиях участники имеют дело с растущим давлением, требующим понимания рисков, с которыми они сталкиваются, надлежащего измерения и оценки таких рисков и принятия необходимых мер для снижения, хеджирования или иного управления такими рисками. Учитывая текущую экономическую ситуацию, а также далеко идущие и серьезные вызовы, которые она создает для предприятий, очевидно, что решение проблем, вызвавших кризис, требует создания процессов для выявления этих рисков до того, как они создадут проблемы в будущем. Хотя проблемы,

вызвавшие кредитный кризис, сложны, они подчеркивают тот факт, что высшее руководство не в полной мере осознавало масштаб и сложность рисков. Без чрезмерного упрощения этих вопросов представляется, что отправной точкой для предотвращения этих проблем в будущем является внедрение общеорганизационных систем управления рисками, которые выявляют, отслеживают и устраняют риски.

Библиографический список

1. Бадалова, А. Г. Управление рисками деятельности предприятия : учебное пособие / А. Г. Бадалова, А. В. Пантелеев. – М.: Вузовская книга, 2015. – 234 с.
2. Виляев, С. А. Основополагающие элементы внедрения в организацию системы менеджмента рисками = Fundamental Elements of Implementing a Risk Management Sysyteminan Organization / С. А. Виляев // Качество. Инновации. Образование. – 2020. – № 3. – С. 14-19.
3. Воронцовский, А. В. Управление рисками : учебник и практикум / А. В. Воронцовский. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 414 с.
4. Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 381 с.
5. Рягин, Ю. И. Рискология в 2 ч. Часть 1 : учебник / Ю. И. Рягин. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 255 с.

К. А. Кошокбаев

Науч. руководитель: **Р. В. Колесников**

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

Высшая школа технологии и энергетики

ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК И ДЕДОЛЛАРИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В данной статье рассмотрены понятия валютной системы, валютного рынка, положительные и отрицательные стороны использования национальных валют в международных расчетах, а также тренды развития валютного рынка Российской Федерации – это дедолларизация, делокализация и децентрализация. Проведен анализ структуры операций по валюте, учитывающий экстремальные факторы, которые оказали существенное влияние на изменение валютных расчетов, к которым можно отнести санкции против России. Приведены статистические данные по операциям на рынке валют, подтверждающие анализ структуры валютного рынка.

Ключевые слова: валютный рынок, состояние валютного рынка России, дедолларизация, национальные валюты.

K. Koshokbaev

Scientific supervisor: **R. Kolesnikov**

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

CURRENCY MARKET AND DEDOLLARIZATION OF THE ECONOMY

Abstract. The analysis of the structure of currency transactions has been carried out, taking into account extreme factors that had a significant impact on the change in currency calculations, which include sanctions against Russia. Statistical data on operations in the foreign exchange market are presented, confirming the analysis of the structure of the foreign exchange market.

Keywords: foreign exchange market, the state of the Russian foreign exchange market, de-dollarization, national currencies.

Из-за недружественной политики со стороны западных стран процесс дедолларизации на мировом уровне был ожидаем и запущен он не только теми странами, в отношении которых были выдвинуты санкции. Санкции помогли ускорить этот процесс. Можно предположить, что без введенных санкций процесс дедолларизации наступил бы немного позже. Факт, что Россия является основным двигателем дедолларизации. В нынешних условиях и выдвинутых по отношению к России санкциях тема изменения структуры валютного рынка и дедолларизации является особенно актуальной. На современном этапе

необходим правовой контроль отказа от доллара и евро во внешней торговле и других сферах деятельности государства и переход к расчетам в национальной валюте.

Валютный рынок представляет собой экономические и организационные отношения, которые возникают при совершении операций по купле-продаже иностранных валют. А дедолларизация подразумевает под собой замещение доллара в межнациональных расчетах.

ЦБ РФ выпустил статистику по валютной структуре внешней торговли. За последнее время в структуре расчетов с внешним рынком появились существенные изменения, и статистика наглядно это показывает. Для сравнения приведен расчет в валютах за месяц до начала СВО и май 2023 года:

Таблица 1 – Структура расчетов по валютной структуре, январь 2022 – май 2023 гг. [8]

Расчеты с внешним рынком, в %	Экспорт		Импорт	
	Январь 2022	Май 2023	Январь 2022	Май 2023
В рублях	12,2	39,1	28,4	30,4
В валютах «недружественных стран»	86,9	34,1	66,8	35,9
В других валютах	0,9	26,9	4,8	33,7

Таким образом, в середине второго квартала 2023 года расчеты в рублях составили 39,1 % и 30,4 % по экспорту и импорту соответственно. Приведенный анализ показал, что доля экспорта в национальной валюте выросла более чем в три раза, тогда как прирост доли импорта составил несущественные 2 %, отсюда следует, что продавать и покупать товары за российские рубли оказалось непростой задачей.

Российский валютный рынок в новых условиях

Начиная с марта 2022 валютный рынок России функционирует в экстремальных условиях. После начала украинского кризиса западные страны во главе с США последовательно ввели 10 128 санкций против России в различных областях [9]. Введенные санкции, а также блокировка счетов в иностранных валютах: в долларах и евро, запрет на переводы, уход нерезидентов способствовали сокращению межбанковских операций и росту волатильности на российском валютном рынке. Участникам рынка надо было быстро пересмотреть и адаптировать свои стратегии, а финансовой инфраструктуре – реализовать новые законодательные инициативы, например, ведение классификации нерезидентов из дружественных и недружественных стран. Введение и снятие ограничений на ряд валют позволило России урегулировать ситуацию на валютном рынке: по информации ЦБ РФ с конца 2013 г. по конец 2021 г. доля доллара в резервах страны сократилась в 4 раза [2]. За это же время доля доллара в расчетах РФ за поставки товаров и услуг в поступлениях снизилась на 25,1 %, в перечислениях с 40,6 % до 35,8 % [6]. Совместно с этим

Минфин России сокращает долю валют недружественных стран в структуре активов Фонда национального благосостояния, исключая инвестирование средств Фонда в активы, номинированные в долларах США, а счета Фонда в фунтах стерлингах и японских иенах в ЦБ России обнулены [5]. Однако стоит отметить, что возможен рост доли китайского юаня до 60 % [3].

Направления изменения финансовой политики [7]

Можно выделить три основных тренда развития российского валютного рынка в современных условиях:

- децентрализация сервисов финансового рынка: подразумевает диверсификацию различных биржевых и внебиржевых сервисов, торговых систем отдельных банков и торговых платформ, а также распределение между участниками технологических инноваций и каналов ликвидности;

- делокализация ликвидности по клиентским группам и странам – данное направление предполагает распределение финансовых операций по клиентским сегментам и формирование центров ликвидности для конверсионных операций при участии банков и брокеров дружественных стран.

- дедолларизация экономики – предполагает постепенный уход от доллара США в пользу валют дружественных стран.

Остановимся на третьем направлении более подробно: обычно именно дедолларизация, которая обозначает переориентацию валютных операций с использованием резервных валют и кросс-конверсии посредством валют третьих стран на прямой обмен национальных валют по отношению к друг другу, больше всего выделяется в целевых установках на структурную реструктуризацию российской экономики вместе с импортозамещением. Появление новых валют, рост операций по ним и развитие расчетов в валютах дружественных стран, диверсификация продуктовой линейки являются наиболее важным направлением на пути существования, адаптации и развития российской экономики в условиях санкционных ограничений.

Меры по дедолларизации в России

На фоне кризиса 2008 года, после которого поступило предложение привязать рубль к золоту, а не к доллару; после введений США и Евросоюзом санкций в 2014 и увеличения их масштаба после начала СВО в 2022, Россия предприняла ряд конкретных мер:

- Прямое ограничение использования доллара. Усиление ограничений на обращение долларов США в РФ, усиление контроля защиты прав потребителей в России и запрет на оплату в иностранной валюте.

- Высокие требования к банковской сфере: усиление надзора за депозитами в долларах. Требования к коммерческим банкам вести различные резервы для депозитов в национальной и иностранной валюте, уменьшение процентной ставки по вкладам в долларах США, введение дополнительных мер для выдачи кредитов в иностранной валюте.

- Сокращение использования долларов США в международных расчетах. Минэкономразвития России разработало план дедолларизации во

внешней торговле. Роль долларов США в российских внешнеторговых расчетах постепенно снижается. Только в первом полугодии 2019 г. доля долларовых расчетов снизилась с 54,8 % в 2018 г. до 51,2 %. Россия, являясь крупным международным экспортером энергоносителей, объявила, что с 2019 г. откажется принимать платежи в долларах США при сделке с сырой нефтью и природным газом, а импортеры должны платить в евро или других валютах. На конец 2019 г. доля евро в российских торговых расчетах выросла до 42,3 %, что почти эквивалентно доле долларов США (46,6 %) [9].

- Снижение доли долларов США в валютных резервах и одновременное увеличение золотовалютных резервов.

Китайский юань – новый драйвер финансового рынка [1]

Следует отметить рост интереса у участников валютного рынка и инвесторов к операциям с китайским юанем, который, по сути, начинает выполнять функции мировой валюты на российском рынке, потому как его использование уже охватывает практически все сферы деятельности российских контрагентов:

1. Обеспечивает внешнеторговый оборот не только с Китаем, но и используется для платежей между Россией и другими странами.

2. Имеется ликвидный валютный рынок конверсионных операций спот, на котором работают все группы участников и клиентов.

3. Развивается рынок валютных и процентных свопов, срочных инструментов в юанях, обеспечивающий проведение операций рефинансирования, управления валютной позицией и хеджирования валютных рисков.

4. Московская биржа последовательно расширяет линейку инструментов денежного рынка с расчетами в китайских юанях. В марте 2022 г. запущены операции РЕПО с расчетами в китайских юанях (РЕПО с Центральным контрагентом в юанях). В сентябре 2022 г. корпоративным клиентам с прямым доступом к рынку была предоставлена возможность размещать депозиты с центральным контрагентом (ЦК) в китайских юанях [9]. Увеличены сроки заключения сделок с расчетами в китайских юанях. Ожидается, что доля юаня на денежном рынке в дальнейшем будет расти и постепенно замещать сжавшиеся объемы в долларах и евро, занимавшие в начале 2022 г. порядка 20 % денежного рынка [4].

Среди стран, прибегающих к дедолларизации, Россия является наиболее радикальной: она не только осуществляет дедолларизацию внутри страны, но и продвигает жесткие меры по обмену финансовой информацией и международным валютным энергетическим расчетам. Из-за жестких и решительных действий России и ее усилий в области международного сотрудничества все больше и больше стран включаются в процесс борьбы с гегемонией доллара США. Основными причинами дедолларизации являются недовольство преобладанием доллара, беспокойство по поводу его избыточной эмиссии. Хотя дедолларизация не может полностью устранить влияние американской валюты на российскую экономику за короткое время, она имеет

замечательный демонстрационный эффект для всего мира и большое историческое значение для разрушения старой международной валютной системы, в которой доминирует доллар, и создания новой.

Российский валютный рынок до 2022 г. имел одно из самых либеральных валютных законодательств и был полностью интегрирован в мировую финансовую систему. Однако позже с началом новой волны санкций, России нужно менять вектор развития экономики и осуществлять постепенный отказ от доллара США и переход на расчеты в национальных валютах. Для нормализации экономической ситуации в условиях беспрецедентного санкционного давления важно соблюдать баланс между валютными ограничениями и возможностями проведения финансовых операций с зарубежными странами по внешнеторговой и инвестиционной деятельности.

Библиографический список

1. Гао, И О направлениях дедолларизации российско-китайских расчетов / И. О. Гао // Проблемы современной экономики. – 2023. № 2 (86). – С. 69-71.
2. Итоги работы Банка России 2021: кратко о главном // Официальный сайт Банка России : [сайт]. – 2022. – URL: http://cbr.ru/about_br/publ/results_work/2021/ (дата обращения:).
3. Минфин утвердил новую структуру ФНБ с увеличением долей юаня и золота // РБК : [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/30/12/2022/63ae83fb9a794766da727b79> (дата обращения:).
4. Московская биржа : [сайт]. – 2024. – URL: <https://www.moex.com/?ysclid=lubcp3jq6n237519884> (дата обращения:).
5. О новой нормативной структуре средств Фонда национального благосостояния в иностранной валюте и золоте // Минфин России : [сайт]. – 2022. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/presscenter?id_4=38327 (дата обращения:).
6. Статистика внешнего сектора // Официальный сайт Банка России : [сайт]. – 2024. – URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/#a_71437 (дата обращения:).
7. Сүй, В. Дедолларизация как направление финансовой политики России в современных условиях / В. Сүй // Проблемы прогнозирования. – 2023 – № 1. – С. 16-31. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53743051> (дата обращения: 23.01.2024).
8. Володин подсчитал количество санкций против России // РИА Новости : [сайт]. – 2022. – URL: <https://ria.ru/20220508/sanktsii-1787471086.html?ysclid=l7w5pqwa12107826> (дата обращения: : 23.01.2024).
9. Россия перевела расчеты за газ в рубли. Что это меняет для Европы // РБК : [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.rbc.ru/business/31/03/2022/6245b6c39a7947e7182a7ff2> (дата обращения: : 22.01.2024).

М. С. Третьякова
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ

Аннотация. Данное исследование посвящено рассмотрению маркетинговых инструментов, применимых для сферы образования, анализируется их эффективность и влияние на качество образовательных услуг. Результаты работы могут быть использованы для оптимизации маркетинговых стратегий образовательных организаций, а также для разработки рекомендаций по улучшению качества образования в целом.

Ключевые слова: маркетинг, стратегия, маркетинговые инструменты, образовательная сфера, образовательная организация.

M. Tretyakova
Belgorod State University

MARKETING TOOLS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT IN EDUCATION SECTOR

Abstract. This study is dedicated to examining marketing tools applicable to the field of education, analyzing their effectiveness and impact on the quality of educational services. The findings of the study can be used to optimize marketing strategies of educational organizations, as well as to develop recommendations for improving the quality of education overall.

Keywords: marketing, strategy, marketing tools, educational sphere, educational organization.

В настоящее время рынок образования становится все более конкурентным, ввиду чего образовательные организации вынуждены применять маркетинговые стратегии и подбирать определенный инструментарий для привлечения, удержания учеников и укрепления позиций на рынке. Однако не все инструменты маркетинга одинаково эффективны и способны влиять на качество образовательных услуг. Например, использование социальных медиаплатформ для продвижения образовательных услуг может быть эффективным инструментом, однако не всегда достигает своей цели ввиду отсутствия предварительной проработки и определения целевой аудитории или неправильного подхода к коммуникации с клиентом [2].

Среди основных маркетинговых инструментов, широко используемых маркетологами сферы образования как в России, так и на международной арене, можно упомянуть следующие:

1. Реклама и PR: многие учебные заведения используют рекламные кампании, пресс-релизы, социальные сети и другие инструменты для продвижения своих услуг и привлечения учеников.

2. Сотрудничество с бизнесом: многие учебные заведения сотрудничают с компаниями для организации практик, стажировок, обменов студентами и других активностей, что позволяет им расширить свою аудиторию.

3. Участие в образовательных ярмарках и выставках: учебные заведения могут принимать участие в различных мероприятиях, чтобы продемонстрировать свои программы и услуги широкой аудитории.

4. Онлайн маркетинг: многие образовательные учреждения используют цифровые каналы для привлечения учеников, в том числе создание сайтов, рассылку электронных писем, создание онлайн рекламы и другие инструменты.

5. Личные связи и рекомендации: многие учебные заведения получают студентов через рекомендации от довольных учеников, преподавателей и других заинтересованных сторон.

6. Финансовая доступность и бонусные программы в случае с частными организациями [5].

Частные школы, как правило, стремятся к более индивидуальному подходу к обучению, формированию небольших групп учеников, широкому дополнительному образовательному опыту и партнерствам с отраслевыми организациями. Они могут также акцентировать внимание на личном развитии каждого ученика и предлагать более обширный спектр дополнительных учебных и внеклассных программ.

С другой стороны, муниципальные школы обычно предлагают бесплатное образование, формируя классы и группы с большим числом учеников. Они могут также ставить акцент на стандартизированные программы обучения, более общую социальную среду и доступность для всех учеников независимо от финансового положения семьи [1].

Оба типа школ могут использовать описанные маркетинговые инструменты для продвижения своих услуг и привлечения учеников, но с разными акцентами в зависимости от их основных ценностей и специфики образовательного подхода.

Эффективность и результаты использования маркетинговых инструментов в образовании могут быть различными в зависимости от конкретной стратегии, целей учебного заведения, целевой аудитории и местных условий. Однако, в целом, можно выделить несколько общих плюсов и результатов использования данных инструментов:

1. Увеличение узнаваемости и привлечение новых учеников: рекламные кампании, участие в образовательных ярмарках и онлайн-маркетинг способствуют повышению узнаваемости учебного заведения и привлечению новых учеников.

2. Улучшение репутации и привлекательности: сотрудничество с бизнесом, высокое качество образовательных услуг и рекомендации клиентов могут способствовать улучшению репутации учебного заведения и сделать его более привлекательным для потенциальных студентов.

3. Увеличение конкурентоспособности: эффективное использование маркетинговых инструментов позволяет учебному заведению выделяться и укреплять свои позиции на рынке образовательных услуг, увеличить конкурентоспособность и привлечь студентов в том числе из других регионов, тем самым расширяя узнаваемость организации.

4. Улучшение обучения и учебной среды: привлечение новых учеников и сотрудников через маркетинговые стратегии и инструменты может также способствовать повышению общего уровня обучения и улучшению качества образовательной среды [3].

Однако, эффективность использования маркетинговых инструментов может быть оценена именно для конкретного учебного заведения на основе анализа данных, обратной связи от учеников и мониторинга результатов. Важно также постоянно адаптировать маркетинговую стратегию к меняющимся условиям и запросам рынка образовательных услуг.

Один из примеров российской образовательной организации, эффективно использующей маркетинговые инструменты, – это Высшая школа экономики (ВШЭ).

ВШЭ ведет активную маркетинговую деятельность, с целью привлечения талантливых студентов, преподавателей и исследователей. Данная организация использует различные инструменты маркетинга, такие как таргетированная реклама в социальных сетях, участие в образовательных ярмарках, партнерства с компаниями, выпускает информационные материалы и видео о своей деятельности. Университет сотрудничает с российскими компаниями, включая Сбербанк, Газпром, РЖД, РТИ, МТС, и другие. Сотрудничество с такими компаниями позволяет студентам и преподавателям ВШЭ получать доступ к реальным бизнес-кейсам, проектам и практикам, а также участвовать в совместных исследованиях и обмене опытом.

Одним из ключевых элементов их маркетинговой стратегии является внимание, уделяемое качеству образования, уникальности программ обучения и исследовательской деятельности. ВШЭ активно продвигает свои образовательные программы и мероприятия, предлагает широкий выбор курсов и специализаций, проводит открытые лекции и мастер-классы [6].

Еще одним важным моментом в маркетинговой стратегии ВШЭ является постоянное взаимодействие с аудиторией – проводятся опросы, собирается обратная связь от студентов и выпускников, организуются конференции и выставки.

ВШЭ является одной из ведущих образовательных организаций в России, и ее успешность во многом обусловлена эффективным использованием маркетинговых инструментов [4].

Таким образом, маркетинговые инструменты имеют большое значение для сферы образования и способны значительно повлиять на ее развитие и успех. Исследование подтверждает необходимость использования маркетинга в образовании и его потенциал для улучшения качества образовательных услуг и общего уровня образования.

Библиографический список

1. Баранов, М. А. Маркетинговые коммуникации в продвижении дополнительных образовательных услуг / М. А. Баранов, Е. А. Леденцова // Контентус. – 2014. – № 7 (24). – С. 1-10.

2. Брезе, Ю. В. Исследование предложения и специфики продвижения организаций на рынке дополнительного профессионального образования // Вестн. АГТУ. Сер.: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 152-157.

3. Воробьева, А. М. Методы продвижения образовательных услуг с помощью образовательного портала // Вопросы соврем. науки и практики. Ун-т им. ВИ Вернадского. – 2011. – № 3. – С. 96-102.

4. Гаврилина, О. П. Аспекты продвижения образовательных программ, ориентированных на подготовку кадров для индустрии моды и красоты, структурным подразделением вуза / О. П. Гаврилина, М. Ю. Буланаева // Актуальные проблемы современности. – 2015. – № 3 (9). – С. 120-123.

5. Кириллина, Ю. Продвижение образовательных услуг к потребителям / Ю. Кириллина // Высшее образование в России. – 2001. – № 5. – С. 35-37.

6. Комова, О. В. Театр моды как форма взаимодействия общего и дополнительного образования в предметной области «технология» / О. В. Комова // Казанский пед. журнал. – 2017. – № 6 (125). – С. 154-157.

Т. Д. Якобсен

Науч. руководитель: **Е. Е. Адушкина**
Ульяновский государственный педагогический
университет им. И. Н. Ульянова

МНОГООБРАЗИЕ КОНКУРСОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ В РОССИИ

Аннотация. Статья описывает значимость проведения конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов в России. Участие в таких конкурсах способствует развитию профессиональных навыков, формированию профессиональной идентичности, увеличению уверенности в своих способностях и профессиональному росту.

Ключевые слова: конкурсы профессионального мастерства, студенты педагогических вузов, развитие профессиональных навыков, педагогические методики, практическое применение знаний, профессиональный рост.

T. Jakobsen

Scientific supervisor: **E. Adushkina**
Ulyanovsk State Pedagogical University
named after I. N. Ulyanov

DIVERSITY OF PROFESSIONAL SKILLS COMPETITIONS FOR STUDENTS OF PEDAGOGICAL UNIVERSITIES IN RUSSIA

Abstract. The article describes the significance of holding professional skills competitions for students of pedagogical universities in Russia. Participation in such competitions contributes to the development of professional skills, formation of professional identity, increase in confidence in one's abilities, and professional growth.

Keywords: professional skills competitions, students of pedagogical universities, development of professional skills, pedagogical methods, practical application of knowledge, professional growth.

Одной из ключевых задач современного образования в области педагогики является формирование квалифицированных и профессионально подготовленных специалистов. Однако для обеспечения высокого уровня подготовки студентов педагогических вузов необходимо создавать условия развития и проявления их профессиональных навыков и способностей. Один из таких инструментов – организация конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов в России.

Основной целью конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов является развитие и совершенствование профессиональных навыков, необходимых для успешной работы в области образования. Такая деятельность включает в себя улучшение педагогических методик, умение работать с разнообразными возрастными группами, адаптирование учебных программ под потребности различных учащихся и профессиональное самосовершенствование [5, с. 145]. Конкурсы профессионального мастерства могут проводиться в различных форматах – от устных презентаций до педагогической мастерской, где студенты демонстрируют свои умения в процессе воспитания и обучения учащихся. Конкурсы также могут быть различными по формату, тематике и уровню сложности. Результаты конкурсов позволяют выявить сильные и слабые стороны участников, что создает возможность для дальнейшего осознанного развития и совершенствования профессиональных навыков.

Участие в конкурсах профессионального мастерства позволяет студентам попробовать свои силы в педагогической деятельности, осознать собственные возможности и обрести новый опыт, способствует формированию у студентов профессиональной идентичности и увеличению уверенности в своих собственных способностях [2, с. 22]. В настоящее время в России существует широкий спектр конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов. Некоторые конкурсы ориентированы на проверку теоретических знаний, другие – на практическое применение этих знаний в реальных ситуациях.

Одним из таких конкурсов является «Малая олимпиада по педагогике», в которой студенты должны продемонстрировать свои знания в области педагогики и способности к работе с различными возрастными группами школьников. Однако помимо педагогических знаний, важно также владеть навыками организации учебного процесса, использования интерактивных методик обучения и умением работать с различными типами школ.

Существуют также конкурсы, нацеленные на развитие конкретных навыков педагогов, такие как «Конкурс логопедического мастерства» или «Конкурс по использованию информационно-коммуникационных технологий в образовании». Такие конкурсы способствуют формированию специализированных навыков, которые будут полезны в профессиональной деятельности студентов.

Разработка учебно-программной документации подготовки специалистов педагогических вузов также говорит о значимости областного Фестиваля открытых уроков в Санкт-Петербурге, который является важной площадкой для обмена опытом и привлечения внимания общественности к важной роли учителей в образовательном процессе. Фестиваль способствует развитию творческого подхода к обучению и поиску новых педагогических решений. В рамках конкурса проводятся открытые уроки, на которых педагоги демонстрируют свои лучшие практики и методики преподавания [4, с. 50]. Заинтересованные учителя могут принять участие как в качестве зрителей, так и

как участники, подав заявку с описанием своего урока. Конкурсная программа включает в себя различные предметы и направления обучения – от основных школьных дисциплин до специализированных курсов. Комиссия, состоящая из экспертов и практикующих педагогов, оценивает каждый урок по нескольким критериям, таким как качество подготовки, доступность материала, эффективность коммуникации, интерактивность и др. Данный конкурс имеет три номинации «Урок опытного педагога», «Урок молодого педагога» и с 2024 года с целью совершенствования профессиональных навыков студентов была также добавлена номинация «Урок студента педагогического вуза».

Сами студенты педагогических вузов также понимают важность конкурсного движения в ходе формирования собственных профессиональных компетенций, что было статистически доказано. Согласно опросу участников конкурса педагогического мастерства в БГПУ, большинство опрошенных (94 %) считают, что участие в таких творческих соревнованиях помогает им стать более профессиональными. Также студенты отметили, что подготовка к участию в конкурсе помогает им реализовать свой творческий потенциал (96 %), развивает профессиональное мастерство (46,4 %) и способность принимать нестандартные решения (66 %), а также укрепляет их интерес к профессиональной деятельности (89,2 %) [1, с. 174].

Описанные выше конкурсы профессионального мастерства для студентов педагогических вузов в России являются важным инструментом развития и проверки профессиональных навыков студентов. Они позволяют студентам проявить свои знания и способности в практическом контексте, а также помогают выявить и развить их индивидуальные особенности. Кроме того, участие в конкурсах профессионального мастерства позволяет студентам сравнить свои компетенции с компетенциями других студентов, обменяться опытом и узнать о передовых педагогических подходах и методиках [3, с. 49]. Это способствует профессиональному росту и повышению качества подготовки студентов в педагогических вузах.

Таким образом, многообразие конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов в России является важным элементом развития и проверки профессиональных навыков студентов. Участие в конкурсах способствует формированию комплексных профессиональных навыков, а также повышению мотивации и уверенности в профессиональной деятельности. Организация и поддержка таких конкурсов должны стать приоритетными направлениями в развитии образования в России.

Библиографический список

1. Воронина, М. В. Конкурс педагогического мастерства как инновационная форма подготовки будущих учителей / М. В. Воронина // ИСОМ. – 2015. – №2. С. 173-176.
2. Исаенко, Н. Г. Конкурсное движение как одно из направлений работы в образовательном учреждении / Н. Г. Исаенко // Образование. Карьера. Общество. – 2013. – №2 (38). – С. 21-22.

3. Карнаух, Н. В. О значении педагогических знаний в профессиональной подготовке преподавателей высшей школы в дореволюционной России / Н. В. Карнаух // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия "Педагогика. Психология". – 2010. – С. 41–50.

4. Коровкина, Н. И. Фестиваль открытых уроков как форма внутрифирменного повышения квалификации педагогов / Н. И. Коровкина, О. В. Филонова // Образование. Карьера. Общество. – 2019. – №3 (62). – С. 48-51.

5. Кучерявенко, С. В Теоретические основы педагогического сопровождения адаптации учащихся учреждений профессионального образования к рынку труда / С. В Кучерявенко, М. А. Суздальова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2011. – № 8. Ч. 2. – С. 143-146.

СОДЕРЖАНИЕ

Абжапбарова А. Ж., Мусалиева Р. Д. Стратегии планирования и распределения грузовых потоков в цепи поставок.	3
Ахмадеева М. В. Проблемы и перспективы оценки стоимости публичной компании	10
Бурле Н. А., науч. руководитель: Е. В. Гнатышина Анализ существующих технологий формирования профессионально- прикладных навыков в системе высшего военного образования	14
Воевидка Д. В., науч. руководитель: Р. В. Колесников Бедность как угроза экономической безопасности.....	18
Ганичева П. И., Дубская М. А., Плешанова А. Д., Степанов Д. А., науч. руководитель: В. А. Ежова Влияние маркетплейсов на развитие экономики	26
Ганичева П. И., науч.руководитель: Л. В. Войнова Экономико-географическая характеристика Мурманского региона в составе Северо-Западного федерального округа.	31
Ганичева П. И., Дубская М. А., Плешанова А. Д., Степанов Д. А., науч. руководитель: С. В. Малышева Роль и значение товарного знака	35
Гер М. А., Емельянов А. Д, науч. руководитель: С. В. Малышева Lamborghini – от тракторов до символа скорости	40
Гер М. А., Емельянов А. Д., науч. руководитель: В. А. Ежова Опыт преодоления Великой депрессии США 1929 года.	43
Гойшик М. Э., науч. руководитель: П. В. Дудкевич Проблематика внедрения систем энергоменеджмента в малом и среднем предпринимательстве	47
Гойшик М. Э., науч. руководитель: П. В. Дудкевич Зарубежный опыт государственной поддержки стратегий по модернизации и повышению энергоэффективности общественных зданий	51

Горбушина Е. М., Дятлов К. А., науч. руководитель: С. Г. Янчукович	
Пути оптимизации приема опасных отходов от физических лиц в России.....	56
Долговязов С. М.	
Ключевые направления цифровизации логистики алкогольной продукции.....	61
Журавлева М. К.	
Развитие основных направлений финансирования деятельности строительных организаций.....	66
Иванова С. В., науч. руководитель: Р. В. Колесников	
Влияние ставки рефинансирования на малый и средний бизнес.....	71
Коваленко А. А.	
Важность управления рисками в условиях неопределенности	76
Кошокбаев К. А., науч. руководитель: Р.В. Колесников	
Валютный рынок и дедолларизация экономики	80
Третьякова М. С.	
Маркетинговые инструменты как фактор развития образовательной сферы	85
Якобсен Т. Д., науч. руководитель: Е. Е. Адушкина	
Многообразие конкурсов профессионального мастерства для студентов педагогических вузов в России.....	89

МАТЕРИАЛЫ
научно-практической конференции студентов и аспирантов,
посвящённой памяти заслуженного деятеля науки РФ,
профессора В. С. Соминского
«МОЛОДЕЖЬ, ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА
XXI ВЕКА»

2024 • Выпуск 21
Часть II

Редактор и корректор Д. А. Романова
Технический редактор Д. А. Романова

Научное электронное издание сетевого распространения

Системные требования:
Электронное устройство с программным обеспечением
для воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=202016, по паролю.
- Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 29.10.2024 г. Рег. № 5337/24

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД
198095, СПб., ул. Ивана Черных, 4