

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



18  
2023  
ЧАСТЬ II

16+

# Молодой ученый

## Международный научный журнал

### № 18 (465) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

*Главный редактор:* Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

*Редакционная коллегия:*

Жураев Хусниддин Олгинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)  
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук  
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук  
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук  
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук  
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)  
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)  
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук  
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)  
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук  
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук  
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук  
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук  
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук  
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук  
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения  
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)  
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук  
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук  
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук  
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук  
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук  
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук  
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук  
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук  
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук  
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук  
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук  
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)  
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)  
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук  
Рахонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)  
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук  
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук  
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук  
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)  
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук  
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры  
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)  
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук  
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

*Международный редакционный совет:*

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)  
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)  
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)  
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)  
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)  
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)  
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)  
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)  
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)  
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)  
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)  
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)  
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)  
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)  
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)  
Кадыров Култур-Бек Бекмурадович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)  
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)  
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)  
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)  
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)  
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)  
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)  
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)  
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)  
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)  
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)  
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)  
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)  
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

---

---

**Н**а обложке изображена *Сухарева Груня Ефимовна* (1891–1981), советский психиатр, основоположник детской психиатрии в СССР. Известна первым в научной литературе описанием симптомов детского аутизма. Заслуженный деятель науки РСФСР.

Родилась Груня Ефимовна Сухарева в Киеве.

В 1915 году она окончила медицинское отделение Киевских высших женских курсов, после чего в течение двух лет работала врачом эпидемиологического отряда. В 1917 году она стала ординатором в Киевской психиатрической больнице, а затем там же работала врачом, одновременно исполняя обязанности ассистента и заведующей секцией дефектологии во врачебно-педагогическом институте. С этого периода началась научная деятельность Г. Е. Сухаревой. Одной из первых ее работ стало выполненное в 1920 году «Исследование расстройства вкусовых восприятий у больных прогрессирующим параличом и эпилептиком».

С 1921 года карьера Сухаревой продолжилась в Москве, где она совместно с Н. И. Озерецким и Е. А. Осиповой работала в распределительно-наблюдательном пункте и школе-лечебнице отдела детской психопатологии Московского Наркомздрава. Здесь она проводила исследования, посвященные систематизации психических расстройств у детей, детским фантазиям, в том числе при детской шизоидной психопатии.

С 1923 по 1933 год Груня Ефимовна работала сначала ординатором, потом старшим ассистентом и затем заведующей Психоневрологической клиникой Института охраны здоровья детей и подростков, где, помимо лечебной и научной деятельности, совместно с Е. А. Осиповой занималась проблемой организации психоневрологической помощи детям. Результаты их деятельности послужили основой для создания сети психоневрологических лечебных и санаторных учреждений для детей и подростков в СССР.

В 1926 году Сухарева представила клиническую картину расстройства, которое сейчас носит название раннего детского аутизма. В работе были приведены истории болезни мальчиков, наблюдавшихся ею в течение двух лет. Первоначально для обозначения описываемого расстройства Груня Ефимовна использовала термин «шизоидная психопатия», но позднее он был заменен на «аутистическую психопатию». Симптомы данного состояния идентичны тем признакам, которые 20 лет спустя описали Л. Каннер и Х. Аспергер.

Сухарева сформулировала важнейшие положения об особенностях психических заболеваний в детском и подростковом возрасте. Одним из них является положение о том, что в картине психических заболеваний у детей наряду с деструктивными компонентами постоянно выступают не только защитные механизмы, но и своего рода прогрессивные тенденции, отражающие продолжение общего и психического развития.

Груня Ефимовна одна из первых изучила и описала клинику шизоидных и органических психопатий у детей и подростков, тесно увязав эти расстройства с различными

видами дизонтогении, и разработала классификацию психопатий в детском возрасте, при этом аргументированно доказав, что многие психопатические черты приобретаются в раннем детстве. В разработанной ею классификации психопатий детально описаны их типы, которые могут формироваться еще в детстве: аутисты, как ранние шизоиды, так и истероиды; в младшем школьном возрасте — неустойчивые личности, психастеники, органики, реже гипертимики.

Помимо основной работы, Груня Ефимовна с 1931 по 1951 год была консультантом и научным руководителем Московской психиатрической больницы имени П. П. Кащенко (ныне Московская городская клиническая психиатрическая больница им. Н. А. Алексеева).

В 1933 году Сухарева была назначена заведующей кафедрой детской психиатрии Харьковского психоневрологического института, входившего тогда в структуру Украинской психоневрологической академии. После возвращения в Москву Груня Ефимовна еще длительное время оставалась консультантом Харьковского психоневрологического института.

Защитив в 1935 году докторскую диссертацию, Г. Е. Сухарева возглавила кафедру детской психиатрии Центрального института усовершенствования врачей (ЦИУВ) в Москве.

В годы Великой Отечественной войны Г. Е. Сухарева вместе с коллективом Московского института психиатрии находилась в эвакуации в Томске. В этот период было выполнено большое число исследований в области патогенеза соматогенных, посттравматических психозов и психогенных реакций военного времени. После возвращения в Москву и в послевоенные годы Г. Е. Сухарева была консультантом военно-госпитальных отделений Московской психиатрической больницы им. П. П. Кащенко.

Груня Ефимовна Сухарева опубликовала более 150 научных работ, в том числе шесть монографий. Многолетние исследования в области психиатрии были обобщены ею в большом труде «Клинические лекции по психиатрии детского возраста», вышедшем в трех томах, изданных в 1955, 1959 и 1963 годах, и в книге «Лекции по психиатрии детского возраста (избранные главы)».

Г. Е. Сухарева была членом многих научных советов и комиссий, членом правления и председателем детской секции Всесоюзного общества невропатологов и психиатров. Ее заслуги отмечены государственными наградами: орденом Ленина и орденом Знак Почета, ей присвоено звание заслуженного деятеля науки РСФСР.

Г. Е. Сухарева умерла на 90-м году жизни в 1981 году и похоронена на Востряковском кладбище. Работы Груни Ефимовны остаются фундаментальным учебным материалом по детско-подростковой психиатрии для психиатров разных поколений.

*Информацию собрала ответственный редактор  
Екатерина Осянина*

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

**Алькова Я. А.**

Анализ проблемной области в процессах оценки инновационного потенциала ..... 71

**Анварова А. С.**

Изучение особенностей рынка услуг в сфере коучинга методом экспертного опроса ..... 72

**Асирбабян С. Х.**

Анализ и совершенствование механизма государственной поддержки малого и среднего предпринимательства ..... 77

**Бубнова Е. Л.**

Соотношение и разграничение понятий «цифровая экономика», «цифровизация», «цифровая трансформация» ..... 80

**Бытю Л. А.**

Квалификация работника как главное условие инициативно-целевой технологии разработки управленческого решения ..... 82

**Герзмава Э. Д.**

Актуальность применения новаций в управлении рисками банковского потребительского кредитования ..... 84

**Городкова С. Р.**

Креативная экономика ..... 86

**Гублия Э. Б.**

Использование цифровых технологий молодыми предпринимателями для улучшения бизнес-стратегий ..... 88

**Гурешидзе Б.**

Финансовая устойчивость предприятий на примере нефтехимической отрасли Самарской области ..... 91

**Диалло Мамаду Альфа**

Теоретические основы организации строительного производства ..... 95

**Колбеева Л. С.**

Методический подход к оценке надежности эксплуатации газотранспортной системы ..... 98

**Краснов Н. В.**

Методология оценки корпоративной культуры, предоставляющая возможность проведения полноценной диагностики культуры организации ..... 99

**Краснов Н. В.**

Совершенствование механизмов корпоративной культуры страховой компании ..... 103

**Кремень М. Р.**

Совершенствование системы внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса ..... 107

**Курочкин С. И.**

Актуальные проблемы налогообложения страховых организаций в России, перспективы решения ..... 110

**Лапина С. А.**

Анализ рисков при адаптации системы бережливого производства ..... 113

**Лукашова А. А.**

Анализ рыночной инвестиционной привлекательности компании ..... 115

**Митрохин Н. А., Кочергин И. Л., Шевченко О. И.**

Влияние частной собственности на российский рынок земли ..... 117

**Москвина М-Т. М., Чурсина П. И., Сухова А. С.**

Внутренняя и внешняя среда организации ..... 118

**Нагорная В. С.**

Риски предпринимательской деятельности и основные пути их минимизации ..... 131

<b>Нобатова Н. О.</b> Важность электронной коммерции для экономического развития.....	132	<b>Хемрайев Д. М., Гуванчмырадов В., Ходжамаммедов К., Худаяров А.</b> Налоговые аспекты международной электронной торговли .....	139
<b>Оразмаммедов Ш. Я.</b> Роль финансового инжиниринга и его применение.....	135	<b>Черникова С. А., Третьякова Н. В.</b> Совершенствование стратегии предприятия ООО «Бонус» г. Перми .....	141
<b>Савина О. В., Ракина Ю. В.</b> Экономическое стимулирование работодателей к повышению безопасности труда.....	137	<b>Черникова С. А., Третьякова Н. В.</b> Исследование стратегии предприятия ООО «Бонус» г. Перми .....	146

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

## Анализ проблемной области в процессах оценки инновационного потенциала

Алькова Яна Алексеевна, студент

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

*Данная работа посвящена анализу проблем, связанных с процессами оценки инновационного потенциала организации, рассмотрены проблемы, связанные с выбором методик и экспертов, несостыковкой моделей оценки в различных периодах времени и проблемы, связанные с законодательством.*

*Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, стратегическое планирование.*

Сравнением технологий, производств и рынка, руководители предприятий все больше осознают важность инновационного потенциала компании. Этот потенциал позволяет организациям сохранять свою конкурентоспособность при правильном использовании ресурсов. Стратегически важно для компаний следовать инновационному пути развития, чтобы раскрыть свои возможности и получить максимальную выгоду от производства. Оценка инновационного потенциала является важным элементом стратегического планирования для любой организации, которая стремится сохранить свое конкурентное преимущество на рынке. Однако, при проведении данной оценки часто возникают ряд проблем, которые затрудняют правильное выявление и оценку потенциала компании. Некоторые из этих проблем могут включать нечеткое определение критериев инновационности, несоответствие между ожиданиями и возможностями организации, отсутствие методических подходов для оценки инновационного потенциала и т. д.

Как уже было упомянуто выше, оценка инновационного потенциала является ключевым инструментом для определения будущего успеха организации на рынке. Ее проведение позволяет разработать план функционирования компании, который будет способствовать укреплению ее позиций или выходу на новый уровень. Однако, для достижения этой цели необходимо иметь адекватную информацию о внутренних и внешних составляющих инновационной деятельности, а также учитывать тенденции рынка на определенный промежуток времени, соответствующий стратегии компании. Кроме того, важно выявить особенности производства, которые могут выступать как сильные или слабые стороны организации. В этом контексте проведение оценки инновационного потенциала становится необходимым и актуальным инструментом для руководства предприятий, которые стремятся

сохранить свое конкурентное преимущество при грамотном использовании ресурсов.

При разработке методики оценки инновационного потенциала одним из первых вызовов является выбор базиса, на основе которого будут определяться подходы и методы. Учитывая многогранность такой системы, необходимо адаптировать инструменты к изучаемой компании, избегая унификации всех организаций под общие критерии. По этой причине, важно, чтобы исполнители, разрабатывающие методику, обладали достаточной компетентностью и имели понимание каждого метода, чтобы свободно ими оперировать. Важно учитывать, что при проведении экспертной оценки существует человеческий фактор, который может влиять на результаты оценки, при этом не стоит считать, что эксперты не компетентны в своих областях знаний, иногда это может происходить из-за личных установок. Для уменьшения вероятности субъективности при проведении экспертной оценки, может быть привлечено дополнительное количество экспертов. Однако, следует учитывать, что при таком подходе может возникнуть проблема усреднения мнений, что не позволит получить полную картину о возможностях организации. Некоторые методы оценки могут быть неточными, что приводит к невозможности получения достоверных или полных значений.

Важно отметить, что модели оценки инновационного потенциала являются инструментом, а не конечной целью. Поэтому необходимо выбирать модели, которые наилучшим образом соответствуют конкретным задачам и особенностям организации, а также готовы к адаптации и изменениям в процессе использования. Часто бывает так, что выбранная модель оценки не учитывает специфику изменчивости рынка, что приводит к искажению результатов и несоответствию полученных данных действительности, недостаточная гибкость модели, не позволит

адекватно учитывать изменения внешней среды, требующие быстрого реагирования со стороны организации.

Одной из критически важных проблем оценки инновационного потенциала организации, является законодательная база, то есть отсутствие единого подхода и стандартов, регламентирующих процесс. В различных странах и отдельных регионах может существовать разное законодательство, регулирующее оценку инновационного потенциала. Это опять же может привести к несопоставимости результатов оценки между различными организациями, что затрудняет сравнение и обобщение полученных данных. Кроме того, законодательство может ограничивать использование некоторых методов оценки или приводить к высоким финансовым затратам на проведение оценки, что затрудняет доступность данной процедуры для малых и средних предприятий. Недостаточная ясность в законодательстве также может приводить к разногласиям и спорам между организациями и внешними экспертами, по поводу правильности проведенной оценки, а это в свою очередь может повести за собой дополнительные и неоправданные затраты на юридические услуги.

Также проблема, относящаяся не только к оценке инновационного потенциала, но и ко всей инновационной

среде и развитию государства, это отсутствие регулярного мониторинга и обновления законодательной базы в области инноваций, что может приводить к его устареванию и неактуальности в быстро меняющейся экономической и технологической среде. Это также может приводить к упущению новых возможностей для оценки инновационного потенциала и препятствовать развитию инновационных проектов в целом.

В результате проведенного анализа проблемной области в процессах оценки инновационного потенциала организации можно сделать вывод о том, что данная область является довольно сложной и многогранной, что создает ряд проблем и вызовов, требующих внимания со стороны руководства. Среди наиболее значимых проблем можно выделить отсутствие единой методики оценки, несостыковки моделей оценки, человеческий фактор, законодательные проблемы, а также невозможность привести данные к достоверным или достаточным для обоснования значениям. Однако, несмотря на это, оценка инновационного потенциала организации является важным инструментом для выявления ее сильных и слабых сторон в инновационной деятельности, а также для выработки рекомендаций по улучшению ее конкурентоспособности.

#### Литература:

1. Мясоедова, Н. С. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / Н. С. Мясоедова // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 3. — с. 243–247.
2. Мальцева, С. В. Стратегическое управление инновационным потенциалом компании / под ред. А. В. Соколова. — М.: Юрайт, 2016.
3. Кириллова, Н. В. Оценка инновационного потенциала предприятия: теория и практика. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
4. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Петухова А. Н. — Санкт-Петербург: Питер, 2011.

## Изучение особенностей рынка услуг в сфере коучинга методом экспертного опроса

Анварова Алина Станиславовна, студент магистратуры  
Тольяттинский государственный университет

*В статье представлены результаты исследования особенностей рынка коучинга в России, проведенного Анваровой А. С. в ходе решения задач магистерского диссертационного исследования, посвященного правовому регулированию рынка услуг в сфере коучинга. Методология исследования: экспертный опрос практикующих коучей. Результаты исследования дают представление об особенностях рынка услуг в сфере коучинга в России на 2023 год.*

**Ключевые слова:** коучинг, коуч, рынок услуг, рынок коучинговых услуг.

**П**роблемы развития рынка услуг в сфере коучинга и перспектив его становления в Российской Федерации в настоящее время не получили достаточно глубокого научного обоснования. При этом различные аспекты теоретических вопросов особенностей рынка услуг в сфере коучинга рассмотрены в работах Шукина В. В., Кларина М. В., Королихина А. В., Чухно Ю. А., Россо-

хина А. В., Стёганцева А. В., Березовской Р. А., Мясниковой С. В., Муляновой К. Ю. Коучинг как современный эффективный метод управления, как стиль управления, метод развития личности, метод усиления мотивации и формирования корпоративного поведения персонала организаций уже нашел свое отражение в исследованиях в сфере педагогических наук (Мончинская Л. Л.,

2005, Шпакина И. Г., 2007, Ненашев Д. В., 2009, Фахрутдинова Э. З., 2012, Дмитриева В. С., 2017, Ястреб О. В., 2018, Шабанов А. Г., 2020, Ли Линьсун, 2021, Искаков Е. М., 2022), социологии управления (Туркулец Н. К., 2006, Капица С. И., 2009, Симонова Л. Н., 2012), экономических наук (Вылегжанина А. О., 2007, Юдина Е. Е., 2008, Шароватов Е. Н., 2008, Ашурбеков Р. А., 2009, Кузнецова Т. Е., 2009, Силантьев И. В., 2010, Гаврилюк Г. В., 2011, Борисова Н. И., 2014, Стояновская И. Б., 2014).

В ходе решения одной из задач магистерского диссертационного исследования, посвященного правовому регулированию рынка услуг в сфере коучинга, мы провели исследование особенностей рынка коучинговых услуг в Российской Федерации. Целью данного исследования стало определение уровня соответствия особенностей рынка коучинговых услуг в России особенностям рынка услуг, сформулированных исследователями в области экономики.

Объект исследования: рынок коучинговых услуг в Российской Федерации.

Предмет: особенности рынка коучинговых услуг в Российской Федерации.

Гипотеза исследования: особенности рынка коучинговых услуг в Российской Федерации соответствуют общеприменимым особенностям рынка услуг в целом.

В качестве одного из методов исследования особенностей рынка коучинговых услуг использовался метод экспертного опроса. К участию в опросе были приглашены профессиональные коучи, осуществляющие коучинговую деятельность на территории Российской Федерации, без предъявления требований к стажу работы, уровню сертификации, а также участию (членству) в каком-либо профессиональном сообществе. В исследовании приняли участие 93 человека.

Экспертный опрос был разработан на основе 7 ключевых особенностей рынка услуг, обобщенных доктором экономических наук Т. Д. Бурменко совместно с Л. Г. Ермаковой [10] и представленных в дальнейшем в различных учебных пособиях, посвященных изучению рынка услуг.

К таким особенностям относятся:

- высокая динамичность рыночных процессов;
- четко выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от разных факторов;
- высокая степень дифференциации услуги в роли рыночного продукта (как по потребительским характеристикам — горизонтальная дифференциация, так и по уровню качества — вертикальная дифференциация);
- выраженная территориальная сегментация;
- локализованный характер;
- высокая скорость оборота капитала;
- важная роль неценовых барьеров входы на рынок услуг;
- основная доля рынка услуг — малые и средние предприятия.

Опрос состоит из 17 вопросов с одиночным или множественным выбором вариантов ответа. В каждом вопросе предусмотрена опция «предложите собственный вариант ответа». Часть вопросов посвящена профессиональной деятельности коучей и определению направленности коучинговой услуги, т. к. важно увидеть, как сами коучи понимают рынок коучинговых услуг.

На основании ответов респондентов был сделан вывод о том, что точное определение количества профессиональных коучей, работающих на территории России, вызывает разногласия. Большинство участников опроса сходится в том, что в настоящий момент в России более 1000 профессионалов, оказывающих коучинговые услуги. 22,6 % респондентов полагают, что в России более 5000 коучей; 21,5 % предполагают, что коучей в России от 3000 до 5000 человек; 20,4 % говорят о том, что в России от 1000 до 3000 профессиональных коучей, а другие 20,4 % отмечают невозможность дать точную оценку. При этом 14 % респондентов считают, что в России меньше 1000 коучей. 1,1 % респондентов указали, что ориентируются на статистику, предложенную Международной Федерацией Коучинга (ICF).

Самым известным на территории Российской Федерации профессиональным сообществом коучей является Международная Федерация Коучинга (ICF)<sup>1</sup> — 97,8 %. 39,8 % респондентов знакомы с деятельностью Некоммерческой организации «Ассоциация менторов и коучей «Национальная федерация профессиональных менторов и коучей», а 36,6 % — с деятельностью Некоммерческой организации «Ассоциация русскоязычных коучей». От 20 до 30 % опрошенных знают о деятельности Европейского совета по менторингу и коучингу (European Mentoring & Coaching Council, EMCC) (25,8 %), Международного коучингового сообщества (International Coaching Community, ICC) (23,7 %), Международного союза коучей (International Coaches Union, ICU) (23,7 %). Наименее известными являются Европейская Федерация Коучей (European Coach Federation, ECF) (4,3 %), Ассоциация по Коучингу (Association of Coaching, AC) (5,4 %), Некоммерческая организация «Ассоциация специалистов в области психоаналитического коучинга и бизнес-консультирования» (6,5 %) и Всемирная Ассоциация Бизнес-коучей (Worldwide Association of Business Coaching, WABC) (7,5 %).

По мнению респондентов, субъектами рынка коучинговых услуг являются:

- профессиональные коучи — 94,7 %;
- школы, обучающие коучингу (в т. ч. вузы, реализующие соответствующие программы) — 87,1 %
- непрофессиональные коучи (те, кто себя называет коучем, но не получал соответствующего образования или подготовки) — 75,3 %;
- клиенты — 64,6 %;
- профессиональные менторы (более опытные коучи, выполняющие функцию наставника и помогающие развивать коучинговые компетенции) — 61,3 %;

1 Представительство в России ICF Russia Chapter.

— профессиональные супервизоры (более опытные коучи, выполняющие функцию наставника и помогающие преодолевать сложности, возникающие в работе коуча с клиентами) — 58,1 %;

— профессиональные сообщества коучей — 54,9 %;

— школы, которые обучают продвижению коучинговых услуг — 51,7 %;

— школы, которые обучают менторов — 46,3 %;

— школы, которые обучают супервизоров — 44,1 %;

— государственные органы — 14 %;

— органы местного самоуправления — 6,5 %.

По мнению большинства респондентов, основную долю рынка среди тех, кто оказывает коучинговые услуги, занимают физические лица (67,8 % респондентов), большинство из которых, по мнению 48,4 % респондентов, составляют физические лица в статусе плательщика налога на профессиональный доход, т.н. самозанятые. По мнению 22,6 % опрошенных, основную долю рынка занимают коучи в статусе индивидуального предпринимателя. Менее 7 % опрошенных считают, что основная доля рынка коучинговых услуг приходится на юрлица (ООО — 5,4 %, НКО — 1,1 %). 3,1 % респондентов затрудняются дать оценку.

При этом, по мнению большинства респондентов (56 %), основную долю рынка, среди тех, кто оказывает коучинговые услуги, занимают коучи, оказывающие услуги индивидуально. По мнению 19,8 % респондентов, основную долю рынка коучинговых услуг занимают организации, представляющие услуги по обучению коучингу. 11 % опрошенных полагают, что основная доля рынка коучинговых услуг приходится на профессиональные коучинговые сообщества. 5,5 % предполагают, что основная доля рынка коучинговых услуг приходится на коучей, работающих в паре или объединении из нескольких специалистов (в т. ч. компаниях, оказывающих коучинговые и консалтинговые услуги). 4,4 % опрошенных считают, что основную долю рынка коучинговых услуг составляют внутренние коучи, осуществляющие коучинг в рамках должностных обязанностей в компании.

Среди самих опрошенных большинство оказывают коучинговые услуги как физические лица (69,9 %, из них — 44,1 % в статусе плательщика налога на профессиональный доход). 25,7 % ведут коучинговую практику как индивидуальные предприниматели, 2,2 % осуществляют деятельность через ООО и 2,2 % опрошенных работают коучами внутри компаний по трудовому договору.

По мнению опрошенных, коучинг как услуга, в первую очередь, способствует удовлетворению духовных потребностей (познание, самоактуализация, самовыражение, самоидентификация) — 87,1 %, и потребностей в уважении и самоуважении (достижение успеха, одобрение, признание) — 83,9 %. 68,9 % респондентов отметили, что коучинг способствует удовлетворению социальных потребностей (потребность в признании другими, социальные связи, общение, привязанность, забота о других и внимание к себе, совместная деятельность), а 34,5 %, что ко-

учинг способствует удовлетворению потребности в безопасности (комфорт, постоянство условий жизни, чувство уверенности, избавление от страха и неудач). 1,1 % респондентов в качестве потребности, на удовлетворение которой направлен коучинг, выбрали физиологические потребности (утоление голода, жажды, защита от холода, отдых, достаточный сон, пригодный для дыхания воздух, отсутствие боли и др.).

В свою очередь, нам важно было понять, считают ли профессиональные коучи коучинг услугой первой необходимости. Подавляющее большинство опрошенных (82,8 %) считают, что коучинг услугой первой необходимости не является. При этом 3,3 % респондентов отметили, что, хотя коучинг и не является услугой первой необходимости, он существенно влияет на качество жизни, а 2,2 % полагают, что коучинг является услугой первой необходимости, но только на определенном уровне развития человека.

Так как коучинг как услугу часто сравнивают с психологическим консультированием [1], мы посчитали уместным задать аналогичный вопрос и о необходимости данного вида услуг. Для большинства респондентов (54,9 %) психологическое консультирование, так же, как и коучинг, услугой первой необходимости не является. При этом, 3,3 % опрошенных отмечают, что, хотя в целом, психологическое консультирование — это не первая необходимость, в ряде случаев без него невозможно обойтись.

Большинство респондентов (79,6 %) отмечают, что на рынке представлены услуги совершенно разного уровня качества (высокая вертикальная дифференциация услуги). Менее половины опрошенных (36,6 %) также согласны с тем, что на рынке представлен большой спектр услуг под любой индивидуальный запрос клиента (высокая горизонтальная дифференциация). 4,3 % респондентов говорят об отсутствии выраженной дифференциации, как горизонтальной, так и вертикальной. 2,2 % затрудняются дать оценку.

Подавляющее большинство респондентов (83,9 %) полагают, что коучу необходимо быстро реагировать на изменение спроса на его услуги. При этом коучу важно учитывать следующие факторы, влияющие на спрос:

— информированность клиентов (в т. ч. потенциальных) о коучинге — 94,6 %;

— реклама коучинговых услуг (ее наличие или отсутствие, регулярность, интенсивность и т. п.) — 67,7 %;

— мода на коучинг — 30,1 %;

— сезонность (в т. ч. наблюдения, в какие периоды к коучу обращаются чаще всего) — 23,7 %;

— социальный, экономический и политический контекст (обстановка в мире, в стране, в бизнесе, события, которые влияют на устоявшуюся жизнь) — 4,4 %.

Среди других факторов, влияющих на спрос, были однократно указаны «признание профессии коуча на уровне государства», «личная активность коуча в сообществах», «запросы от клиентов», «личный бренд коуча».

Среди факторов, от которых в первую очередь зависит спрос на коучинг, респонденты указали следующие:

- ценность коучинговой услуги лично для потребителя — 82,8 %;
- уровень дохода потребителя — 50,5 %;
- уровень профессионализма коуча — 38,7 %;
- стиль жизни потребителя — 33,3 %;
- мода на коучинг — 25,8 %;
- уникальность услуги — 17,2 %;
- уровень обеспеченности потребителя (в т. ч. товарами длительного пользования) — 16,1 %;
- уровень цен на услуги коуча — 4,3 %;
- оригинальность услуги — 2,2 %;
- наличие бонусов для клиента — 2,2 %;
- информированность о коучинге — 2,2 %.

В ответах также присутствовало указание на другие факторы, от которых зависит спрос на коучинг: «график работы потребителя», «график работы коуча», «уровень раскрученности коуча, бренд его личности в социуме», «закрытые базовые потребности потребителя», «рост в обществе, в целом, самообразованности и понимания необходимости работы со своим мышлением, результативность коучинга», «популярность коуча», «услуга с понятным результатом», «соответствие предложения коуча запросам клиентов».

19,4 % респондентов отметили, что цена на коучинг в России является объективно высокой, 77,4 % опрошенных считают стоимость коучинговых услуг высокой не считают, а 3,2 % — затрудняются дать оценку, в связи с тем, что на рынке представлен большой разброс цен, восприятие стоимости как высокой или низкой является субъективным и зависит от различных факторов, включая квалификацию коуча.

При выборе производителя коучинговой услуги (коуча, школы коучинга, профессиональной коучинговой ассоциации и др.) наиболее значимыми для потребителя, по мнению большинства опрошенных (74,2 %), являются неценовые факторы (такие как качество обслуживания, используемые технологии, комфорт и удобство расположения, доброжелательность специалистов, профессионализм, оригинальность, уникальность услуги, график работы, бонусы для клиента, рекомендации и др.). 16,1 % респондентов считают, что наиболее значимым для потребителя при выборе производителя коучинговой услуги является уровень цены. 3,2 % респондентов полагают, что уровень цены и неценовые факторы имеют равное значение для выбора потребителем производителя услуги, а 6,5 % — затрудняются дать оценку.

Давая оценку процесса «производства» коучинговой услуги, среди основных характеристик коучинга респонденты отмечают следующие:

- короткая продолжительность производственного цикла (длительность процесса от начала «производства» услуги до ее полного оказания клиенту) — 39,8 %;
- короткий срок получения оплаты за оказанную услугу — 36,6 %;

- быстрота оказания услуги — 30,1 %;
- минимальные временные затраты на «производственную» часть — 24,7 %;
- минимальные финансовые затраты на «производственную» часть — 20,4 %.

Респонденты однократно указали также «значительную зависимость качества услуги от уровня специалиста», «уникальность услуги для каждого отдельного клиента», «высокую степень индивидуальности услуги под запрос клиента». 7,5 % респондентов затруднились дать оценку процесса «производства» коучинговой услуги.

Оценивая рынок коучинга с точки зрения его зависимости от географического фактора, респонденты отметили следующее влияние:

- отдаленность/приближенность к центру страны — 59,1 %;
- традиции, сложившиеся в разных регионах — 38,7 %;
- отдаленность/приближенность к региональным центрам — 25,8 %;
- климатические условия — 2,2 %.

Среди других условий, связанных с географическим фактором, однократно были отмечены «уровень «продвинутости» региона» и «культурный уровень региона». Отсутствии влияния географического фактора (в том числе в связи с распространением онлайн-коучинга) отметили 19,4 % опрошенных.

Оценивая локализацию рынка коучинговых услуг, подавляющее большинство респондентов (73,1 %) отметили, что рынок коучинга не имеет локализованного характера. 4,3 % опрошенных затрудняются дать ответ, а среди 22,6 % респондентов, ответивших, что рынок коучинга имеет локализованный характер, 46,5 % считают, что потребность в коучинге в большинстве случаев удовлетворяется по месту нахождения потребителя (на момент непосредственного получения услуги), 39,3 % — по месту работы потребителя, 7,1 % — по месту жительства потребителя, 7,1 % — в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург).

Опираясь на результаты исследования, мы можем выделить следующие особенности, характерные для рынка коучинговых услуг в Российской Федерации.

В отсутствие единого реестра специалистов не представляется возможным дать точную оценку числу профессиональных коучей, которые осуществляют свою деятельность на российском рынке. Приближенное представление о количестве профессионалов мы можем получить, если обратимся в профессиональные сообщества и суммируем данные о членах каждого из них. При этом в выборку все равно не попадут те, кто по тем или иным причинам не стал оформлять членство в профессиональной ассоциации. Другой метод подсчета может состоять в том, чтобы запросить данные о выпускниках у организаций, которые занимаются обучением коучингу. Однако в таком случае число может быть завышено в связи с тем, что не все выпускники коучинговых программ продолжили вести профессиональную коучинговую практику.

Наиболее известным профессиональным сообществом в сфере коучинга в России является Международная Федерация коучинг (ICF), деятельность которой в России была представлена отделением ICF Russia Chapter до марта 2022 года. Второй по известности является Некоммерческая организация «Ассоциация менторов и коучей «Национальная федерация профессиональных менторов и коучей», а третьей — Некоммерческая организация «Ассоциация русскоязычных коучей».

К субъектам рынка коучинговых услуг сами коучи относят не только клиентов, профессиональных и непрофессиональных коучей, но и менторов и супервизоров, которые поддерживают коучей в развитии профессионального мастерства, а также организации, занимающиеся обучением коучингу, менторингу, супервизии и продвижению коучинга. Здесь мы считаем важным отметить, что поскольку субъектами рынка услуг являются «производители услуг» и «владельцы денег», необходима конкретизация понятия коучинговой услуги. Будет ли в этот термин включен только процесс предоставления коучинга, либо это будет комплекс услуг, связанных не только с предоставлением коучинга, но и с обеспечением качества этого коучинга. В первом случае субъектов рынка будет два — коуч и клиент. Во втором — все, кто имеет какое-либо отношение к процессу коучинга, начиная с обучения будущего специалиста и заканчивая маркетинговым сопровождением его частной практики. При этом мы полагаем, что уже сейчас на формирование самого рынка коучинговых услуг непосредственное влияние оказывает каждый из представленных субъектов. Школы коучинга — тем, что содействуют в овладении профессией, что в свою очередь увеличивает число специалистов на рынке. Профессиональные и непрофессиональные коучи создают предложение. Профессиональные сообщества, менторы и супервизоры (а также школы, которые занимаются их обучением) способствуют повышению качества услуг. Организации, обучающие коучей маркетингу, содействуют в формировании спроса на коучинг.

Мы отмечаем противоречие в ответах респондентов на вопросы о субъектах рынка и том, в каком статусе они оказывают коучинговые услуги. Несмотря на то, что большинство респондентов уверенно отмечает коучинговые школы как одного из субъектов рынка, однако основную долю рынка коучинговых услуг отдают физическим лицам. Этот факт подтверждает наш предыдущий тезис о необходимости конкретизации понятия коучинговой услуги.

Коучинг не является услугой первой необходимости. Он способствует удовлетворению духовных потребностей,

потребностей в уважении и самоуважении, а также социальных потребностей. В связи с чем обращение к коучингу рационально тогда, когда базовые потребности потребителя удовлетворены. Этим во многом обусловлена и его стоимость. Согласно данным исследования «Стоимость коучинга в Москве 2020», проведенного Ассоциацией русскоязычных коучей, средняя стоимость коучинга за 1 час в зависимости от специализации коуча составляет от 9000 до 29500 рублей, а медианная стоимость коучинга за 1 час в зависимости от специализации — от 7000 до 27500 рублей [9].

Специалисты в коучинге отмечают, что в настоящий момент на рынке представлены коучинговые услуги очень разного качества, и при этом спектр услуг не является очень разнообразным. На спрос оказывают влияние прежде всего информированность клиентов (в т. ч. потенциальных) о коучинге и реклама коучинговых услуг. При этом спрос зависит от той ценности, которую видит для себя в коучинге сам клиент. Все это свидетельствует о том, что рынок коучинга в России еще формируется, причем формируется в большей степени силами самих коучей.

Профессиональные коучи отмечают, что рынок коучинга в России не имеет локализованного характера, поскольку отсутствует строгая привязка к оказанию услуг в какой-либо конкретной точке. Онлайн-пространство позволяет получить услугу в любой момент вне зависимости как от места нахождения коуча, так и от места нахождения клиента. При этом мы не можем не заметить, что влияние географического фактора на рынок коучинга имеет место быть, поскольку на спрос и предложение влияет как приближенность к центру страны или региональным центрам, так и традиции, сложившиеся в разных регионах.

Возвращаясь к сопоставлению особенностей рынка в сфере коучинга и основных особенностей рынка услуг, мы можем отметить, что для рынка коучинга характерны высокая динамичность рыночных процессов, выраженная сегментированность спроса на услуги в зависимости от разных факторов, высокая степень дифференциации услуги в роли рыночного продукта, высокая скорость оборота капитала, важная роль неценовых барьеров входа на рынок услуг, а также преобладающее значение малых и средних предприятий. При этом выраженные территориальная сегментация и локализация характерными для рынка коучинга не являются.

Таким образом можно сделать вывод о том, что особенности рынка коучинговых услуг в Российской Федерации соответствуют общеприменимым особенностям рынка услуг в целом. Цель данного исследования достигнута.

#### Литература:

1. Березовская, Р. А., Мясникова С. В. Взгляд психологов на перспективы развития коучинга в России (по материалам круглого стола конференции «Ананьевские чтения — 2014» / Р. А. Березовская, С. В. Мясникова. — Текст: электронный // Вестник СПбГУ. — Сер. 16. — 2015. — Вып. 1. — с. 63–73;

2. Кларин, М. В. Профессиональный стандарт «Коуч»: развитие коучинга как профессии / М. В. Кларин. — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т.4. — № 1. — с. 6–12;
3. Королихин, А. В. Рынок коучинга в России и за рубежом: статистика и тенденции развития / А. В. Королихин. — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т. 4. — № 1. — с. 17–24;
4. Мулянова, К. Ю. Развитие коучинга как инструмента кадрового менеджмента в России / К. Ю. Мулянова. — Текст: электронный // Контентус. — 2014. — № 3 (20);
5. Россохин, А. В. Регуляция и развитие коучинга: взгляд психоаналитика / А. В. Россохин — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т.4. — № 1. — с. 55–60;
6. Стёганцев, А. В. Стандарт коучинга — прививка от мистики и профанации / А. В. Стёганцев — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т. 4. — № 1. — с. 111–115;
7. Чухно, Ю. А. Рынок коучинга в России: исследование ICF-Россия 2012 / Ю. А. Чухно — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т. 4. — № 1. — с. 25–32;
8. Щукин, В. В. Особенности социально-правового института коучинга в России / В. В. Щукин. — Текст: электронный // Вестник Университета Российской академии образования. — 2020. — № 5. — С 70–86;
9. Стоимость коучинга в Москве 2020 / Исследование Ассоциации русскоязычных коучей. — URL: <https://coach-rus.org/uslugi/issledovaniya/stoimost-kouchinga-2020-v-moskve/> — Текст. Изображение: электронные.
10. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие / кол. авт. под ред. Т. Д. Бурменко. — М: КНОРУС, 2006. — с 321. — Текст: электронный.
11. Choukhno, J. Coaching in Russia — first steps / J. Choukhno — Текст: электронный // Организационная психология. — 2014. — Т. 4. — № 1. — с. 48–54;
12. EMCC Global: [сайт]. — Brussels, 2023. — URL: <https://www.emccglobal.org/> — Текст. Изображение. Видео: электронные.
13. International Coaching Federation: [сайт]. — Lexington, 2023. — URL: <https://coachingfederation.org/> — Текст. Изображение. Видео: электронные.
14. Ассоциация психоаналитического коучинга и бизнес-консультирования: [сайт]. — Москва, 2021. — URL: <https://arcbc.ru/> — Текст. Изображение. Видео: электронные.
15. Ассоциация русскоязычных коучей: [сайт]. — Москва, 2001. — URL: <http://www.coach-rus.org/> (дата обращения 02.12.2021). — Текст. Изображение. Видео: электронные.
16. Международная Федерация Коучинга: Российское отделение: [сайт]. — Москва. — URL: <https://icf-russia.ru/> (дата обращения: 02.12.2021). — Текст. Изображение. Видео: электронные.
17. Национальная Федерация профессиональных менторов и коучей: [сайт]. — Москва, 2023. — URL: <https://coachmentor.ru/> — Текст. Изображение. Видео: электронные.

## Анализ и совершенствование механизма государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Асирбабян Седа Хачатуровна, студент магистратуры  
Московский гуманитарный университет

*Государственная политика по развитию «зеленой» энергетики в развитых странах через поддержку малого и среднего предпринимательства осуществляется уже на протяжении более 30 лет, что связано с рядом энергетических и экологических кризисов в мире. В числе самых технологически-развитых и передовых государств в области применения возобновляемых источников энергии можно назвать страны Европейского Союза, США и Китай. Среди стран Европейского Союза бесспорным лидером в области возобновляемой энергетики является Германия. По мощности ветроэнергетики Германия наряду с Китаем и США входит и в тройку мировых лидеров.*

*Среди энергетических держав Россия находится на начальном этапе развития «зеленой» энергетики. В 2021 году доля возобновляемых источников энергии в энергосистеме страны достигла чуть более 1 %. Медленный рост доли ВИЭ в российской энергосистеме связан с преобладанием традиционных источников энергии и наличием больших запасов ископаемых видов топлива. Несмотря на это, с каждым годом объемы ископаемых видов топлива сокращаются, а процесс их добычи становится сложнее. Поэтому в перспективе нескольких десятилетий, России также предстоит развивать сферу альтернативных источников энергии. Как показал опыт передовых стран мира в области ВИЭ, динамичное развитие данной отрасли невозможно без участия малого и среднего предпринимательства и внедрения механизмов государственной поддержки частного сектора. Создание благоприятных условий и развитой законодательной базы в сфере*

*ВИЭ в России может привлечь огромный капитал и технологии со стороны малого и среднего предпринимательства для развития данной отрасли.*

*Ключевые слова:* анализ, механизм, государственная поддержка, малое и среднее предпринимательство, предпринимательство.

Возобновляемая энергетика в России постепенно набирает обороты и привлекает все больше частных инвесторов, которые готовы финансировать проекты в области ВИЭ. Однако в российском законодательстве и энергетической политике существуют ряд проблем, которые препятствуют привлечению частного капитала зарубежных и российских инвесторов к участию в развитии «зеленой» энергетике в России. С другой стороны, как показывает опыт зарубежных стран, достигших высоких результатов в области ВИЭ, развитие «зеленой» энергетике и привлечение в данную отрасль инвесторов невозможно без создания надлежащей и всеобъемлющей законодательной базы. На сегодняшний день в России до сих пор не принят федеральный закон «О возобновляемой энергетике», который должен стать основным нормативно-правовым актом, регулирующим сферу альтернативной энергии. По сути, данный закон должен включать в себя регулирование сферы ВИЭ, стратегические цели страны и показатели их достижения в среднесрочной и долгосрочной перспективе, а также оценку программ и проектов, направленных на развитие «зеленой» энергетике в России. [3] На сегодняшний день, помимо Федерального закона «Об электроэнергетике», регулирование предпринимательских проектов в области возобновляемой энергетике в России происходит на уровне постановлений и распоряжений Правительства и Министерства энергетики РФ, в которых установлены стратегические планы и стратегии развития возобновляемой энергетике. Однако, стоит отметить, что эти нормативно-правовые акты и документы в основном являются рамочными и не включают в себя меры и механизмы реализации программ по развитию ВИЭ в России. Такая ситуация приводит к тому, что потенциальные инвесторы не обладают точной информацией о мерах поддержки и развития проектов альтернативной энергетике и имеют высокие риски в случае пересмотра энергетической политики в области ВИЭ руководством страны. Помимо этого, в российском секторе возобновляемой энергетике имеет место усиленный централизованный контроль со стороны государства. Для получения государственной поддержки и субсидий для строительства и развития ВИЭ, инвестору необходимо пройти через конкурс и аттестацию Правительства РФ, что способствует повышению бюрократизации в отрасли ВИЭ.

К числу проблем, с которыми сталкиваются малый и средний бизнес в сфере ВИЭ в России можно отнести требования по локализации оборудования для генерации возобновляемой энергетике, которые были установлены в соответствии постановлением Правительства от 28 мая 2013 № 449. При строительстве солнечной элек-

тростанции инвесторы должны устанавливать 70 % оборудования, российского производства, а при строительстве ветро электростанций локализация оборудования должна была достичь 65 процентов к 2019 году [2]. После внесения изменений в Постановление в 2021 году, уровень локализации оборудования ВИЭ малыми и средними предпринимателями был пересмотрен и снижен до 35 % для солнечных электростанций, и 45 % для объектов гидро и ветрогенерации электроэнергетике. Несмотря на упрощение требований по локализации, сложности для частных инвесторов в области возобновляемой энергетике до сих пор сохраняются, поскольку в России слабо развито и практически отсутствует отечественное производство технологий ВИЭ, при этом со стороны государства нет финансовой поддержки для разработки собственных технологий по производству альтернативной энергетике [1].

Таким образом, руководство страны должно обратить внимание на вышеуказанные проблемы в сфере возобновляемой энергетике в России и предложить пути их скорейшего решения, что позволит выйти сектору «зеленой» энергетике на более высокий и качественный уровень. Предпринятые меры государства также будут способствовать привлечению

Одним из вопросов, стоящих на повестке дня в поддержке малого и среднего бизнеса энергетической отрасли России, является модернизация малоэффективных электростанций в труднодоступных регионах страны, суммарный объем мощностей которых составляет около 800 МВт [4]. В данном списке находятся 23 региона страны, включая Якутию, Камчатку и Красноярский край, где строительство локальных электростанций ВИЭ является экономически выгодным для государства ввиду высоких издержек на транспортировку и производство энергии, полученной за счет ископаемых видов топлива. Поэтому Министерство энергетики РФ хочет привлечь частные инвестиции на развитие возобновляемой энергетике в этих регионах.

Помимо экономических выгод, развитие возобновляемой энергетике положительно сказывается на экологии и окружающей среде в стране. Влияние электростанций ВИЭ оказывает гораздо меньше негативных эффектов на экологию за счет отсутствия выбросов парниковых газов и отказа от использования ископаемых видов топлива. По оценкам ученых, электростанции ВИЭ генерируют в 250 раз меньше эмиссий по сравнению с угольными электростанциями аналогичной мощности и от 10 до 120 раз меньше по сравнению с электростанциями, работающими на природном газе [9]. По оценкам Гринпис, в России ежегодно преждевременно умирают от 89 до 160 тысяч людей

(в среднем 120 тысяч) из-за негативного влияния загрязнения воздуха в процессе сжигания традиционных источников энергии. Такая плачевная ситуация приносит экономический ущерб стране в размере от 50 до 100 млрд долларов США. Поэтому, необходимо развивать «зеленую» энергетику в регионах России, с высокими показателями загрязнения воздуха, что приведет к улучшению экологической ситуации и в последствии к повышению продолжительности жизни населения.

Дальнейшее развитие возобновляемой энергетики в России напрямую будет зависеть от тех мер поддержки малого и среднего предпринимательства и законов, которые будут приняты руководством страны и компетентными органами в области ВИЭ. Однако, в данном исследовании были обнаружены довольно очевидные и распространенные барьеры, которые тормозят развитие возобновляемой энергетики в российской энергосистеме. И даже несмотря на обильные ресурсы ископаемых видов топлива на территории страны, возобновляемая энергетика может стать конкурентоспособной на оптовом рынке благодаря принятию следующих мер поддержки со стороны государства: Во-первых, необходимо разработать закон «О поддержке проектов малого и среднего предпринимательства в области развития возобновляемой энергетики», который не только определит стратегические планы и цели по развитию ВИЭ в России, но и установит ключевые механизмы поддержки частного сектора в проектах ВИЭ и будет гарантировать права инвесторов. Существующая законодательная база, как было отмечено ранее имеет рамочный характер и не регулирует многие аспекты развитию ВИЭ.

Во-вторых, остро стоит вопрос по доступному финансированию предпринимательских проектов возобновляемой энергетики. Поэтому необходимо разработать механизмы по предоставлению льготных займов частному сектору в проектах ВИЭ за счет различных государственных Фондов, включая Фонды национального бла-

госостояния и Пенсионного Фонда. Такая практика, уже активно применяется для развития сектора возобновляемой энергетики в Норвегии, что позволило стране выйти на лидирующие позиции по объемам «зеленой» энергетики в мире.

В-третьих, во многих зарубежных странах, включая США, Китай и Германию, при министерствах энергетики созданы специальные консультационные органы для частных компаний в области ВИЭ, в задачи которых входит юридическое и консультационное сопровождение инвесторов во время реализации и запуска проектов ВИЭ. В России пока отсутствует такой орган, что усложняет деятельность частных компаний и инвесторов при реализации проектов в области «зеленой» энергетики. Более того, в область полномочий таких органов должны входить вопросы по регулированию вопросов, связанных с посягательством местных органов власти на инвесторов и случаев коррупции при реализации проектов ВИЭ в регионах страны.

В-четвертых, многие инвесторы сталкиваются с проблемой ввоза более доступных и энергоэффективных технологий из-за рубежа, так как российским законодательством установлено обязательная локализация технологий, вырабатывающих ВИЭ. В итоге, это сказывается на конечной стоимости проектов ВИЭ и способствует удорожанию цены на энергию, полученную за счет возобновляемых источников. Поэтому, необходимо разработать льготную систему таможенных пошлин для технологии ВИЭ и на их компоненты в случае отсутствия аналогов на российском рынке.

Улучшение мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере возобновляемой энергетики в России позволит привлечь дополнительные инвестиции на развитие ВИЭ, тем самым будет способствовать снижению цен на «зеленую» энергию для конечных потребителей и выведет отрасль на более высокий уровень.

#### Литература:

1. Анализ нынешнего положения изолированных систем энергоснабжения с высокими затратами на энергию // Центр по эффективному использованию энергии [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.cenef.ru/file/Discussion\\_paper1.pdf](http://www.cenef.ru/file/Discussion_paper1.pdf) (дата обращения: 17.04.2023).
2. Козлов, С. В. Возобновляемая энергетика в России и Германии: состояние и перспективы правового регулирования // М: Юридический вестник молодых ученых, выпуск № 1, 2019. с. 31–40.
3. Шувалова, О. В., Родионова И. А. Трансформация организационной структуры вертикально-интегрированных компаний вследствие либерализации электроэнергетического рынка в Германии // Мировая энергетика: основные тенденции, динамика, перспективы / Под ред. С. В. Жукова. М.: ИМЭМО РАН, 2018. с. 103–109.

## Соотношение и разграничение понятий «цифровая экономика», «цифровизация», «цифровая трансформация»

Бубнова Елена Леонидовна, студент магистратуры  
Иркутский государственный университет

В настоящее время информационные технологии оказывают значительное влияние на развитие государства и общества. В государственном управлении происходят мощнейшие трансформационные процессы при внедрении цифровых разработок. Воздействию данных разработок подвергается и государственная экономика. Современные научные работники и ведущие экономисты уделяют этому направлению развития особое внимание, так как формирование и развитие цифровой экономики влияет на архитектуру экономики в государстве и, соответственно, на развитие всего общества [3, с. 11].

Процессы внедрения информационных технологий в государственную экономику предусматриваются целым рядом нормативно-правовых актов, среди которых: Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. N 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», поручение Президента Российской Федерации от 28 февраля 2019 г. № Пр-300, утверждающее перечень поручений по вопросам реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» и некоторые другие акты.

Первым шагом в формировании доказательной политики развития цифровой экономики должно стать создание понятийного аппарата, который призван служить основой для создания системы статистического измерения соответствующих явлений и процессов и необходимой нормативной правовой базы [1, с. 11].

В соответствии со Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. цифровая экономика определяется как хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов информации и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг.

Некоторые российские исследователи трактуют понятие цифровой экономики в широком и узком смысле. Цифровая экономика в широком понимании представляет собой видоизменение всех социально-экономических институтов, включающих в том числе цифровое

образование, цифровое здравоохранение, цифровое правительство, электронную коммерцию, цифровой транспорт и т. д. В узком смысле под цифровой экономикой понимаются платформенная экономика, экономика совместного пользования, цифровые сервисы [5, с. 12].

Также для исследования цифровой экономики важен сам процесс перехода и внедрения цифровых технологий в отрасли экономики. В данном случае, когда мы говорим о процессах в цифровой экономике, то можно выделить три этапа ее развития: автоматизацию, цифровизацию и цифровую трансформацию [6, с. 805].

Первый этап — автоматизация — это перевод существующих процессов в информационные технологии. Автоматизация направлена на перевод текущих процессов в электронную форму и замену ручного труда роботизированными устройствами. Целью автоматизации, как правило, является решение рутинных задач одного или смежных процессов (таких как электронный документооборот и пр.), не рассматривая дальнейшее использование данных за пределами этих процессов. Таким образом, автоматизация — это неотъемлемая часть цифровизации, но не синоним этого термина.

Второй этап — цифровизация. Она начинается в тот момент, когда ставится задача применения информационных технологий к оптимизированному процессу. Основной целью цифровизации выступает усовершенствование процессов, в которые на этапе автоматизации уже были внедрены элементы цифровых объектов. В сфере государственного управления цифровизация также означает разработку и применение новых технологий и инструментов управления, влияющих на формирование цифрового государственного управления с целью повышения эффективности управленческих решений и предоставляемых населению государственных услуг [5, с. 15].

Исходя из изложенного, можно сделать вывод о том, что цифровизация — процесс внедрения и использования инновационных технологий и принципов цифровой экономики в социально-экономических сферах жизнедеятельности общества, сопровождается тотальной автоматизацией, роботизацией и внедрением искусственного интеллекта [5, с. 15].

Третий этап — цифровая трансформация. В течение последних нескольких лет идет поиск оптимальных способов предоставления услуг без участия человека с помощью информационных технологий, меняя существующие или вводя новые информационные модели. Также цифровая трансформация в государственном управлении рассматривается как переход от «электронного правительства» к «цифровому правительству»: переход

от использования технологий для поддержки процессов в органах власти к использованию технологий для формирования результатов государственного управления [7, с. 94]. Следовательно, можно сделать вывод, что цифровая трансформация — это системный, длительный, не одномоментный процесс, затрагивающий все стороны жизни государства, и крайне важно предусматривать возможные риски и своевременно решать наиболее сложные проблемы и препятствия, возникшие в ходе реализации.

До настоящего времени понятие «цифровая трансформация» не получило однозначного определения. В широком смысле под цифровой трансформацией понимаются изменения всех аспектов общества, связанные с применением цифровых технологий. Цифровая трансформация рассматривается как ключевой тренд, характерный для различных отраслей экономики и социальной сферы, позволяющий радикально повысить результативность или расширить объем операций организации. Стратегии цифровой трансформации часто направлены на изменение продукции, процессов, организации деятельности (управления) на основе применения инновационных технологий, создают новые возможности для взаимодействия с потребителями и удовлетворения их потребностей [2, с. 14].

Таким образом, важным признаком цифровой трансформации является изменение не только способов реализации государственных функций (оказания государственных услуг), в том числе процессов и подпроцессов, исполняемых при осуществлении государственных функций и государственных услуг, но и их содержания и состава. Соответственно под цифровой трансформацией следует понимать качественное изменение содер-

жания государственного управления, в том числе отдельных его процедур, стадий управленческого цикла, государственных функций и их типов на основе внедрения цифровых технологий. Качественный характер изменений вследствие цифровой трансформации предполагает повышение эффективности, результативности и обоснованности государственного управления [2, с. 22].

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что термины «цифровизация» и «цифровая трансформация» имеют существенные различия. Если говорить о цифровизации, то этот процесс активно идет и современные технологии усиленно внедряются в цифровую экономику. Если говорить о цифровой трансформации, то это сложная задача, так как она требует от государства думать не только о технологиях, но и о том, как государство устроено, как оно работает, какие основы уже имеются для поддержания трансформации. Основная мысль заключается в том, чтобы вся цепочка автоматизированного процесса была видна, чтобы данные были доступны для принятия решений, и чтобы была возможность оптимизировать систему в целом, а не отдельные ее фрагменты. Так, цифровизация — это непосредственный шаг к цифровой трансформации [6, с. 806].

Таким образом, цифровая экономика и процесс внедрения информационных технологий в отрасли экономики и социальные сферы являются новыми этапами развития государства, в связи с чем понятийный аппарат не сформирован и не детализирован в полной мере. Определения базовых категорий исследования постоянно дополняются и корректируются в прямой зависимости от интенсивного развития инноваций в современном мире [5, с. 15].

#### Литература:

1. Абдрахманова, Г. И. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. // докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества / науч. ред. Л. М. Гохберг. — М., 2019. — 82 с.
2. Добролюбова, Е. И. Цифровое будущее государственного управления по результатам / Е. И. Добролюбова, В. Н. Южаков, А. А. Ефремов, Е. Н. Клочкова, Э. В. Талапина, Я. Ю. Старцев // Издат. дом «Дело» РАНХиГС. — 2019. — 114 с.
3. Камбердиева, С. С. Исследование процессов «цифровизации» в рамках цифровой экономики России / С. С. Камбердиева, Т. Г. Шелкунова // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2019. — Т. 2, № 2. — с. 10–16.
4. Митусов, В. Ю. Цифровые платформы как вектор цифровизации государственного управления / В. Ю. Митусов // Трансформация государственного и муниципального управления в парадигме цифровизации: материалы / ФГБОУ ВО «ИГУ»; под общ. ред. И. А. Журавлевой, О. А. Полюшкевич, В. Ю. Митусова. — Иркутск: Издательство ИГУ, 2020. — с. 8–12.
5. Полюшкевич, О. А. Основы цифровизации государственного и муниципального управления: учеб. пособие / О. А. Полюшкевич, И. А. Журавлева, Г. В. Дружинин, Н. В. Москвитина. — Иркутск: Издательство ИГУ, 2020. — 163 с.
6. Савзиханова, С. Э. Экспоненциальный сдвиг технологической парадигмы: от цифровизации к цифровой трансформации / С. Э. Савзиханова, А. Я. Бучаев // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — № 3. — с. 805–820
7. Сидоренко, Э. Л. Эффективность цифрового государственного управления: теоретические и прикладные аспекты / Э. Л. Сидоренко, И. Н. Барциц, З. И. Хисамова // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2019. — № 2. — с. 93–114.

## Квалификация работника как главное условие инициативно-целевой технологии разработки управленческого решения

Бытю Любовь Андреевна, студент

Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова (г. Санкт-Петербург)

*В статье автор рассматривает значимость квалификации работника в инициативно-целевой технологии при разработке управленческого решения.*

*Ключевые слова:* квалификация, профессионализм, управленческое решение, инициатива, инициативно-целевая технология.

При разработке и принятии управленческого решения используются определенные технологии, при помощи которых руководитель осуществляет управленческое воздействие на персонал для достижения общих целей организации. Технологии подразделяются на процессорные и целевые технологии. Квалификация прямо пропорционально связана с целевыми технологиями, поэтому наиболее сильный акцент стоит сделать на данной технологии.

Целевая технология (ЦТ) — это технология, основанная на приоритете целей над ситуациями. ЦТ ориентирует решение на достижение цели, а не на устранение возмущающих воздействий [2, с. 33].

К примеру, Комитет по культуре в городе Санкт-Петербурге ставит главную цель на 2023 год укрепление роли

Санкт-Петербурга как города с активной и современной культурной жизнью и создание условий для развития и продвижения креативных индустрий. Комитет будет стремиться выполнить свою цель несмотря ни на что, для того чтобы его деятельность была признана оптимальной с наилучшим результатом.

В данном примере отчётливо видно, что исполнительный орган власти Санкт-Петербурга ставит перед собой цель, без возмущающих действий. В этом и есть сущность целевой технологии.

Целевая технология имеет 3 подвида: инициативно-целевая, программно-целевая, регламентная. Инициативно-целевая технология является наиболее сложной, среди данных видов. Она включает в себя следующие условия (таблица 1).

Таблица 1. Особенности инициативно-целевой технологии [7, с. 56]

Показатель	Характеристика
1. Штат работников организации или подразделения	Не более 10 человек
2. Время выполнения задания	Не должно превышать одного месяца со дня его выдачи
3. Квалификация	Высокий профессионализм персонала или большое доверие к нему со стороны руководителя
4. Цель деятельности	Производство новых товаров, услуг, информации или знаний
5. Взаимодействие в организации	Наличие устойчивых неформальных отношений в коллективе

Данная технология основана на выдаче заданий без указания средств и методов их выполнения и рассчитана на инициативного, профессионального и квалифицированного исполнителя.

Инициативно-целевая технология предусматривает разработку руководителем только конечной цели задания для работника или группы, а также срока выполнения без указания механизма ее достижения. При этом цель может быть не достигнута по каким-либо причинам, может быть достигнута в предусмотренные сроки или раньше, может быть достигнута за пределами установленного срока [7, с. 43].

Инициативно-целевая технология дает большой простор для инициативных решений подчиненных, но в то же время усложнена тем, что решения принимаются самостоятельно работником, без указания методов и механизмов решения задачи.

Стоит отметить, что данная технология направлена на производство новых товаров и услуг, информации и знаний, которые ранее нигде не использовались. Профессионализм работника имеет огромный вклад в развитие решения.

Квалификация — это способность специалиста выполнять работу определенной сложности. Квалификация определяется теоретической подготовкой, зависящей от уровня образования, и опыта приобретаемого в практической деятельности. Каждая профессия требует своего сочетания теоретической подготовки и опыта [5, с. 21].

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации статье 195.1 «Профессиональный стандарт — это характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной

деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции».

По уровню квалификации рабочие делятся на низкоквалифицированных, квалифицированных, высококвалифицированных. Профессиональный стандарт предусматривает пятый, шестой и седьмой уровень квалификации.

Пятый уровень квалификации предполагает самостоятельную работу по решению практических задач, требующих самостоятельного анализа ситуации, способов решения. Этот квалификационный уровень относится к первой обобщенные трудовой функции — документ оборот по учёту кадров, и их приему, перемещению и увольнению; работе с документами и предполагает наличие среднего профессионального образования.

Шестой уровень квалификации — это самостоятельная деятельность по определению задачи собственные задачи и подчинённых для достижения конкретной цели. Указанный уровень относится к обобщенным трудовым функциям и затрагивает следующие работы: администрирование документа оборота, организации аттестации специалистов и их проведение, организации обу-

чения стажировок персонала фирмы, разработка системы оплаты труда, премирование и нематериальные мотивации, разработка корпоративной политики и контроль за её внедрение и так далее. Требуется наличие высшего образования (бакалавриат) и дополнительного профильного образования.

Седьмой уровень квалификации относится к обобщенным трудовым функциям по определению стратегии, управления процессами и деятельностью, в том числе инновационной, с принятием решения на уровне крупных организаций или подразделений. Седьмой уровень квалификации относится к руководящим должностям и требует наличие высшего образования (уровень магистратура) либо стажа работы по специальности не менее пяти лет и дополнительного профессионального образования [5, стр. 120].

Квалификационный справочник должностей включает в себя характеристики должностей руководителей организаций и учреждений, их структурных подразделений, а также специалистов и других служащих. Благодаря этому классификатору получаем первое деление служащих на три группы (таблица 2).

Таблица 2. Группы служащих и их основной состав [5, с. 22]

Группа служащих	Состав группы
1. Руководитель	Руководители организаций, руководители служб и подразделений в организациях.
2. Специалист	Специалисты занятые инженерно-техническими экономическими работами, специалисты заняты в сельском хозяйстве, специалисты заняты медицинским обслуживанием, специалисты занятые на работах по международным связи, специалисты юридических службы.
3. Другие служащие	Категория технических исполнителей: технический исполнители заняты учёта и контроля, технические исполнители заняты подготовкой и оформления документации, технические исполнители заняты хозяйственным обслуживанием.

Специфика предприятия, его размер, организационно-правовая форма и отраслевая принадлежность обуславливают требования к профессионально-квалификационному составу работников [1].

Структуру персонала предприятия характеризует соотношение численности отдельных категорий работников в их общей численности. Наибольший удельный вес в структуре кадров промышленных предприятий занимают рабочие. Как было сказано выше квалификация работника определяется теоретической подготовкой, зависящей от уровня образования, и опыта приобретаемого в практической деятельности. Из этого складывается профессионализм работника, который он будет применять на своем рабочем месте.

Можно сказать, что профессионализм, квалифицированность и ответственность работника имеют прямую зависимость с инициативно-целевой технологией, а именно:

чем выше квалифицированность работника, тем выше возможность грамотно и оперативно решить задачу или разработать верное управленческое решение, и наоборот. Квалифицированный работник вызывает большего доверия у руководителя, который может с полной уверенностью доверить решение сложной задачи.

Профессионал своего дела, не боится ответственности он грамотно расставляет приоритеты в принятии и реализации принятия решения, рассматривает все возможные риски, имеет возможность беседовать с коллегами и наконец выносить оперативные решения по тому или иному вопросу.

Управленческое решение будет наиболее четким, достоверным и полным, если исполнитель сам будет уверен в своем решении, а это невозможно без опыта, желания и профессионализма.

Литература:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) [Электронный ресурс] — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_34683/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_34683/)

2. Бусов, В. И. *Управленческие решения: учебник для бакалавров* / В. И. Бусов. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 254 с.
3. Виханский, О. С. *Менеджмент: Учебник* / Виханский О. С., Наумов А. И., — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. 450 с.
4. Коргова, М. А. *Кадровый менеджмент: учебное пособие для вузов* / М. А. Коргова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 216 с.
5. Левина, С. Ш. *Управленческие решения: моногр.* / С. Ш. Левина, Р. Ю. Турчаева. — М.: Феникс, 2019. — 224 с.
6. Литвинюк, А. А. *Управление персоналом: учебник* / А. А. Литвинюк — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023—462 с.
7. Ловчева, М. В. *Управление персоналом: теория и практика. делопроизводство в кадровой службе: учеб.-практ. пособие* / М. В. Ловчева, Е. Н. Галкина, Е. В. Гурова; под ред. А. Я. Кибанова. — М.: РГ-Пресс, 2021. — 78 с.
8. Трофимов, В. В. *Методы принятия управленческих решений* / В. В. Трофимов, Л. А. Трофимова. — М.: Юрайт, 2020. — 336 с.
9. Юкаева, В. С. *Принятие управленческих решений* / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувикина. — М.: Дашков и Ко, 2019. — 324 с.
10. Чернопяттов, А. М. *Маркетинг персонала* / А. М. Чернопяттов. — 2-е изд., стер. — М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. — 277 с.

## Актуальность применения новаций в управлении рисками банковского потребительского кредитования

Герзмава Эсма Джофаевна, студент магистратуры  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

*В статье рассматриваются примеры внедрения новаций в области современного риск-менеджмента, приводится зарубежная практика использования технологий в управлении рисками потребительского кредитования. Оцениваются преимущества и риски использования современных технологий в риск-менеджменте банковского потребительского кредитования.*

**Ключевые слова:** *потребительское кредитование, управление рисками, искусственный интеллект, риск, новации, банки.*

Стратегическое управление рисками потребительского кредитования является важной задачей для коммерческих банков и финансовых институтов. Эффективный и надежный способ управления рисками, связанными с потребительским кредитованием, позволит банкам принимать обоснованные решения, снижать риски и повышать доходность бизнеса. Банки должны работать над непрерывным улучшением и развитием процессов управления рисками для обеспечения безопасности своих финансовых потоков и защиты своих клиентов. Технологические инновации могут помочь банкам в этом деле, но их внедрение должно быть тщательно обдумано и протестировано.

На сегодняшний день в управлении рисками потребительского кредитования намечаются определённые тенденции и некоторые инновационные подходы:

— использование аналитических инструментов и технологий в процессе выдачи потребительского кредита, что помогает банкам и кредиторам более точно оценить кредитоспособность заемщика и минимизировать риски;

— расширение и автоматизация процесса скоринга, который позволяет быстрее и точнее оценить кредитный

рейтинг заемщика, используя данные из различных источников;

— использование машинного обучения и алгоритмов искусственного интеллекта для более глубокого анализа данных и предсказания вероятности дефолта у заемщика.

— разработка и внедрение новых методов проверки и подтверждения личности заемщика для предотвращения мошенничества и фальсификации данных.

— внедрение мультимедийных систем коммуникации с заемщиком, что позволяет быстрее реагировать на задержки платежей и уведомлять заемщика о состоянии его кредита;

— развитие онлайн-кураторинга и мониторинга кредитного портфеля, который позволяет анализировать данные по заемщикам в режиме реального времени и быстрее реагировать на изменения в их кредитной истории.

Все эти инновационные подходы помогают банкам эффективнее управлять рисками потребительского кредитования и обеспечивать более высокий уровень безопасности для заемщиков и самих кредиторов.

Современный риск-менеджмент базируется на использовании новых технологий и анализе большого объема данных. Один из ярких примеров таких инноваций — это использование машинного обучения и искусственного интеллекта для анализа рисков и построения моделей, что может быть полезно при анализе данных заемщиков и определении их кредитного риска. Сегодня во всём мире активно применяют нейросети, особенно в кредитном скоринге. Сингапурская финтех-компания CrediLinq.Ai предлагает модели кредитного скоринга, позволяющие торговым площадкам развивать кредит как услугу. Компания работает с цифровыми банками с целью увеличить объем кредитов для малого и среднего бизнеса. Стартап уже поддерживает несколько небольших платформ электронной коммерции, платежей и закупок в Сингапуре, Индонезии, Австралии, Гонконге и Малайзии. А сингапурский UNO Digital Bank и финтех-компания Trusting Social внедрили «умную» систему кредитного скоринга, чтобы открыть доступ к услугам для филиппинских потребителей и вовлечь граждан без банковских счетов. [1]

Также новацией, которая может быть полезна в управлении рисками потребительского кредитования, является использование аналитики данных и больших данных для детального анализа и прогнозирования рисков. Этот процесс может включать в себя анализ различных факторов, таких как профиль заемщика, экономические условия и другие аспекты, которые могут влиять на возвратность кредита. Анализ данных может также помочь в выявлении общих тенденций и проблем, связанных с кредитованием.

Еще одной возможной новацией может быть использование технологии распределенного реестра (Distributed Ledger Technology — DLT), такой как блокчейн, для улучшения процесса управления рисками. Технология позволяет снизить вероятность мошенничества и повысить уровень безопасности данных. Блокчейн может использоваться для создания децентрализованных систем хранения данных о клиентах и их платёжеспособности, которые могут обеспечить высокий уровень безопасности и прозрачности. Это может помочь снизить риски, связанные с мошенничеством и взломами серверов, которые могут привести к потере чувствительной информации о клиентах и огромным финансовым убыткам [2].

Кроме того, многие кредитные организации уже начали использовать мобильные технологии и интернет вещей (Internet of Things — IoT) для сбора и анализа данных о заемщиках. Это может включать в себя использование данных смартфонов и других мобильных устройств, чтобы получить информацию о поведении и потребностях клиентов. Сбор таких данных может помочь улучшить процесс принятия решений и уменьшить риски.

Сегодня примером новации, которая уже активно используется кредитными организациями в управлении рисками потребительского кредитования, является искусственный интеллект (AI). Искусственный интеллект может быть использован для более точного и быстрого

анализа данных о заемщиках, выявления рисков и установления значимых отношений между различными факторами, которые могут влиять на возвратность кредита. Возможности искусственного интеллекта позволяют создавать индивидуальные стратегии управления рисками для каждого заемщика, в зависимости от их профиля и поведения в прошлом [3].

Таким образом, применение новаций в области риск-менеджмента может быть полезным для управления рисками потребительского кредитования. К достоинству технологических новаций в области управления рисками потребительского кредитования можно отнести улучшение работы внутренних процессов банков и других финансовых институтов. Новые технологии могут ускорить и автоматизировать процессы, связанные с выдачей кредитов, выявлением рисков и обработкой данных. Это уменьшает возможность человеческой ошибки и повышает эффективность работы банковских процессов.

Также новации могут помочь банкам и финансовым институтам сформировать более гибкий и индивидуальный подход к клиентам, облегчая работу с клиентами в различных ситуациях, с разными потребностями и финансовыми возможностями. Более гибкий подход может помочь банкам привлечь и удержать больше клиентов.

Наконец, еще одним преимуществом технологических новаций в области управления рисками потребительского кредитования является улучшение клиентского опыта. Новые технологии могут помочь клиентам получить кредит быстрее и легче, отслеживать выплаты и контролировать свой бюджет. Это может способствовать увеличению доверия клиентов к банку и повышению лояльности.

Однако, как и в любой другой области, применение новаций должно сопровождаться тщательной оценкой и управлением рисками. Наложение большого количества данных может осложнить их анализ и привести к неправильным выводам. Также использование новых технологий может потребовать значительных финансовых вложений и повлечь изменения в организации бизнес-процессов.

Кроме того, многие новации еще не достигли достаточного уровня зрелости и стандартизации, что может усложнить их применение в реальных условиях. Необходимо помнить и о соблюдении законодательства в области защиты данных.

Несмотря на всё вышеперечисленное, применение современных технологий и инноваций может повысить эффективность управления рисками потребительского кредитования и снизить риски, связанные с невозвратом кредитов и мошенничеством.

В целом, современные технологии и инновации в области риск-менеджмента могут иметь потенциал для применения в управлении рисками потребительского кредитования, но часто требуют значительных инвестиций и осторожности в их применении.

## Литература:

1. Скоринг за секунды: как нейросети изменили выдачу кредитов. Подробнее на РБК: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmr/644942449a7947981d14f327>. — Текст: электронный // РБК Тренды: [сайт]. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmr/644942449a7947981d14f327> (дата обращения: 27.04.2023).
2. Blockchain technology: Beyond bitcoin. / Crosby, M., Pattanayak, P. [и др.]. — Текст: непосредственный // Applied Innovation. — 2016. — № 2. — с. 6–10.
3. Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. / Kshetri, N.. — Текст: непосредственный // International Journal of Information Management. — 2018. — № 39. — с. 80–89.

## Креативная экономика

Городкова Софья Романовна, студент

Научный руководитель: Королева Нонна Шараповна, кандидат экономических наук, доцент  
Государственный университет управления (г. Москва)

*В статье автор пытается проанализировать уровень развития креативных индустрий в мире.*

*Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, мировая экономика.*

Креативные индустрии — одни из наиболее быстрорастущих в мире. Они включают в себя рекламу, дизайн, музыку, кино, театр, изобразительное искусство, издательство и телевидение. Культурные и креативные отрасли, несомненно, вносят заметный вклад в мировую экономику. На сектор культуры приходится 3,5 % мирового валового внутреннего продукта (ВВП). Кроме того, культурные и креативные отрасли обеспечивают 6,2 % всех рабочих мест, почти 50 млн, во всем мире. В основном это молодые люди 15–29 лет. Разберем поподробнее...

Во-первых, креативные индустрии способствуют созданию новых рабочих мест и увеличению ВВП. Согласно отчету ЮНЕСКО 2015 года, мировой рынок креативных индустрий оценивается в 624 млрд долларов в год. В Великобритании эта отрасль занимает почти 2 миллиона человек и приносит в год более 100 миллиардов фунтов стерлингов. В Канаде креативные индустрии также вносят значительный вклад в экономику. В 2019 году креативные индустрии представляли 3,8 % ВВП и давали работу более 700 000 канадцам.

Во-вторых, креативные индустрии способствуют развитию инноваций. Они динамичны и открыты для новых идей. Концепции, которые используются в креативных индустриях, могут быть применены в широком спектре других отраслей, таких как изготовление товаров, фармацевтика, электроника и т. д.

В-третьих, креативные индустрии могут стать толчком для развития стран и улучшения их международной конкурентоспособности. Например, Ирландия, благодаря этому, стала одним из лидеров в области мультимедиа и создала сильный кластер культурно-креативных индустрий, что привело к экономическому росту и увеличению рабочих мест.

В 2015 году компанией Ernst&Young (EY) по заказу Международной конфедерации обществ авторов и композиторов было проведено картирование креативной экономики в мире. В частности, EY был установлен рейтинг креативных индустрий по доходности и занятости и рассчитаны показатели креативной экономики по пяти регионам мира [1].

Проиллюстрируем это на рис. 1

В целом за 2013 год, данные креативные индустрии сгенерировали доход в 2253 миллиарда долларов (3 % от мирового ВВП) и включили в себя 29,5 миллиона рабочих мест. Радио занимает последнее место как по доходности, так и по числу рабочих мест среди всех креативных индустрий. Телевидение и изобразительные искусства составляют наибольшую долю в доходах креативной экономики — 21 % и 17 % соответственно, когда как игры и кинематограф составляют лишь 4,4 % и 3,4 %. По количеству числа занятых изобразительное искусство выходит на первое место с 6,7 миллиона рабочих мест. Таким образом, по данным за 2013 год, наиболее доходными креативными индустриями в мире являются телевидение, изобразительные искусства, газеты и журналы, а наименее доходными — кинематограф, музыка и радио. Наибольший вклад в трудоустройство населения планеты среди всех креативных индустрий по данным СИЗАК вносят Изобразительные искусства, Музыка и Книги, а наименьший — Архитектура, Игры и Радио [2].

В России креативные индустрии находятся в стадии активного развития. За последние годы, они стали важным элементом экономики, их доля оценивается в 1,72 % ВВП России. Одной из наиболее эффективных отраслей креативных индустрий в России является кинематограф. Согласно отчету Минкультуры России, в 2018 году было выпущено более 300 российских фильмов и сериалов, ко-

Креативная индустрия	Доходность, млрд. долларов	Рейтинг по доходности	Число занятых	Рейтинг по числу занятости
Телевидение	477	1	3 527 000	5
Изобразительные искусства	391	2	6 732 000	1
Газеты и журналы	354	3	2 865 000	6
Реклама	285	4	1 953 000	8
Архитектура	222	5	1 668 000	9
Книги	143	6	3 670 000	3
Исполнительные виды искусства	127	7	3 538 000	4
Игры	99	8	605 000	10
Кинематограф	77	9	2 484 000	7
Музыка	65	10	3 979 000	2
Радио	46	11	502 000	11
Итого	2253	-	29 507 000	-

Рис. 1. Рейтинг креативных индустрий по доходности и занятости, 2013

которые привели к значительному росту зрительской аудитории и увеличению доходов от кинопроката на 11 % по сравнению с предыдущим годом. Российский кинематограф также стал успешным на международном уровне. Фильмы, созданные российскими режиссерами, стали номинантами и получили призы на таких знаменитых международных кинофестивалях, как Каннский, Венецианский, Торонтский и др.

Примерами успешного развития креативных индустрий можно назвать компанию MAIL.RU Group, которая заняла второе место в рейтинге по количеству зарегистрированных пользователей своей игры «Варкрафт. Начало».

Что же мешает еще большему развитию? Проблема заключается в отсутствии государственной поддержки и нехватке талантливых людей. Без поддержки от государства творческие проекты и стартапы не могут развиваться, что приводит к ограничению ресурсов и возможностей. Не хватает финансирования, профессионального менторства и рынка для запуска продукта или услуги на рынок. Для устранения этой проблемы нужно создать систему поддержки, которая будет основана на статистиче-

ских данных и тенденциях в сфере креативных индустрий. Подобная система позволит определять талантливых и перспективных индивидов и проекты, а также помогать им в выходе на мировой рынок и конкуренцию. Развивать креативные индустрии — значит развивать экономику и культуру. Благодаря этому можно создать национальный бренд, способный привлекать внимание со всех уголков мира, а также улучшить качество жизни населения. Для этого необходимо вложить деньги и усилия в развитие креативности и талантов, а также содействовать созданию благоприятной экосистемы для инноваций в России.

Таким образом, креативная экономика способствует социальной вовлеченности, культурному разнообразию и развитию человека, а также имеет большое влияние на многие экономические показатели страны и мира. По этим причинам креативные отрасли столь важны. Важно создать оптимальные условия для развития этой отрасли и поддержать начинающих творцов и производителей, чтобы дальше повышать вклад креативных индустрий в экономический рост.

Литература:

1. Cultural times: the first global map of cultural and creative industries, EY, 2015
2. Макарова, А. Д. Анализ уровня развития креативной экономики в мире / А. Д. Макарова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 28 (132). — с. 478–481. — URL:

## Использование цифровых технологий молодыми предпринимателями для улучшения бизнес-стратегий

Гублия Элиза Беслановна, студент магистратуры  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

*В статье рассматриваются особенности развития молодежного предпринимательства в России в условиях цифровой трансформации экономики. В частности, показаны цели по развитию цифровых технологий и исследованы возможности для создания рабочих мест для молодежи. В статье также обсуждаются преимущества, вызовы и риски, связанные с использованием цифровых технологий, а также стратегии, которые могут помочь молодым предпринимателям эффективно использовать эти инструменты. В заключении отмечается, что предпринимательские тенденции активно способствуют научно-исследовательской деятельности, научно-техническим инновациям и расширяют применение технологий в производстве и жизни молодого поколения.*

**Ключевые слова:** цифровая экономика, Россия, молодежь, предпринимательство, трансформация, технологии, безработица, инновации, внутренняя политика, шестой технологический уклад, технология 4.0, бизнес-стратегии.

Понятие «цифровая трансформация» используется в России с 2016 года, когда федеральное правительство издало указ президента о реализации программы «Цифровая экономика» [1]. На Петербургском международном экономическом форуме в 2017 году президент России Владимир Путин подчеркнул необходимость углубленного рассмотрения вопросов цифровой трансформации для достижения цифровой экономики, а российские деловые журналы назвали развитие науки и технологий, направленное на создание цепочек создания стоимости для коммерциализации технологий в рамках «шестого технологического уклада», «экономикой цифровой трансформации» [2, с. 58–59]. Технологии, связанные с шестым технологическим укладом, включают, например, био- и нанотехнологии, а также искусственный интеллект (ИИ), Интернет вещей и робототехнику.

В России, в частности, цифровая трансформация означает модернизацию и внедрение передовых технологий, чтобы уйти от ресурсо- и сырьезависимой экономики. Россия вышла за рамки расплывчатого понятия «цифровые технологии» и начала ориентироваться на примеры других стран, которые внедрились на практике. В исследовании Российской высшей школы экономики подчеркивается, что в первую очередь необходимо «цифровое преобразование» бизнес-мировоззрения и социального восприятия, а также активное внедрение зарубежных передовых технологий путем разделения технологической зрелости на сектора [3]. Кроме того, важно также сместить акцент с поставщика на потребителя. В период с 2010 по 2017 год цифровой ландшафт России рос на 17 процентов в год, а в 2018 году рост удвоился [4].

Цели российского правительства по развитию цифровых технологий (по состоянию на 2023 год) включают трехкратное увеличение капитальных вложений и финансовой поддержки в цифровую экономику и создание сверхскоростной информационной и технологи-

ческой инфраструктуры, а также разработку органами государственной власти местного программного обеспечения в области сбалансированного развития регионов [5]. Программа построения цифровой экономики потребует государственного бюджета в размере около 2,6 млрд долларов США к 2024 году. На сегодняшний день в число компаний и организаций, участвующих в программе «Реализация цифровой экономики в России», входят Яндекс, Mail.ru, Rambler & Co, Ростех, Росатом, Сбербанк, Ростелеком и Фонд «Сколково». Они создали государственно-частные платформы цифрового диалога и работают над конкретными задачами, такими как создание бизнес-моделей для взаимодействия промышленности и академии и научных исследований, а также поддержка стартапов и малых и средних предприятий. Например, Росатом будет использовать большие данные, виртуальную реальность (VR), дополненную реальность (AR) и квантовые технологии в своей новой производственной линии, а Ростех развивает биотехнологии, ИИ, робототехнику и технологии 5G для повышения квалификации частного сектора, начиная с оборонной промышленности [6, с. 63].

Экономическое воздействие цифровой трансформации России пока сложно подсчитать, но в последние годы экономическая ценность ИКТ оценивалась в 2,6 процента ВВП. В Южной Корее экономический уровень ИКТ в два-три раза выше, чем в России. В результате, международный индекс цифровой экономики и общества (I-DESI) России составляет 45,8, опережая Мексику и Турцию, но уступая Китаю, Чили и Бразилии. Для сравнения, средний индекс для стран ЕС составляет 61,5 [7, с. 102].

Преимущества цифровой трансформации для человечества не вызывают сомнений. Содержание цифровой трансформации чрезвычайно богато, включая цифровое правительство, цифровую экономику, цифровое общество и цифровую трансформацию в ключевых отраслях (сельское хозяйство, туризм, электроэнергетика, транспорт, медицинское обслуживание и образование) [8, с. 109].

Предпринимательские тенденции активно способствуют научно-исследовательской деятельности, научно-техническим инновациям и расширяют применение научно-технических технологий в производстве и жизни молодого поколения. Кроме того, это также хорошая возможность для молодого поколения России быстро освоить технологию 4.0, чтобы внести свой вклад в индустриализацию и модернизацию страны и ее интеграцию в глобальную экономическую интеграцию.

Занятость связана, с одной стороны, со светом в каждом доме, а с другой — с экономическим развитием. В отчете о работе правительства за этот год подчеркивается, что содействие занятости молодежи, особенно выпускников высших учебных заведений, должно занимать более заметное место. В последние годы распространение различных цифровых предприятий вывело занятость далеко за пределы традиционных промышленных и торговых предприятий [9, с. 18]. Электронная коммерция, логистика и дистрибуция, онлайн-образование, информационные услуги и дизайн цифровой сцены вобрали в себя большое количество молодых людей, и цифровая экономика становится важной позицией для решения проблемы занятости молодежи в новую эпоху [10, с. 112].

Согласно анализу данных Национального Исследовательского Института Развития Коммуникаций (НИИРК), по мере роста цифровой экономики в России создается почти 30 % новых рабочих мест и 60 % рабочих мест, привнесенных цифровой экономикой, в третичной промышленности. К 2025 году число людей, занятых в цифровой экономике, достигнет 379 миллионов, а нехватка цифровых талантов в России уже приближается к 11 миллионам.

Цифровая экономика тесно связана с молодежью, она совместима с ее интересами, ценностями и личными увлечениями, соответствует природе молодых людей — инновации и свобода, гибкая занятость, подчеркивающая концепцию индивидуальности и автономии в работе, а быстрые изменения в цифровой индустрии соответствуют духу молодых людей, склонных к исследованиям и риску. Можно сказать, что цифровая экономика все больше становится важным выбором для трудоустройства молодежи и «инкубатором» для молодых талантов, чтобы начать свой собственный бизнес, и что цифровая экономика играет важную роль в качестве стабилизатора занятости молодежи [11, с. 46].

К числу цифровых инструментов, которые могут помочь молодым предпринимателям в их деловой деятельности, можно отнести, например, социальные сети, такие как Facebook, Instagram, LinkedIn и другие, которые позволяют продвигать продукты и услуги, осуществлять маркетинговые кампании, узнавать мнение клиентов и взаимодействовать с ними. Также в этот список можно включить краудфандинг — интернет-платформы, такие как Kickstarter, Indiegogo, Boomstarter и другие, которые позволяют привлекать финансирование для своих про-

ектов. А для продажи товаров и услуг в Интернете можно использовать электронную коммерцию.

Согласно докладу Международной организации труда (МОТ) «Мировые тенденции в области занятости молодежи за 2022 год: инвестирование в преобразование будущего для молодежи», целевые инвестиции в цифровые технологии могут существенно способствовать созданию рабочих мест для молодежи. Достижение всеобщего охвата широкополосной связью может привести к чистому увеличению числа рабочих мест на 24 миллиона во всем мире, из которых 6,4 миллиона будут приходиться на молодежь [12].

Кроме того, МОТ указывает, что инициативы по электронной формализации, которые становятся все более актуальными в мире, должны способствовать модернизации путей к формализации, включая такие аспекты, как производительность, стимулы, стандарты и надзор [13].

В последние годы цифровая экономика России быстро развивается: в 2021 году доходы от Интернета и сопутствующих услуг выросли на 93 %, от программного обеспечения и услуг в области информационных технологий — на 75,2 %, от телекоммуникационного бизнеса — на 34,5 %, а от розничных онлайн-продаж физических товаров — на 16,6 % [14].

Бурное развитие цифровых предприятий привело к появлению целого ряда возможностей для трудоустройства. Аналитический отчет за последние три года, проанализированный в работе Головенчика Г. Г. показывает, что третичная промышленность является основной опорой спроса на таланты, среди которых индустрия передачи информации/компьютерных услуг и программного обеспечения занимает второе место по спросу на таланты после обрабатывающей промышленности, а молодежь среднего возраста 24–40 лет является основной силой занятости в цифровой экономике, составляя более 70 % [15, с. 32].

Более того, технологические инновации, происходящие в мире бизнеса, также стимулируют научно-исследовательскую деятельность и научно-технические инновации. Это в свою очередь стимулирует развитие молодежной предпринимательской сферы, что увеличивает ее привлекательность для новых игроков. Таким образом, цифровые технологии становятся неотъемлемой частью предпринимательских и инновационных процессов, что помогает создавать основу для устойчивого экономического роста и улучшения качества жизни молодого поколения.

Таким образом, цифровая экономика способствует стабилизации занятости молодежи, а надежная и полная система защиты является важным условием для облегчения трудностей практиков в целях повышения стабильности занятости. Государство должно активно готовить и предоставлять таланты, необходимые для развития цифровой индустрии, пропагандировать и продвигать внедрение цифровых талантов с практическим опытом в универ-

ситеты для участия в преподавательской и учебной деятельности, чтобы улучшить практические навыки и способности студентов, а также усилить обучение рабочим навыкам и снизить порог для приобретения цифровых знаний и навыков, создать надежную систему регулирования новых рабочих мест в цифровой сфере, ориенти-

рованную на перспективу, например, защиту интеллектуальных продуктов для лиц, предоставляющих услуги в области цифровых технологий. Повышая цифровую грамотность работников и улучшая защиту их прав и интересов, молодые люди смогут найти возможности и «рассекать волны в голубом океане цифровой экономики».

#### Литература:

1. Указ Президента РФ от 1 декабря 2016 г. N 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» // Российская академия наук URL: <https://new.ras.ru/upload/iblock/deb/y0hs30v4g40corv1x464r96ijjt32ed6.pdf> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Овечкина, А. И., Петрова Н. П. К вопросу о цифровой трансформации российской экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2021. — №. 2 (128). — с. 57–62.
3. Цифровая трансформация: ожидания и реальность // НИУ ВШЭ URL: [https://conference.hse.ru/files/download\\_file\\_ex?id=DA458685-A271-5E1E-4599-E6934A16D664&hash=D90919A0767CED16C123C74E50DBB0B5](https://conference.hse.ru/files/download_file_ex?id=DA458685-A271-5E1E-4599-E6934A16D664&hash=D90919A0767CED16C123C74E50DBB0B5) (дата обращения: 30.03.2023).
4. Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере // Государственная Дума URL: <http://duma.gov.ru/media/files/ONpz3AjFkualqgKS9lsgtqckucXiScBP.pdf> (дата обращения: 30.03.2023).
5. Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год // НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС URL: <https://www.garant.ru/article/1605871/> (дата обращения: 30.03.2023).
6. Lowry, A. Russia's Digital Economy Program: An Effective Strategy for Digital Transformation? // The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies. — 2021. — с. 53–75.
7. Bilan, Y. ICT and economic growth: Links and possibilities of engaging // Intellectual Economics. — 2019. — Т. 13. — №. 1. — с. 93–104.
8. Сафуанов, Р. М., Лехмус М. Ю., Колганов Е. А. Цифровизация системы образования // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: экономика. — 2019. — №. 2 (28). — с. 108–113.
9. Стариченко, Б. Е. Цифровизация образования: реалии и проблемы // Педагогическое образование в России. — 2020. — №. 4. — с. 16–26.
10. Гордеева, Е. В., Мурадян Ш. Г., Жажоян А. С. Цифровизация в образовании // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2021. — №. 4–1. — с. 112–115.
11. Lombana-Bermudez, A. Youth and the digital economy: Exploring youth practices, motivations, skills, pathways, and value creation // Berkman Klein Center Research Publication. — 2020. — P. 45–59.
12. La recuperación del empleo juvenil sigue produciéndose a un ritmo lento, según la OIT // Organización Internacional del Trabajo URL: [https://www.ilo.org/sanjose/sala-de-prensa/WCMS\\_853796/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/sanjose/sala-de-prensa/WCMS_853796/lang-es/index.htm) (дата обращения: 30.03.2023).
13. E-formalización en América Latina: acelerando en una región llena de brechas // Organización Internacional del Trabajo URL: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_854208.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_854208.pdf) (дата обращения: 30.03.2023).
14. Индикаторы цифровой экономики: 2022 // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» URL: <https://issek.hse.ru/news/780811313.html> (дата обращения: 30.03.2023).

## Финансовая устойчивость предприятий на примере нефтехимической отрасли Самарской области

Гурешидзе Бачуки, аспирант

Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

*Рассматривается сущность потенциала организаций нефтехимической отрасли как базового фактора ее конкурентоспособности. Определяется влияние потенциала предприятия на формирование стратегии. Анализируются основные показатели финансовой устойчивости предприятий. Разрабатываются стратегии развития предприятий нефтехимической отрасли в 2021–2020 году при пандемии коронавируса.*

*Ключевые слова:* финансовая устойчивость, финансовые коэффициенты, предприятие нефтехимической промышленности города Тольятти Самарской области и России, потенциал организаций, нефтехимическая отрасль, конкурентоспособность.

## Financial stability of enterprises on the example of the petrochemical industry of the Samara region

Gureshidze Bachuki, graduate student

Volga State University of Service (Tolyatti, Samara region)

*The essence of the potential of petrochemical industry organizations is considered as a basic factor in its competitiveness. The influence of the enterprise's potential on the formation of the strategy is determined. The main indicators of financial stability of enterprises are analyzed. Strategies for the development of petrochemical enterprises in 2021–2020 are being developed in the context of the coronavirus pandemic.*

*Keywords:* financial stability, financial ratios, petrochemical industry enterprise of Tolyatti city of Samara region and Russia, potential of organizations, petrochemical industry, competitiveness.

Понятие финансовой устойчивости достаточно содержательно, поскольку включает в себя оценку различных аспектов деятельности компании и служит комплексным показателем ее успешного функционирования.

Финансовая устойчивость — это финансовая стабильность предприятия, которая обеспечивается достаточной частью собственного капитала в составе своих источников финансирования. Достаточная часть собственного капитала характеризуется тем, что заемные источники финансирования будут использованы организацией лишь в том пределе, в котором она способна произвести их полный и своевременный возврат.

Базой для расчета абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости является финансовая отчетность предприятия с помощью которой рассчитывается большое количество относительных аналитических показателей.

Наиболее обобщающими абсолютными показателями финансовой устойчивости являются соответствие или несоответствие источников средств для формирования запасов и затрат, то есть разница между суммой источников средств и суммой запасов и расходов.

Важным показателем при определении устойчивости предприятия является сумма собственных оборотных средств на конец расчетного периода.

Собственные оборотные активы (СОС) — это реальная стоимость собственного капитала.

$$\text{СОС} = \text{СК} - \text{ВОА}; [4; \text{с. } 7]$$

где СК — собственный капитал; ВОА — внеоборотные активы.

Наличие собственных и долгосрочных источников финансирования запасов (СДИ) определяется по формуле:

$$\text{СДИ} = \text{СК} - \text{ВОА} + \text{ДКЗ} \text{ или } \text{СДИ} = \text{СОС} + \text{ДКЗ}, \text{ где ДКЗ} - \text{долгосрочные кредиты и займы}$$

Общая величина основных источников формирования запасов (ОИЗ) определяется как:

$$\text{ОИЗ} = \text{СДИ} + \text{ККЗ}, [1; \text{с. } 5]$$

где ККЗ — краткосрочные кредиты и займы (итог V раздела баланса).

В результате можно определить три показателя обеспеченности запасов источниками их финансирования.

1. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств:

$$\Delta \text{СОС} = \text{СОС} - \text{З}, [1; \text{с. } 6]$$

где  $\Delta \text{СОС}$  — прирост (излишек) собственных оборотных средств; З — запасы (раздел II баланса).

2. Излишек (+), недостаток (-) собственных и долгосрочных источников финансирования запасов (ДСДИ):

$$\Delta \text{ДСДИ} = \text{ДСДИ} - \text{З}. \quad [1; \text{с. } 7]$$

3. Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников покрытия запасов (ДОИЗ):

$$\Delta \text{ДОИЗ} = \text{ДОИЗ} - \text{З}. \quad [1; \text{с. } 7]$$

Приведенные показатели обеспеченности запасов соответствующими источниками финансирования трансформируют в трехфакторную модель.

Таблица 1. Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	Нормативные значения	Характеристика
U1. Коэффициент капитализации	$\leq 1$	характеризует отношение собственных и заемных средств и определяет эффективность использования заемного капитала предприятия.
U2. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	$\geq 0,5$ Оптимальное 0,1	показывает какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников.
U3. Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,6 ÷ 0,8	показывает, в какой степени используемые предприятием активы сформированы за счет собственного капитала
U4. Коэффициент финансирования	$\geq 0,7$	показывает, в какой степени активы предприятия сформированы за счет собственного капитала, и насколько предприятие независимо от внешних источников финансирования
U5. Коэффициент финансовой устойчивости	$\geq 0,6$	Показывает способность предприятия устойчиво финансировать производственный процесс в долгосрочной перспективе.

Расчет всех этих показателей показывает общую финансовую устойчивость предприятия в современных рыночных условиях.

Коэффициенты финансовой устойчивости предприятия позволяют прогнозировать результаты его деятельности, что в конечном итоге сослужит очень хорошей возможностью определить, насколько эффективно работает данное предприятие и на что необходимо обратить внимание. Если предприятие неправильно оценивает свои финансовые возможности, ему грозит банкротство. Неправильный анализ экономического состояния предприятия приводит к увеличению убытков и увеличению кредитных обязательств.

Представители нефтегазового рынка все чаще стали заявлять сегодня о том, что в России нужно развивать нефтехимию, и многие пророчат ей большое будущее.

Нефтегазохимический рынок Российской Федерации составляет около 2 % мирового рынка и имеет значительный сырьевой потенциал: более 35 млн тонн нефти, сжиженных углеводородных газов и этана. В период до 2025 года запланирован значительный рост производства (рис. 1) [2]

В Российской Федерации существуют хорошие перспективы для развития рынка продукции нефтегазохимического комплекса как в результате увеличения внутреннего потребления путем достижения среднемирового

Эта модель выражает тип финансовой устойчивости предприятия (абсолютная, нормальная, неустойчивая, кризисная финансовая устойчивость).

Коэффициенты финансовой устойчивости, приведенные в таблице 1, определяют независимость по каждому элементу активов предприятия и по имуществу в целом, измеряют, достаточно ли устойчиво предприятие в финансовом отношении.

уровня подушевого потребления и импортозамещения, так и в результате расширения экспорта в ключевые для Российской Федерации регионы — Европу и страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

По данным МЭА траектория развития химического сектора предполагает более высокие темпы роста спроса на нефть, чем в любом другом секторе. Из почти 10 млн баррелей в сутки роста общего спроса на нефть, прогнозируемого на 2030 год, более трети приходится на химический сектор. Этот сектор также играет значительную роль в общем росте спроса на газ, где он составляет 7 % от примерно 850 млрд. куб. м мирового прироста к 2030 году.

Некоторые российские структуры пытаются в настоящее время диверсифицировать бизнес, приступая к активному развитию нефтехимии. Компания «Роснефть» долю этого сегмента намерены довести до 20 процентов от общей своей переработки. «Газпром нефть» тоже заявила в свою очередь, что займется развитием данного направления. Эта компания указала даже на заинтересованность приобретением ряда нефтехимических активов за рубежом [1. с. 49].

Рассмотрим среднеотраслевые финансовые показатели предприятий России в сфере химии и нефтехимии (Таблица 2) [2]

Сделаем анализ показателей финансовой устойчивости из таблицы 2.

к плану мероприятий (“дорожной карте”) по развитию нефтегазохимического комплекса в Российской Федерации на период до 2025 года

**ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**  
реализации плана мероприятий (“дорожной карты”) по развитию нефтегазохимического комплекса в Российской Федерации на период до 2025 года

Наименование целевого показателя	Значение (2017 год)	Целевое значение							
		2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
Объем выработки крупнотоннажных полимеров, млн. тонн	5,2	5,2	5,3	6,3	7,4	7,7	8,6	10,2	11,1
Объем нетто-экспорта крупнотоннажных полимеров, млн. тонн	-0,2	-0,2	-0,3	0,6	1,5	1,7	2,3	3,7	4,4
Доля сжиженных углеводородных газов, перерабатываемых на нефтегазохимических мощностях, процентов	4,3	4,6	4,6	5,9	7,6	7,4	7,7	7,9	8,2
Доля нефти, перерабатываемой на нефтегазохимических мощностях, процентов	5,1	5,6	5,6	5,9	5,6	5,4	6	7,1	7,2

Рис. 1. Целевые показатели реализации плана мероприятий по развитию нефтехимического комплекса в РФ

Таблица 2. Показатели финансовой устойчивости производства химических веществ и химических продуктов в России за 2016–2020 гг.

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
U1. Коэффициент капитализации	1,26	1,24	1,23	1,14	0,97
U2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,10	0,11	0,15	0,15	0,15
U3. Коэффициент автономии	0,22	0,23	0,26	0,27	0,28
U4. Коэффициент финансирования	0,25	0,28	0,35	0,37	0,39
U5. Коэффициент финансовой устойчивости	0,96	0,97	0,96	0,96	0,96

— коэффициент капитализации имеет тенденцию к уменьшению на протяжении исследуемого периода и сократился с 1,26 п.п. до 0,97 п.п. Снижение коэффициента расценивается благоприятно и говорит о том, что предприятия нефтехимии финансируют собственную деятельность главным образом за счет собственных средств;

— коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами в период 2016–2018 гг. имел тенденцию к увеличению и вплоть до 2019 года оставался на стабильном уровне, составляя 0,15 п.п. Такой результат можно оценить положительно, т. к. собственный капитал компаний нефтехимической сферы к 2018 году увеличился, соответственно была снижена кредиторская задолженность, а стабильный уровень показателя в период 2019–2020 гг. говорит об увеличении числа платежеспособных контрагентов;

— среднеотраслевой показатель коэффициента автономии в сфере нефтехимии с годами имел тенденцию к увеличению от 0,22 п.п. в 2016 году до 0,28 п.п. в 2019 году. Рост данного показателя является положительным

фактором и говорит о том, что финансовая устойчивость организаций рассматриваемой сферы улучшается;

— коэффициент финансирования увеличился на протяжении всего анализируемого периода и на отчетный 2020 год составил 0,39, это говорит о том, что предприятия нефтегазовой отрасли совершенно не вовлекают краткосрочные ресурсы финансирования, но это часто экономически неправильно.

— коэффициент финансовой устойчивости имел довольно стабильные показатели и к 2020 году составил 0,96 — рассматривая коэффициент финансовой устойчивости, можно сделать вывод, так как ближе его значение к 1, тем крепче состояние компаний нефтегазовой отрасли России.

Повышение данного показателя является положительным фактором и говорит о том, что все большая доля запасов формируется за счет собственных средств, а это в свою очередь, увеличивает финансовую устойчивость предприятий нефтехимии. Рассмотрев общеотраслевые показатели сферы химии и нефтехимии, проанализируем отраслевое положение отдельно взятого предприятия ПАО «Куйбышевазот».

ПАО «Куйбышевазот» производит и поставляет на рынок широкую гамму нефтехимической продукции для российских и зарубежных потребителей Европы, Америки, Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока. В та-

блице 3 проведем сравнения финансовых показателей ПАО «Куйбышевазот» с отраслевыми и общероссийскими результатами:

Таблица 3. Сравнения финансовых показателей ПАО «Куйбышевазот» с отраслевыми и общероссийскими результатами за 2020 год <sup>4</sup>

Показатель	Результат сравнения показателей ПАО «Куйбышевазот»		Изменения, +/-
	2019	2020	
Коэффициент капитализации	0,12	0,11	-0,1
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,14	0,16	+0,2
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,30	0,32	+0,02
Коэффициент финансирования	0,15	0,10	-0,05
2.3. Коэффициент финансовой устойчивости	0,95	0,98	+0,03

Данная таблица 3 показывает, что все финансовые показатели ПАО «Куйбышевазот» в 2019 году в сравнении с отраслевыми и общероссийскими показателями только улучшились, за исключением коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами, который ухудшился на 1 балл. Однако это не сильно повлияло на итоговую оценку, которая показала, что финансовое состояние организации значительно лучше среднего по отрасли (+1,2 балла) и значительно лучше среднего по РФ (+1,6 балла). Коэффициент финансовой устойчивости ПАО «КуйбышевАзот» к 2020 году увеличился на 0,03 и составил показатель равный 0,98 — это говорит о том, что с его помощью ПАО «КуйбышевАзот» является независимым от кредиторов и имеет высокий уровень платежеспособности.

Большая часть мер Банка России в связи с пандемией принималась на период с 1 марта до 30 сентября 2020 года. Банк России принял решения о продлении части послаблений, реализации новых мер для поддержки экономики и о прекращении действия ряда временных мер,

введенных в связи с распространением коронавирусной инфекции.

До 30 сентября 2020 года ПАО «КуйбышевАзот» воспользовалось различными механизмами поддержки кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства: получены кредиты по ставке 8,5 % годовых на срок до 3 лет на любые цели по программе Банка России по стимулированию кредитования малого и среднего бизнеса.

Таким образом, проведя анализ финансовых показателей и финансовой устойчивости предприятий сферы нефтегазовой промышленности можно сделать вывод, что в динамике лет они только улучшаются. Данный факт обоснован тем, что исследуемая отрасль на сегодняшний день является актуальной для инвестирования и развития сферы химии и нефтехимии. В частности, тоже самое, касается и отдельно взятого предприятия ПАО «Куйбышевазот», финансовые показатели которого находятся на стабильно высоком уровне и на отчетный 2020 год заметно улучшились.

#### Литература:

1. Ханило, Д. А. Анализ текущего состояния и проблем функционирования предприятий нефтеперерабатывающего и нефтехимического комплексов на современном этапе / Д. А. Ханило. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 35 (273). — с. 49–53.
2. Международное энергетическое агентство // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.iea.org/>
3. Справочник отраслевых финансовых показателей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.testfirm.ru/otrasli/>
4. Сравнительный анализ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.testfirm.ru/result/1651000010\\_raonizhnekamskneftekhim](https://www.testfirm.ru/result/1651000010_raonizhnekamskneftekhim).
5. Тронина, И. А. Особенности развития нефтегазового сектора в экономике России // Евразийский союз ученых.
6. Салихова, Е. Б. Дефиниции высоких технологий, или субъективный объективизм. // Инновации. — 2019 № 8. с. 90–94.
7. Пряников, Б. П. Сфера высоких технологий: переосмысление содержания, понятий и методологии исследования. // Вестник Челябинского государственного университета — 2020. с. 31–35.
8. Гермогентова, М. Н. Финансовый менеджмент / М. Н. Гермогентова. — М.: Кнорус, 2012. — 488 с.

9. Гиляровская, Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. — М.: ТК Велби, Проспект, 2006
10. Грант, Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант, И. Малкова. — СПб: Питер, 2012—482 с.
11. Грибов, В. Д. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски / В. Д. Грибов. — М.: КНОРУС, 2015—304 с.
12. Друри, К. Производственный и управленческий учет / К. Друри. — М.: ЮНИТИ, 2015
13. ГОСТ Р ИСО 31000–2010 Менеджмент риска. Принципы и руководство — М.: Стандартиформ, 2012. — 6 с.
14. Артеменко, В. Г., Беллендир М. В. Финансовый анализ / В. Г. Артеменко, М. В. Беллендир. — М.: РИТГО, 2011.
15. Chishti Susanne, Barberis Janos. The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. — Wiley, 2016. — 312 с.
16. Farnham, P. G. Economics for managers (Global edition). — Essex: Pearson Education, 2014. — 553 с.
17. Porter, M. E. Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M. E. Porter. — New York: The Free Press, 1980. — 396 p.
18. Solow, R. M. The Economic of Resources and the Resources of Economics. London: Pinter. — 1974. — 269 p
19. Freeman, C. The economics of industrial innovation / C. Freeman. — London: Pinter, 1974. — 268 p.
20. Chandler, A. D. Jr. Strategy and Structure / A. D. Chandler. — Cambridge, Mass.: MIT Press, 1962. — 463 p.

## Теоретические основы организации строительного производства

Диалло Мамаду Альфа, студент

Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

*Организация строительного производства включает в себя множество этапов, начиная с планирования и заканчивая контролем за исполнением работ. Для того, чтобы оптимизировать процесс строительства и достичь намеченных целей, необходимо иметь устойчивые теоретические основы организации строительного производства.*

*Теоретические основы включают в себя знания о методах, технологиях и организационных структурах, которые используются в строительном производстве. Ключевые моменты, о которых следует помнить в данной теме, — это планирование и контроль, организация строительного процесса, оптимизация использования ресурсов, анализ современных проблема и создание эффективных команд для работы на строительных площадках.*

*Кроме того, важными аспектами являются правовые, например, законодательные требования, стандарты безопасности и отчетности. Наконец, наиболее важной теоретической основой является понимание процесса осуществления проектов, включая сбор требований, планирование, контроль и управление рисками. Хорошее знание этих теоретических основ позволит эффективно организовать строительный процесс и достичь максимальных результатов.*

*Ключевые слова: теоретические основы, организация строительства, планирование, правовые, современные проблема.*

**Ц**ель организации строительства — достижение наилучших результатов при возведении и сдаче заказчиком строительной продукции и рациональном использовании производственных ресурсов, получение максимальных финансовых результатов при минимальных издержках производства, при исполнении требований безопасного ведения работ и охраны безопасности здоровья работающих.

Организация строительного производства состоит из: осуществления подготовки к строительству, установления общей очередности выполнения работ, выполнения соответствующих видов СМР, организации строительной площадки, обеспечения строящихся объектов всеми необходимыми ресурсами, создания условий для качественно и безопасного выполнения всех видов строительных работ.

Основной целью организации строительного производства является достижение наилучших результатов

в создании строительной продукции при минимальных издержках производства с учетом требований безопасного ведения работ и охраны здоровья окружающих. При этом в качестве общепринятых показателей эффективности организации строительства обычно принимаются: уменьшение стоимостных затрат на строительство, уровня затрат ручного труда и времени работы машин и механизмов, а также сокращение срока строительства. [8]

К задачам организации строительства относят:

- соблюдение договорных сроков строительства, оговоренных в подрядных контрактах;
- исключение простоев техники и рабочей силы, обеспечивая тем самым непрерывность производственных процессов на объектах строительства;
- своевременное материально-техническое обеспечение объектов и строительных бригад и звеньев;

— минимизация транспортных расходов при доставке строительных материалов и конструкций на склады и в зону монтажа;

— минимизация затрат на создание временной инфраструктуры строительной площадки (временные дороги, временные ограждения, временное энерго- и водоснабжение) путем рациональной организации строительной площадки;

— создание оптимального запаса строительных материалов и конструкций;

— обеспечение качественных санитарно-бытовых условий для работающих и безопасных условий труда на строительной площадке с соблюдением требований охраны труда и экологии производства.

Под эффективностью организации строительства понимают следующее:

— сокращение сроков строительства объектов по отношению к договорному без снижения качества конечной продукции;

— минимизация уровня затрат труда и времени работы машин и строительных механизмов за счет исключения простоев техники и бригад;

— сокращение затрат на строительство временных зданий, сооружений и дорог.

В большинстве случаев итоговым показателем эффективности строительства принимают долю затрат на организацию строительства в общей стоимости издержек производства при возведении или реконструкции, капитальном ремонте объектов строительства, либо накладных расходов по ним. [7]

Цель организации строительного производства заключается в проектировании, строительстве и обслуживании различных строительных объектов с целью обеспечения потребностей общества в комфортном проживании, работе, образовании, отдыхе и транспорте.

Основные принципы организации строительного производства включают в себя:

1. Предварительное планирование и согласование проекта с клиентом и регулирующими органами, чтобы обеспечить соответствие проекта стандартам, правилам и законодательству.

2. Эффективное использование ресурсов, таких как материалы, технологии, инженерное оборудование, рабочая сила, время и деньги.

3. Контроль качества и охрана труда, чтобы обеспечить безопасность работников и качество конечного продукта.

4. Минимизация отходов и экологический подход, ориентированный на уменьшение негативного воздействия на окружающую среду.

5. Качественное обслуживание заказчика, чтобы обеспечить его удовлетворенность продуктом и создать условия для повторных заказов и рекомендаций.

Организация строительного производства в России регулируется рядом федеральных законов и нормативно-правовых актов:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 190-ФЗ «О строительстве объектов капитального строительства». Он определяет порядок проведения строительных работ, лицензирование и контроль за ними, права и обязанности заказчика и подрядчика и т. д. [1]

2. Правила оказания услуг по подготовке проектной документации объектов капитального строительства, утвержденные постановлением Правительства РФ от 16.02.2008 № 87. В них регламентируются требования к проектной документации, права и обязанности разработчиков проекта и заказчиков. [3]

3. Постановление Правительства РФ от 30.06.2009 № 490 «Об утверждении Правил организации и проведения экспертизы проектной документации, а также результатов инженерных изысканий». Оно регулирует порядок проведения экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий.

4. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ «О защите прав потребителей». Он включает положения о защите прав потребителей при выполнении строительных работ. [2]

5. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «Об оценке квалификации работников и о возможности установления требований к квалификации работников». Он определяет порядок получения лицензий на строительные работы и требования к квалификации работников. [4]

Кроме того, на уровне субъектов Российской Федерации могут действовать региональные законы и нормативно-правовые акты, которые дополняют федеральное законодательство.

Современные проблемы организации строительного производства могут включать, но не ограничиваться следующими аспектами:

1. Недостаток квалифицированных специалистов: современный строительный рынок нуждается в высококвалифицированных специалистах, однако в последнее время наблюдается дефицит в этой области.

2. Увеличение стоимости материалов: в условиях экономической нестабильности или повышения роста цен на ресурсы, стоимость строительных материалов может значительно возрастать.

3. Нарастание конкуренции: конкуренция на строительном рынке может быть очень высокой, что ставит строительные компании перед вызовом организовать производство более эффективным и производительным.

4. Технологические изменения: технологии, используемые в строительстве, постоянно меняются, и компании, которые не могут приспособиться к новым тенденциям и требованиям, могут оказаться на грани банкротства.

5. Неравномерность загрузки производства: в строительстве часто бывает сезонное увеличение спроса на услуги, что может привести к неравномерной загрузке производственных мощностей и неэффективному использованию ресурсов.

6. Проблема безопасности на стройплощадке: строительные компании часто сталкиваются с проблемами,

связанными с безопасностью рабочих на стройплощадке, и необходимостью соблюдения стандартов и правил по охране труда.

7. Риск финансовых проблем. Строительство — дорогостоящий бизнес, который может столкнуться с финансовыми проблемами, если не управлять расходами и контролировать денежные потоки.

8. Низкая производительность на строительных площадках. Некоторые компании сталкиваются с низкой производительностью на строительных площадках из-за несоблюдения правил безопасности, инфраструктуры и технологий.

9. Вредное воздействие на окружающую среду. Строительство может оказывать негативное воздействие на окружающую среду, из-за чего становится все более важным использование экологически чистых строительных материалов и технологий.

10. Проблемы с закупкой материалов. Строительные компании могут столкнуться со сложностями в закупке необходимых строительных материалов в связи с проблемами логистики и поставок на местах строительства.

11. Неравномерность регулирования строительства в разных регионах. Различные регионы могут иметь

разные правила и нормы, что может усложнить и замедлить строительные проекты и повлечь за собой дополнительные расходы и проблемы [5]

В заключение по теме «Теоретические основы организации строительного производства» можно отметить следующие основные выводы и результаты:

1. Организация строительного производства должна быть построена на основе следующих принципов: системности, целесообразности, объективности и эффективности.

2. Ключевыми элементами организации строительного производства являются: планирование, организация, управление, контроль, координация и мотивация.

3. В процессе организации строительного производства важно учитывать такие факторы, как материально-техническая база, кадровый потенциал, финансовые ресурсы, информационная база и стратегия развития.

4. В заключении можно подчеркнуть, что понимание и применение теоретических основ организации строительного производства являются важным условием для успешной реализации строительных проектов и повышения эффективности деятельности строительных компаний в целом.

#### Литература:

1. Федеральный закон «О теплоснабжении» от 27.07.2010 N 190-ФЗ (последняя редакция) (дата обращения: 25.02.2023). [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_102975/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_102975/)
2. Федеральный закон «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21.12.1994 N 68-ФЗ (последняя редакция) (дата обращения: 25.02.2023). [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5295/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5295/)
3. Постановление Правительства РФ от 16.02.2008 N 87 (ред. от 27.05.2022) «О составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию» (дата обращения: 25.02.2023). [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_75048/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_75048/)
4. Постановление Правительства РФ от 05.03.2007 N 145 (ред. от 28.07.2022) «О порядке организации и проведения государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022) (дата обращения: 25.02.2023). [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_66669/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66669/)
5. Фурманов, В. М. Современные проблемы организации строительного производства. Москва: Издательство «Норма», 2016. (дата обращения: 21.04.2023) <https://elibr.spbstu.ru/dl/2/s17-50.pdf/download/s17-50.pdf>
6. Хардти, Р. Основы организации строительного производства. — М.: Стройиздат, 2013. «(дата обращения: 25.02.2023). <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293724/4293724668.pdf>
7. Дикман, Л. Г. Организация строительного производства: учебник для строительных вузов / Дикман Л. Г. Издание седьмое, стереотипное. — Москва: АСВ, 2020. — 588 с. — ISBN 978-5-93093-141-9. — Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. — URL: (дата обращения: 21.04.2023). <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859309314191.html>
8. Мачинский, А. А. Организация и планирование строительного производства. <https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/361/1/%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202-22-12.pdf>
9. Организация производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. С. Леонтьева [и др.]; под редакцией Л. С. Леонтьевой, В. И. Кузнецова. 978-5-534-00820-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. (дата обращения: 21.04.2023) — URL: <https://urait.ru/bcode/513932>

## Методический подход к оценке надежности эксплуатации газотранспортной системы

Колбева Лидия Сергеевна, студент  
Тюменский индустриальный университет

*В статье рассматривается методический подход, к оценке показателей надежности газотранспортной системы.*

*Ключевые слова: надежность, показатели надежности, газотранспортная система, техническая деградация, отказ, система планово-предупредительного ремонта, классическая теория вероятностей, детерминистический подход, стохастический подход.*

Обеспечение надёжности и безопасности газотранспортных систем на современном этапе является значительной задачей. Технологические процессы добычи и транспорта углеводородов являются по своей форме вероятно опасными. Выход из строя газотранспортной системы приводит к экологическим бедствиям, для устранения последствий которых необходимы значительные финансовые расходы, а на восстановление окружающей среды уходит большое количество времени.

Уровень надежности газотранспортных систем оказывает прямое влияние на качество производства. Проблемы повышения надежности нефтегазовой отрасли тесно связаны с задачей снижения финансовых затрат на проведение ремонтно-восстановительных работ.

Система планово-предупредительного ремонта в нашем государстве является классическим подходом к организации надежности и безопасности. Эта система основана на выполнении установленных работ и текущих ремонтов оборудования через определенные временные промежутки. Несмотря на то, что система планово-предупредительного ремонта обеспечивает достаточно высокий уровень надежности и безопасности газотранспортной системы, она является довольно ресурсоемкой. Именно поэтому каждая организация пытается внедрить новые, улучшенные системы управления, которые должны сохранить и повысить уровень надежности, сократив при этом затраты на их реализацию.

На данный момент существует Система управления техническим состоянием и целостностью объектов газотранспортной системы [1]. Эта система внедряется на предприятиях нефтегазовой отрасли, в ее основе лежат иерархические и количественные модели критериев, а также методы расчетно-аналитического прогнозирования показателей надежности. Иерархические модели помогают формировать долгосрочные программы капитального ремонта газотранспортной системы, на основе точечного расчетного анализа значений в данный момент и предполагаемой динамики показателей надежности и технического состояния. В перспективе повсеместное внедрение системы управления техническим состоянием и целостностью объектов газотранспортной системы позволит сохранить достигнутые в ПАО «Газпром» высокие показатели надежности. Но эта система является довольно ре-

сурсоемкой и иногда демонстрирует не совсем конкретные результаты. До сих пор при оценке надежности прибегают к подходу [2], который был разработан в 20 веке и является основным для всех нормативных документов.

Этот подход примечателен тем, что в нем выделяется один основной механизм технической деградации оборудования, который и определяет состояние оборудования. Оценка показателей надежности ведется на основе статистического анализа и сравнения текущих и предельных показателей, которые характеризуют основной процесс деградации. К примеру, в России газопроводы почти всегда эксплуатируются на равнинной местности, поэтому основным показателем надежности является прочность (устойчивость). Этот подход необходимо совершенствовать, потому что в газотранспортной системе одновременно протекает множество процессов, которые приводят к технической непригодности системы.

К надежности системы предъявляются высокие требования, она зависит от того сколько в системе осталось ошибок, которые не были устранены. Чем выше интенсивность эксплуатации системы, тем быстрее выявляются ошибки и растет надежность системы. Надежность по сути своей является функцией, которая зависит от ошибок, которые остались в системе после того, как она была введена в эксплуатацию. Систему в которой нет ошибок считают абсолютно надежной. Для того чтобы оценить надежность необходимо собрать статистические данные, среди которых дефекты, интенсивность отказов и время безотказной работы. Для исследования надежности применяются методы теории вероятностей, математическая статистика, математические методы надежности и безопасности. Данные, которые были получены при разработке системы, процессы тестирования, эксплуатации и испытания системы являются главным источником информации для оценки надежности.

Одним из подходов к исследованию надежности на основе отказов газотранспортной системы является классическая теория вероятностей, согласно которой отказы в системе считаются случайными. Все модели оценки надежности базируются на статистике отказов и интенсивности выявленных отказов. В основе модели оценки надежности лежит метод, при котором находится случайная величина, которая отображает количество и интенсив-

ность отказов системы. Для случайной величины вычисляется математическое ожидание и дисперсия (среднее отклонение). Если случайная величина дискретна, то есть принимает конечное число значений  $x_1, x_2, \dots, x_n$ , то ее распределение описывается вероятностью  $P(\varepsilon = x_i)$ , и в общем случае  $F(x) = P(\varepsilon < x_i)$  является функцией распределения случайной величины. Этот процесс называется пуассоновским, он описывает количество уже наступивших однородных, случайных событий, которые происходили с постоянной интенсивностью.

Основные подходы к оценке показателей надежности газотранспортной системы на основе моделей «физической» теории надежности реализованы в СТО Газпром 2–2.3–253–2009 «Методика оценки технического состояния и целостности газопроводов». Различают два подхода к анализу надежности: детерминистический и стохастический (вероятностный, статистический) [5]. При детерминистическом подходе все факторы, влияющие на поведение системы, считают определенными, детерминированными. Решение такой задачи предсказывает по-

ведение системы однозначным образом. А вот при стохастическом подходе учитываются и случайные факторы это позволяет получить прогноз, который будет содержать и вероятностные оценки. Неоднозначность оценки поведения системы обусловлена тем, что есть факторы, которые намеренно игнорируются при анализе либо о которых не собрана информация в достаточном количестве. В некоторых случаях эти два подхода могут применяться одновременно, это может повысить достоверность результатов оценки надежности. Применение этих подходов помогает сохранять высокий уровень надежности газотранспортных систем. Однако количество аварий на предприятиях отрасли по-прежнему высоко. После изучения причин некоторых аварий становится понятно, что в подходах не учитывается то, что на систему могут комплексно воздействовать несколько факторов. Это не позволяет проводить корректную оценку состояния системы и принимать верные управленческие решения, которые повысят и сохранят надежность системы.

#### Литература:

1. Вести газовой науки: науч.-техн. сб. / ООО «Газпром ВНИИГАЗ». — М.: Газпром ВНИИГАЗ, 2013. — № 1 (17): Управление техническим состоянием и целостностью газопроводов. — 130 с.
2. Синюков А. М. Конструктивная надежность линейной части магистрального газопровода. — М.: МИНГ, 1987.
3. Захаров М. Н. Прочностная надежность оборудования: учеб. пособие. — М.: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011. — 123 с.: ил.

## Методология оценки корпоративной культуры, предоставляющая возможность проведения полноценной диагностики культуры организации

Краснов Николай Владимирович, студент магистратуры  
Московский университет имени С. Ю. Витте

*В статье рассмотрены методы оценки корпоративной культуры. Выявлены преимущества и недостатки исследуемых методов оценки корпоративной культуры.*

**Ключевые слова:** корпоративная культура, метод оценки, оценка культуры организации, оценка уровня развития, подход, глубинное интервью.

Сегодня, чтобы быть эффективными и успешными, организациям и предприятиям приходится применять такие средства управления, которые способствуют повышению их конкурентоспособности на рынке. Одним из таких средств управления является корпоративная культура предприятия. Именно корпоративная культура во многом обуславливает уровень гибкости, успешности предприятия, продолжительность функционирования его на рынке. Проблемы развития организационной культуры предприятий приобретают все большую актуальность в современных условиях хозяйствования. Их решение позволяет увеличить эффективность управления

персоналом на предприятии и лучше нацелить сотрудников на повышение его конкурентоспособности.

Д. Кампбелл и его коллеги предложили список из тридцати девяти индикаторов, определяющих, по их мнению, исчерпывающий набор мыслимых измерителей корпоративной эффективности. Этот список был проанализирован в работе Р. Э. Куина и др., с целью установления возможности обнаружения образцов или групп индикаторов на группы.

Другими авторами также осуществлялись попытки формирования оценки корпоративной культуры предприятия по направлениям. В частности, в работе А. Паблишера [5]

предоставляется пример исследования состояния корпоративной культуры на основные характеристики: личной инициативы, риска, направленности действий, согласованности действий, управленческую поддержку, контроль и др.

Для всех исследуемых методик предложенными авторами характерна узость направления оценки и исследования отдельных проблемных сфер. Все работы лишены комплексности в оценке состояния корпоративной культуры. Только отдельные авторы предприняли попытку комплексной оценки по направлениям или показателями (Д. Кампбелл, Д. Рохранбуш) и определили определенный круг показателей с различных направлений проявления корпоративной культуры [2].

Отдельные методики свидетельствуют, что составляющие, технологии и предложения могут быть учтены при разработке комплексной оценки состояния корпоративной культуры. Однако не следует в полном объеме методики

оценки основывать на чисто авторских и исследовательских способах оценки, поскольку уже есть определенные разработки и реально работающие методы оценки состояния корпоративной культуры. Поэтому целесообразно определить как сами методы оценки, так и их преимущества и недостатки, для разработки сбалансированной, оптимальной оценки состояния корпоративной культуры предприятия.

Анализ научно-методических подходов к оценке уровня развития корпоративной культуры позволил выделить основные преимущества и недостатки их применения. Результаты проведенного анализа приведены в таблице 1.

Представленные данные таблицы 1 позволяют установить, что главным преимуществом эталонного метода и метода экспертных оценок есть простота их применения. При этом существует аргумент, полностью исключающий применение такого подхода — невозможность определения направлений развития корпоративной культуры.

Таблица 1. Преимущества и недостатки подходов к оценке уровня корпоративной культуры предприятий

Методы оценки	Преимущества	Недостатки
Эталонный метод	Позволяет определить степень достижения показателей объекта исследования к эталонному	Сложность в установлении стандартизированного образца
Метод экспертных оценок	Возможность применения в условиях ограниченности информации. Возможность учета специфических особенностей конкретной ситуации. Возможность индивидуального подбора коэффициентов в зависимости от целей анализа. Простота расчета и доступность метода для широкого круга пользователей	Субъективный характер оценки. Ограниченность круга компетентных профессионалов. Работа высококвалифицированных экспертов требует высокой оплаты
Система абсолютных и относительных показателей	Позволяет осуществить оценку на основе реальных данных, соответственно	Применение относительных или абсолютных показателей позволяет определить только те связи, которые определяются между соответствующими показателями
Диаграммы и графическое представление абсолютных значений	Наглядность представления оценки корпоративной культуры	Нуждается в большом количестве статистических данных
Регрессионный анализ	Позволяет анализировать соответствующие временные ряды показателей и определять степень их взаимного воздействия в различных аспектах возможной взаимосвязи	Позволяет оценить только нынешнее состояние объекта исследования исключая при этом прогнозную оценку
Кластерный анализ	Разбиение исходной совокупности объектов на сравнительно небольшое количество областей группировки (кластеров) так, чтобы элементы одного кластера были максимально схожими между собой. Определение естественного расслоения исходных объектов на четко выраженные кластеры, расположенные на некотором расстоянии друг от друга и распадающиеся на так же удаленные друг от друга части	Относительный субъективизм полученных данных

Главным преимуществом использования таких методов как: система абсолютных и относительных показателей, диаграммы и графическое представление абсолютных значений, является наглядность оценки, несмотря на их недостатки.

Что касается кластерного, регрессионного анализа, то, главным преимуществом применения статистического метода есть точность и обоснованность полученных данных. Вместе с тем, возможно выделить и ряд недостатков применения такого метода, в частности, отсутствие единого подхода к определению интегрального показателя оценки уровня корпоративной культуры и высокая трудоемкость.

Многообразие используемых в отечественной и мировой практике методов оценки корпоративной культуры

свидетельствует, во-первых, о наличии потребности в оценке состояния корпоративной культуры. Во-вторых, в отсутствии единой, единодушной или направленной оценки состояния корпоративной культуры. В-третьих, разобщенности методик оценки, иногда невозможности их сочетания. В-четвертых, разные цели оценки корпоративной культуры. И, наконец, такое разнообразие, как оценок, так и методик и подходов к оценке корпоративной культуры обуславливает необходимость единой методики количественной и качественной оценки состояния корпоративной культуры, а также надежных критериев достоверности результатов.

Рассмотрим основные преимущества и недостатки некоторых проанализированных методов и способов оценки состояния корпоративной культуры (см. таблица 2).

Таблица 2. Преимущества и недостатки некоторых методов оценки состояния корпоративной культуры

Положительные черты	Метод оценки	Недостатки
Наличие четких регламентированных групп оценки: стандарты, кодексы, философия, хартии	Нормативный	Отсутствие количественных оценок и их влияния на экономические результаты деятельности, не учтены факторы влияния
Широкий круг критических вопросов, конструктивные замечания, откровенность и точность, достоверность данных оценки	Конструктивно-критический	Отсутствие системной оценки, не систематические данные о необходимости изменений
Согласованная точка зрения по решению проблемы достигается за счет консультации с экспертами, учета многих факторов	«Делфи»	Длительный, субъективный, ограниченный в количественных величинах
Диагностика межличностных и межгрупповых отношений. Определение типологии культуры, социально-психологической совместимости персонала	Социометрический	Отсутствие количественных показателей, отражающих производственные отношения, факторов влияния на персонал, узость направления оценки
Исследование широкого круга показателей, определение для расчета производственных показателей, использование показателей для установления удовлетворенности персонала внутренней деятельностью предприятия, состоянием организационных отношений	Итальянский существ	Отсутствие учета факторов воздействия. Сложность получения данных, привлечение сторонних специалистов, оплата деятельности сторонних интервьюеров. Различные единицы измерения, времени наблюдения
Выделение совокупности факторов, определяющих корпоративную культуру	Оценки детерминантов	Отсутствие группировки равнозначна количество индикаторе с разных направлений, сложность трансформации результатов к единому значению
Использование информации о состоянии составляющих корпоративной культуры	Структурно-логический	Ограниченность показателей, сложность трансформации качественных показателей в количественные

Так, существующие способы оценки состояния корпоративной культуры позволяют:

- разработать направления и систему показателей оценки состояния корпоративной культуры предприятия; определить необходимость установления коэффициентов значимости в зависимости от направления оценки влияния корпоративной культуры;
- обеспечить учет влияния факторов на корпоративную культуру;

— количественно оценить состояние корпоративной культуры;

- сопоставить фактические расходы на формирование корпоративной культуры с показателями производительности труда;
- установить комплексные интегрированные показатели оценки состояния корпоративной культуры и их влияние на работу;

- выявить проблемные сферы и установить или развить соответствующие мотивационные мероприятия;
- выявить соотношение уровня корпоративной культуры со степенью удовлетворения от труда работника.

Однако при наличии многих положительных свойств рассмотренных способов и подходов к оценке корпоративной культуры и методов оценки состояния корпоративной культуры есть существенные недостатки в них. Такими недостатками являются узость предложенных и проанализированных способов и методик оценки, невозможности их сочетания или дополнения и другие, указанные ранее.

Как правило, для оценки культуры организации используют неформализованные (качественные) методы, охватывающие глубинное интервью, монографическое исследование, ознакомление с правилами, традициями, церемониями и ритуалами, сформировавшимися в организации, традиционный анализ документов организации, наблюдение заседаний.

Глубинное интервью применяется для получения информации, которая не изображена в официальных документах, а также ее трудно получить методом анкетирования персонала. В результате проведения глубинного интервью, поступает информация, которая связана с взглядами и мнениями работников об организации, ее ресурсное обеспечение, возможности и угрозы развития, уровень мотивации и индивидуальные способы повышения производительности сотрудника, психологический климат, рекомендации и предложения по улучшению определенных аспектов деятельности организации, а также освещаются проблемные вопросы, что тревожат респондента. Данный процесс является длительным [4]. После проведения интервью происходит систематизация и анализ, полученной информации, в зависимости от уровня профессионализма корреспондента, определяется оценка культуры организации.

Монографическое исследование или наблюдение состоит в изучении процесса изменения корпоративной культуры организации, событий, историй, знакомством с человеком, который воплощает культуру в организации. Специалист исследует историю, фольклор, ценности и неформальные правила, которые не записаны в документах и являются элементами корпоративной культуры организации. Часто корпоративную культуру организации оценивают по имеющейся вербальной и невербальной коммуникацией, стилю речи, отсутствию ненормативной лексики в неформальных отношениях [3].

Правила, нормы, традиции, церемонии и ритуалы организации в определенной степени формируют ее корпоративную культуру. В любой организации существуют формальные и неформальные правила и нормы. Формальные правила следует обязательно выполнять всем работникам организации, неформальные — по желанию, но несоблю-

дение этих норм и правил, может вызвать неприязнь коллектива или применение определенных санкции, это зависит от особенностей организации. Ритуалы, церемонии и традиции, сформированные в организации, могут меняться, ликвидироваться и возникать новые. Изучение и исследование всех вышеперечисленных составляющих корпоративной культуры организации, позволит осуществить высококачественную оценку культуры организации.

Корпоративная культура также отражается в документах, характеризующих этап жизненного цикла организации. Традиционный анализ документов организации предусматривает исследование истории развития организации, стратегической документации, то есть имеющейся политик организации, общей стратегии, кадровой политики и отчетности по результатам работы; изучение документов, характеризующих организационную структуру, документов касательно адаптации работников, программы обучения персонала, внутренних и наружных систем коммуникаций, а также результаты внутриорганизационных исследований.

В определенной степени, для оценки культуры организации возможно применить метод наблюдения заседаний. При этом учитываются:

- содержание разговора;
- ритуалы и символическое управление;
- поведение присутствующих на заседании.

Кроме названных основных методов оценки корпоративной культуры организации, выделяют еще дополнительные. К ним относятся:

- анкетирование клиентов и поставщиков;
- фотоотчет рабочего дня менеджеров;
- присутствие в собрании трудового коллектива;
- групповое интервью;
- проведение эксперимента [1].

Итак, как видим, существует много точек зрения относительно определения подходов к оценке корпоративной культуры.

Вышеприведенные методы оценки корпоративной культуры обеспечивают достаточно полную базу сведений об имеющихся в организации культурных особенностях для возможности проведения полноценной диагностики культуры исследуемой организации. Руководитель на свое усмотрение выбирает методы оценки корпоративной культуры, учитывая особенности организации.

Таким образом, корпоративная культура является мощным организационным ресурсом, умелое применение которого может стать залогом успешного развития организации. Необходимо для этого знания и умения использовать весь широкий спектр рычагов формирования, поддержки и развития корпоративной культуры, владение методикой оценки уровня развития корпоративной культуры.

#### Литература:

1. Коновалова, В. Г. Диагностика организационной культуры: теория и практика: монография / В. Г. Коновалова. — Москва: Государственный университет управления, 2017. — 159 с. — Текст: непосредственный.

2. Ксенофонтова, Х. З. Корпоративный менеджмент / Х. З. Ксенофонтова. — Москва: КноРус, 2020. — 314 с. — Текст: непосредственный.
3. Курбацкая, Т. Б. Институционализация корпоративной культуры и трудовых отношений: методология и практика: монография / Т. Б. Курбацкая, П. В. Симонин. — Москва: Русайнс, 2021. — 159 с. — Текст: непосредственный.
4. Леонова, А. В. Совершенствование организационной культуры предприятия / А. В. Леонова. — Текст: непосредственный // Современные технологии управления персоналом: сб. науч. тр. IV Межрегион. науч.-практ. конф. — Уфа, 2017. — с. 177–180.
5. Паблишер, А. Как управлять корпоративным племенем: Прикладная антропология для топ-менеджера / А. Паблишер. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 408 с. — Текст: непосредственный.

## Совершенствование механизмов корпоративной культуры страховой компании

Краснов Николай Владимирович, студент магистратуры  
 Московский университет имени С. Ю. Витте

*В статье представлены основные элементы корпоративной культуры страховой компании и предложена программа мероприятий по решению проблемы в системе управления корпоративной культурой на АО «МАКС-М».*

*Ключевые слова:* корпоративная культура компании, решение проблемы, сфера услуг, программа мероприятий, оценка корпоративной культуры.

На сегодняшний день страховой рынок Российской Федерации характеризуется быстрыми темпами развития, которому свойственна жесткая конкуренция среди участников. В таких обстоятельствах страховые компании определяют новые ориентиры деятельности, направленные на увеличение капитализации организации, создание новых страховых продуктов, а также усовершенствование качества предоставления страховых услуг.

Для достижения данных целей необходимо использовать действенный инструмент мотивации сотрудников, которым выступает корпоративная культура организации.

В целях установления актуальных проблем, которые выделяются в рамках механизма корпоративной культуры акционерного общества «МАКС-М», нами была осуществлена попутка построения профиля корпоративной культуры компании, опираясь на методику OSAI Камерона и Куинна. Речь идет о количественном методе, посредством которого можно оценить корпоративную культуру. Он базируется на теоретической модели под названием

«Рамочная конструкция конкурирующих ценностей». Итак, центральная идея представленной методики состоит в том, что создается 2 профиля: «как есть», а также «как должно быть» [1]. После того, как будут определены расхождения, формируются требуемые рекомендации на проведение тех или иных трансформаций в рамках корпоративной культуры.

Установлено, что методика диагностики и трансформации корпоративной культуры Куинна и Камерона [3] предусматривает сравнение самых типичных профилей для успешных компаний, в том числе для бизнеса, который предоставляет услуги страхования. АО «МАКС-М» здесь не исключение.

В перспективе для определения мер, направленных на коррекцию корпоративной культуры по таблице усредненных оценочных баллов по заявленной методике, выстраиваются профили культуры: такой, которая имеется уже в компании, а также «идеальной» (по сфере услуг — усредненный профиль) (таблица 1, рисунки 1–3).

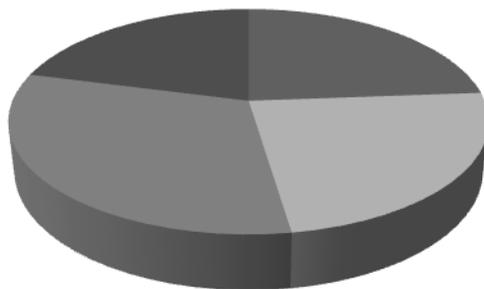
Таблица 1. Оценка корпоративной культуры АО «МАКС-М» согласно методике OSAI

Действующая корпоративная культура компании				Идеальная для работников компании корпоративная культура			
A	B	C	D	A	B	C	D
25	20	29	25	31	22	25	21

Ниже на рисунках 1–3 представлены круговые диаграммы, которые позволяют углубиться в суть проблемы посредством визуальных представлений.

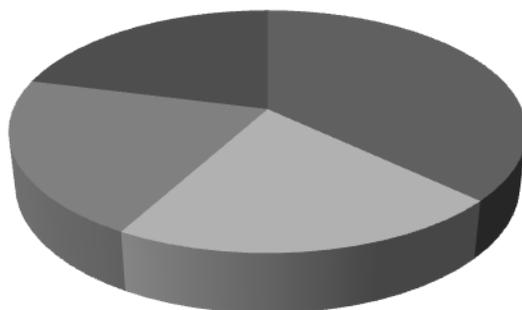
В рамках представленного профиля можно четко определить направленность работников компании на изме-

нения в корпоративной культуре, причем такие изменения будут предприняты в сторону клановой составляющей. Она, как известно, помогает повысить оценку компании, как дружественного рабочего места (в такой среде люди имеют много общего) [2]. Менеджмент, лидеры компании



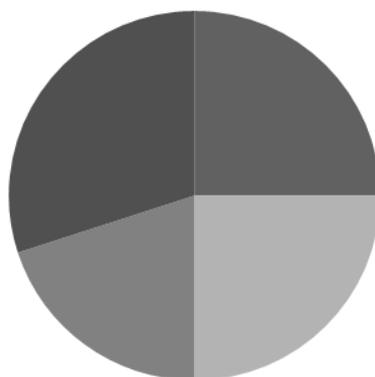
■ Клановая ■ Адхократическая ■ Рыночная ■ Бюрократическая

Рис. 1. Имеющаяся корпоративная культура АО «МАКС-М»



■ Клановая ■ Адхократическая ■ Рыночная ■ Бюрократическая

Рис. 2. Корпоративная культура, которая для сотрудников АО «МАКС-М» будет идеальной



■ Клановая ■ Адхократическая ■ Рыночная ■ Бюрократическая

Рис. 3. Идеальная корпоративная культура для сферы услуг

воспринимаются в качестве наставников, в некоторых случаях — как родители.

В настоящее время коллектив компании пребывает в сплоченном состоянии благодаря традициям и преданности АО «МАКС-М». И это неспроста, так как предприятие акцентирует внимание на долгосрочной выгоде от совершенствования персонала, личности. Во многом успех в бизнесе определяется по заботе о людях, по отменному чувству к клиентам. Командная работа, участие каждого сотрудника в бизнесе АО «МАКС-М» — поощряется.

С учетом того, что видение менеджмента АО «МАКС-М» отвечает типичному профилю корпоративной культуры, что характерен для сферы услуг, приоритет смещается на рыночную составляющую. Это означает, что миссия АО «МАКС-М» заточена под результат, а главная цель — исполнение поставленных задач в полном объеме. Сотрудники постоянно ощущают целенаправленность в работе; имеется здоровая соревновательная среда. Лидеры выступают в качестве суровых

конкурентов, а также твердых менеджеров, что объясняет их требовательность и непоколебимость в принятии решений. Общая задача для всей компании — это успех и репутация. Стратегия предусматривает осуществление конкурентных действий, а также решение всех задач, которые помогут в развитии бизнеса. Стиль АО «МАКС-М» предусматривает строгую линию, направленную на повышение конкурентоспособности.

Далее при определении проблем в механизме корпоративной культуры задействована модель Д. Денисона [4]. Она предусматривает проведение анкетирования работников АО «МАКС-М» по опроснику; расчет индекса корпоративной культуры.

Проведенное анкетирование позволяет получить индексы, что отвечают факторам параметров культуры в полной мере. В таблице 2 показан расчет индексов; отражена степень выраженности той или иной характеристики корпоративной культуры компании (по мнению сотрудников).

Таблица 2. Результаты анкетирования по методике Д. Денисона

Параметр культуры	Фактор	Оценка, баллов	Оценка, %
Вовлеченность	1.1. Полномочия	3,71	74
	1.2. направленность на работу в команде	3,97	79
	1.3. Развитие способностей	2,37	47
Согласованность	2.1. Главные ценности	3,26	65
	2.2. Согласие	2,59	52
	2.3. Координация и интеграция	2,92	58
Адаптивность	3.1. Направленность на трансформации	2,74	55
	3.2. Направленность на потребителя	2,89	58
	3.3. Обучение сотрудников внутри предприятия	3	60
Миссия	4.1. Стратегический вектор	3,31	66
	Планирование	4.41	88
	4.2. Задачи, поставленные цели	3,13	63

Итоги диагностики корпоративной культуры АО «МАКС-М» показывают, что приоритетное внимание отводится миссии, стратегическому планированию, задачам и целям. Все это показывает истинное стремление к стабильности, направленность на внешние рабочие аспекты. В большей мере АО «МАКС-М» ориентируется на внешнее окружение, делает все возможное, чтобы занять на рынке лидирующие позиции, что обеспечит в долгосрочной перспективе успешное функционирование.

Высоким индексом характеризуются такие факторы, как полномочия и работа в команде, что отражает высокую вовлеченность сотрудников в рабочий процесс. Однако, по мнению многих сотрудников в компании мало внимания отводится развитию их способностей.

Говоря о таких показателях, как взаимодействие и адаптивность, отметим, что они установлены примерно в равных пропорциях. Направленность на изменения значительно уступает направленности на клиента, на организационное обучение, что важно в повсед-

невной работе компании. Практически лишь общие ценности обеспечивают взаимодействие сотрудников из разных отделов.

Итак, в компании установлен индекс корпоративной культуры — 64. Следовательно, АО «МАКС-М» имеет средний уровень развития корпоративной культуры.

Исследование позволяет проанализировать выбранные методы, которые направлены на решение проблемы в системе менеджмента корпоративной культурой компании (рисунок 4).

Таким образом, нами планируется, что после внедрения представленных мероприятий удастся повысить уровень корпоративной культуры АО «МАКС-М», удовлетворенность сотрудников условиями труда. Вместе с тем, повысится степень сплоченности коллектива. Соответственно, корпоративная культура АО «МАКС-М» станет сильной, что означает следующее: главные корпоративные ценности разделяются, поддерживаются практически всеми членами компании.

Совершенствование Положения о корпоративной культуре предприятия	Позволит закрепить сложившуюся корпоративную культуру, зафиксировать единые корпоративные стандарты и общие принципы ведения бизнеса, укрепить свой внешний имидж и т.д.
Внедрение коучинга	Предназначен для совершенствования системы профессионального обучения персонала
Внедрение социального пакета	Для повышения уровня материальной мотивации персонала предприятия

Рис. 4. Программа мероприятий по решению проблемы в системе управления корпоративной культурой на АО «МАКС-М»

Обычно, чем больше работников, тем лучше и активнее поддерживаются, разделяются корпоративные ценности. По мере того, как растет численность сотрудников, которые придерживаются ключевых ценностей, становится сильнее корпоративная культура, а потому она оказывает большее воздействие на поведение персонала.

#### Литература:

1. Антонова, Н. В. Коучинг в бизнесе: учебное пособие для вузов / Н. В. Антонова, Л. В. Казинцева, Н. А. Сизова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 202 с. — Текст: непосредственный
2. Горленко, О. А. Управление персоналом: учебник для вузов / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаяева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 249 с. — Текст: непосредственный
3. Дрыга, С. В. Выбор метода диагностики организационной культуры российских компаний / С. В. Дрыга, А. В. Дудченко. — Текст: непосредственный // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LVIII междунар. науч.-практ. конф. — Новосибирск: СибАК, 2016.
4. Кларин, М. В. Корпоративный тренинг, наставничество, коучинг: учебное пособие для вузов / М. В. Кларин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 288 с. — Текст: непосредственный.

## Совершенствование системы внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса

Кремень Максим Романович, студент магистратуры

Дальневосточный филиал Всероссийской академии внешней торговли Министерства экономического развития РФ (г. Петропавловск-Камчатский)

*В статье представлены проблемы внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса. Для их устранения автором предложена модель развития внутрифирменного планирования, которая позволит вывести предприятия на качественно новый уровень.*

**Ключевые слова:** внутрифирменное планирование, стратегическое планирование, перспективы развития внутрифирменного планирования.

В основе стабильно развивающейся экономической системы лежат предприятия малого бизнеса. Основным структурным элементом экономики в развитых странах является малое предпринимательство. Малый бизнес даёт возможность поступлений ВВП и конкурентоспособность. В таком бизнесе имеется и создается основная часть национальных ресурсов. Иногда государство помогает развивать предприятия малого бизнеса, но так происходит не всегда. Многим приходится разрабатывать пути развития, пути по поиску денежных средств для дальнейшей деятельности самостоятельно для выживания в конкурентной среде [2, с. 39].

С помощью планирования фирма может добиться поставленной цели. Для осуществления поставленных целей на предприятиях требуются финансы. Ограниченность финансов мешает предприятиям развиваться, например, расширение бизнеса, открытие еще одной точки продажи товара.

Проблема малого бизнеса состоит в том, что неправильно предприниматель распределяет обязанности и не хватает специалистов в сфере планирования. Часто происходит неверное распределение имеющихся ресурсов из-за неопытности руководителя в данном вопросе.

В данной работе будет рассмотрена проблема внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса и даны рекомендации для компании, которая будет выступать в качестве примера в малом бизнесе, как эффективней управлять компанией.

В состоянии развития малого предпринимательства можно выделить несколько главных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели в этом секторе экономики, например, несовершенство нормативно-правовой базы, остальные разберем далее более детально.

Планирование на малых предприятиях значительно отличается от крупных фирм. Рассмотрим более подробно их особенности. Для начала обозначим терминологию и что понимается под словом планирование и какие виды планирования существуют.

Основные элементы системы внутрифирменного планирования, в которые входят и основные этапы, включают [1, с. 98]:

— прогнозирование (деятельность, которая нацелена на изучение и поиск альтернативных вариантов развития

фирмы. Прогноз — это научное заключение о предстоящем развитии чего-либо. Именно научность — основной признак отличия от гадания);

- постановка задач;
- корректировка планов;
- создание бюджетов.

Целью внутрифирменного планирования является увеличение эффективности деятельности предприятия. Достигается данный результат с помощью оптимального использования всех видов ресурсов и возможностей фирмы. Осуществляется путем прогнозирования спроса потребителей, оценивания и анализа перспектив развития рынка и имеющихся ресурсов.

Из вышеперечисленного можно выделить следующие: для построения плана необходимо обозначить цель, от поставленной цели необходимо отталкиваться и продумывать, планировать мероприятия по достижению данной цели. Деятельность планирования помогает создавать прогнозы на ближайшее будущее и планы на долгосрочное развитие предприятия. На малых предприятиях от плановых решений, которые обоснованы экономически, в большой степени зависит эффективность работы.

Этапы планирования хозяйственно-финансовой деятельности малых предприятий включают:

- постановка целей на перспективный и текущий периоды после проведения тщательного анализа хозяйственно-финансовой деятельности;
- разработать способы достижения поставленных целей, которые были сделаны на основе расчетов экономических показателей в нескольких вариантах;
- нахождения самого подходящего плана, который обеспечивает эффективное и устойчивое развитие фирмы. Планы на долгосрочную перспективу подразумевают создание стратегии развития малого бизнеса.

Планирование обязательно содержит: создание промежуточных и конечных целей компании, постановка задач, которые помогают достичь целей, определить способы решения задач, найти ресурсы и варианты их распределения.

В данной работе рассмотрим более подробно управленческий бизнес-план. Управленческий бизнес-план лежит в центре системы планирования бизнес-процессов. Данный бизнес-план определяет цели и стратегии, ко-

торые помогают достигнуть поставленные цели предприятия, поэтому такой план является главным звеном бизнес-планирования. В сравнении со стратегическим бизнес-планом, управленческий содержит в себе достаточно подробный план функциональных направлений деятельности или отдельных подразделений.

Управленческий бизнес-план может включать элементы стратегического планирования и оперативного, что дает возможности стать основой бизнес-планирования в малых предприятиях. Обычно используются все процедуры в процессе стратегического планирования, которые установлены данным видом планирования, однако, все данные процедуры не такие глубокие, подуманные в обработке и времени исполнения. Такая тенденция связана с ограниченностью возможностей менеджера предприятия создавать сложные стратегические прогнозы и планы. В рамках ограниченного времени большое внимание уделяется четкой постановки цели, и созданию подобно продуманного плана, который нацелен на достижение поставленной цели.

Малым предприятиям при осуществлении планирования надлежит обратить особое внимание на ограниченные финансовые средства предприятия и кредитные. В таких условиях необходимо тщательно контролировать все имеющиеся расходы, так как эффективное использование и экономия ресурсов помогают экономическому росту компании и в дальнейшей перспективе перехода в средний бизнес.

Кроме всего вышеперечисленного, в малом бизнесе специфика планирования формируется стадией развития предприятия. Большое количество компаний проходят такие стадии как: начинающее, уцелевшее, стабильное и расширяющее предприятие.

Для начинающего предприятия характерен незавершенный доходный цикл и освоение первоначальных капитальных вложений. Специфика задач у таких предприятий ограничена, например, изучение процессов бизнеса, увеличение количества клиентов и перейти на следующую стадию жизненного цикла. Данные задачи являются особенностью планирования таких предприятий. Особое внимание акцентируется на элементах стратегического планирования. В данных предприятиях цели не должны быть завышены, а основываться на ограниченности имеющихся ресурсов. Необходимо, чтобы текущие планы предприятия были тщательно продуманы и созданы, желательно безошибочными, так как из-за малейшей проблемы и несоответствия могут произойти тяжелые последствия.

Компании, которые прошли стадию начинающих, переходят в категорию уцелевших. Особенностью таких предприятий становится получение первой прибыли, хорошо изучены начальные капитальные вложения и маленький темп роста, а также для таких предприятий необходимо постоянное внимание. Главной задачей становится добиться стабильности, финансовой устойчивости. Уцелевшим фирмам требуется распространять информацию о компании, рекламировать себя и искать преимуще-

ства, которые будут отличать от конкурентов. Данный период для (это время) тонкой доводки производимого продукта или оказания услуг. Появляется самое время для создания бизнес-планов компании, что помогает принимать более взвешенные управленческие решения.

Стабильные предприятия приносят, соответственно, стабильную прибыль. Можно сказать, что такая компания достигла критической массы. Появляются новые задачи, которые нацелены на расширение бизнеса. При данной стадии увеличивается вовлеченность управленческого персонала в планирование деятельности, и важную роль играют элементы стратегического планирования.

Для расширяющегося предприятия, которое прошло все предшествующие стадии и непрерывно обновляется, характерно расширение размеров бизнеса. Управленцы решают задачи, связанные с выходом на другие рынки, с непрерывным расширением бизнеса и многое другое. Больше внимание уделяется разработке бизнес-планов. Для управленческих решений начинают создаваться бизнес-планы, которые подтверждают обоснованность принятых решений. Например, слияния или привлечение инвесторов. На данной стадии развития затрагиваются все типы планирования бизнеса.

Внутрифирменное планирование может различаться по видам планирования, так как для каждого бизнеса, на основании особенностей, используются разные виды. Например, для малых предприятий необязательно составлять долгосрочные планы. Достаточно только краткосрочных и среднесрочных. В каждой сфере малого бизнеса задействованы различные виды составления планов ведения деятельности.

Эффективное внутрифирменное планирование должно включать в себя все основные принципы (единство, необходимость, гибкость, непрерывность, точность, участие), тогда план фирмы может быть сбалансирован и действовать на практике правильно.

Для достижения целей, поставленных на предприятии, составляются планы, которые могут быть разработаны несколькими методами (балансовый, программно-целевой, нормативный, экономико-математический, аналитический и другие).

В современных условиях малому бизнесу важно выбрать такую схему планирования, которая позволит осуществлять качественную разработку и оперативный контроль планов производства и продажи продукции и, в первую очередь, плана прибыли.

Нами предложена модель по совершенствованию внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса (рис. 1).

Важно учитывать, что внедрение модели на предприятии предполагает последующие издержки. С этой целью важно оценить выгоду от внедрения модели для предприятия.

Таким образом, мероприятия по совершенствованию внутрифирменного планирования для предприятий малого бизнеса могут помочь эффективнее вести деятельность фирмы, добиваясь поставленных целей.



Рис. 1. Модель совершенствования внутрифирменного планирования на предприятиях малого бизнеса

Литература:

1. Бухалков, М. И. Внутрифирменное планирование: Учебник. / М. И. Бухалков. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 392 с.
2. Дорофеев, В. Д. Организация и планирование деятельности на предприятиях малого бизнеса / Б. А. Филиннов, Г. И. Дибина. — Пенза, 2017.

## Актуальные проблемы налогообложения страховых организаций в России, перспективы решения

Курочкин Сергей Игоревич, студент магистратуры  
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

Средства создаваемых страховых фондов существенно влияют на финансовые потоки в народном хозяйстве и способствуют развитию общественного воспроизводства. То, каким образом государство проводит политику в сфере налогообложения страховых организаций и проводимых ими операций непосредственно влияет на развитие страхового рынка в нашей стране.

### Совершенствование налогообложения страхователей для повышения инвестиционной активности в РФ

Государство в вопросах налогообложения страховых организаций вынуждено решать две разнонаправленные задачи: с одной стороны необходимо повысить доходную часть бюджетов и государственных внебюджетных фондов, а с другой — стимулировать развитие страхования и увеличить количество заключаемых договоров страхования для развития страхового рынка [8]. Страховщики предвзвешенно собирают со страхователей денежные средства для осуществления в дальнейшем, при наступлении страхового случая, гарантированных выплат, что является особенностью страховой деятельности. В то же время, как любая коммерческая организация страховая компания создаётся для извлечения прибыли. Обеспечение баланса интересов страхователей, желающих минимизировать, хеджировать свои риски при наступлении неблагоприятных последствий, и страховщиков, которые должны осуществлять деятельность на рынке страхования с прибылью на уровне не ниже, чем в других отраслях народного хозяйства, является задачей государства.

Страховщики, как все налогоплательщики обязаны соблюдать требования законодательства в части правильности исчисления, полноты и своевременности уплаты установленных Налоговым кодексом РФ налогов и взносов.

Страховые организации во всём мире являются крупнейшими инвесторами и финансовыми посредниками, так как в их распоряжении в течение определённого срока находятся значительные денежные средства, временно свободные от обязательств. Данные средства могут быть инвестированы в отрасли народного хозяйства, способствовать развитию экономики, а страховщик при этом может получить дополнительный доход от вложения указанных средств. Результатом данной деятельности страховщика и получения прибыли от инвестиций может быть снижение страховых премий. Таким образом, в данном процессе заинтересованы и страховые организации, и страхователи.

С учётом изложенного, очевидна экономическая целесообразность и необходимость разделить для налогоо-

бложения финансовый результат страховой организации, полученный от основной деятельности, как страхователя, и результат от инвестиционной деятельности данной организации. Ряд экспертов предлагают в данном направлении пойти дальше и считают экономически целесообразным установить также дифференцированные ставки для налогообложения прибыли в зависимости от вида инвестирования: от социальной и экономической значимости направления инвестиций, стимулирующие страховщиков инвестировать в необходимом государстве направлении.

Введение такого разделённого налогообложения для страховых организаций, в частности отдельного учёта для исчисления и уплаты налогов от инвестиционной деятельности страховщиков, способствует увеличению не только активности страховых организаций на инвестиционном рынке, но и будет способствовать в целом повышению темпов роста российской экономики.

Договоры агентирования — как мнимые сделки для налоговых органов

Признание налоговыми органами в ходе проведения налоговых проверок страховщиков по налогу на прибыль договоров агентирования мнимыми сделками создаёт определённые трудности при осуществлении страховой деятельности, поскольку доказательства фактического исполнения такого договора могут иметь неопределённый, расплывчатый характер.

Законом РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (пункт 1 статьи 8) определено, что под деятельностью страховых агентов, страховых брокеров по страхованию и перестрахованию понимается деятельность, осуществляемая в интересах страховщиков или страхователей и связанная с оказанием им услуг по подбору страхователя и (или) страховщика (перестраховщика), условий страхования (перестрахования), оформлению, заключению и сопровождению договора страхования (перестрахования), внесению в него изменений, оформлению документов при урегулировании требований о страховой выплате, взаимодействию со страховщиком (перестраховщиком), осуществлению консультационной деятельности [3]. Доказательством реальности услуги страхового агента может являться заключённый им договор страхования. В то же время, в случае оказания им консультационных услуг представить доказательства факта оказания такой услуги весьма проблематично. Налоговый кодекс РФ не содержит пояснений относительно правил доказывания реальности таких сделок. Нет подробных разъяснений от Минфина РФ и ФНС России:

к примеру, письмо Министерства финансов Российской Федерации от 20.03.2020 № 03–03–07/21861 [5] лишь констатирует факт упоминания в Налоговом кодексе РФ того, что расходы на выплату вознаграждения за оказание услуг страхового агента и (или) страхового брокера относятся к расходам страховых организаций в целях главы 25 НК РФ.

Поскольку страховая деятельность в основном строится на услугах страховых агентов, такая проблема является для страховщиков весьма актуальной.

Возможным решением данной проблемы стало бы определение Минфином РФ порядка доказывания «реальности» оказанных агентских услуг, а также утверждение перечня документов, необходимых для документального подтверждения, обоснования и признания расходов на выплату вознаграждения агенту расходами страховщика в целях исчисления налога на прибыль.

#### **Особенности исчисления налога на прибыль и НДС для страховщиков**

Как уже отмечалось выше, страховые организации, в силу специфики их деятельности и особенностей реализуемых продуктов, в Налоговом кодексе РФ отдельно выделены в числе налогоплательщиков; также для страховщиков в НК РФ выделены отдельные статьи, регулирующие их налогообложение. От других субъектов налогового права страховые организации отличаются особенностями отнесения доходов и расходов по налогу на прибыль, а также особенностями налогового учёта собственных доходов и расходов.

Налог на прибыль является для страховщиков основным и наиболее сложным, проблемным для исчисления. Особенность налогообложения прибыли страховых организаций связана со спецификой их деятельности, обусловленной большой скоростью оборота капитала.

Существует мнение, что сложность определения налоговой базы по налогу на прибыль — денежного выражения прибыли страховой организации заключается в том, что сроки действия большинства страховых договоров выходят за рамки отчётных и налоговых периодов и большая часть ответственности страховщиков по договорам страхования приходится на будущие периоды. В тоже время, доходы страховых организаций для налогового учёта в соответствии со статьёй 330 НК РФ определяются на дату возникновения ответственности страховщика перед страхователем. При этом согласно положению Центрального Банка Российской Федерации от 16.11.2021 № 781-П «О требованиях к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков» страховая организация рассчитывает страховые резервы, которые уменьшают налоговую базу налога на прибыль именно на отчётную дату — на конец отчётного периода [4]. Очевидно, что разночтения при определении сроков налогового учёта прибыли и создания страховых резервов создают коллизии по правильности исчисления налога на прибыль.

Необходимо отметить, что вследствие возрастающего объёма страховых операций осуществление выплат по договорам страхования приобретает вероятностный характер. Это также является причиной того, что страховщик до окончания квартала не может знать о своих финансовых результатах.

Интересная коллизия относительно формирования налоговой базы по налогу на прибыль для страховых организаций связана с формированием ими страховых резервов. В соответствии с Законом РФ от 27.11.1992 № 4015–1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (статья 26) страховые организации в обязательном порядке формируют страховые резервы с целью обеспечения своей финансовой устойчивости и платежеспособности [3]. Также в законе указано, что формирование резервов осуществляется страховщиками в соответствии с положениями Банка России. Согласно статье 294 НК РФ, расходы по формированию страховых резервов включаются в расходы страховщиков для определения налоговой базы по налогу на прибыль. С учётом последних изменений Центрального Банка РФ, резерв незаработанной премии для страховщиков был увеличен на сумму агентского вознаграждения, выплачиваемого страховому агенту за заключение им договора страхования. Таким образом, ранее отчисления страховщиком в резерв были равны сумме получаемой части страховой премии, а в последующем стали равняться полной его сумме, что повлекло увеличение расхода, уменьшающего налогооблагаемую базу по налогу на прибыль. Корректирующие изменения в НК РФ не были внесены.

В связи с этим на практике сложилась ситуация, когда Минфин РФ считает, что указанная дополнительная часть резерва незаработанной премии в сумме агентского вознаграждения — есть резерв для выплат в будущем таких же агентских вознаграждений, а дополнительная часть резерва незаработанной премии и реальные расходы на выплату агентских вознаграждений являются, согласно статье 252 НК РФ, равнозначными расходами и, следовательно, учёт таких расходов неправомерен.

Страховые организации на данную ситуацию смотрят по-иному: они считают, что данные расходы нельзя признать равнозначными, поскольку при этом фактически блокируются и та и другая сумма, т. к. одна направляется страховщиком на выплату агентского вознаграждения, другая, соответственно, в резерв и исключается из его хозяйственного оборота. Банк России в своих письмах поддерживает такую позицию. Однако налоговые органы настаивают на взыскании недоимок со страховых организаций, которые могут быть весьма существенными.

По мнению некоторых экспертов, разрешением такой спорной ситуации могло бы быть внесение изменений в законодательство РФ, а именно в Налоговый кодекс в части детального регулирования отнесения в расход по налогу на прибыль создаваемых страховщиками резервов.

Резюмируя изложенное, можно отметить, что налогообложение прибыли страховщиков сложно не только

в плане его практической реализации, но и не позволяет качественно планировать налоговые поступления в бюджет от страховщиков.

В соответствии особенностями налогообложения для страховых организаций, установленных главой 21 НК РФ, все операции, проводимые страховыми организациями в рамках оказания услуг по страхованию, сострахованию и перестрахованию освобождаются от налога на добавленную стоимость. К таким операциям относятся операции, в результате которых страховщик получает страховые платежи, проценты, страховые взносы, средства, полученные страховщиком в порядке суброгации от лица, ответственного за причинённый страхователю ущерб. Учитывая значительное количество таких операций, освобождаемых от налогообложения, государственный бюджет лишается налоговых поступлений. Налог на добавленную стоимость является значимым для формирования доходной части бюджета, основным, ключевым элементом российской налоговой системы.

Ряд экспертов отмечают, что указанное выше так называемое «косвенное налогообложение» страховых организаций не решает фискальных задач государства по концентрации финансов, необходимых государству для выполнения публичных функций.

#### **Разнонаправленная судебная практика относительно уплаты НДФЛ при направлении на санаторное лечение**

На практике страховые организации часто сталкиваются со спорными ситуациями при заключении договоров добровольного медицинского страхования с организациями-работодателями в отношении их работников. Неоднозначна позиция налоговых органов относительно уплаты налога на доходы физических лиц при оплате страховой организацией медицинских услуг, оказываемых санаторием, в который направляются для лечения застрахованные лица (работники).

Частью 1 статьи 213 НК РФ определено, что налоговой базой по налогу на доходы физических лиц признаются доходы, полученные налогоплательщиком в виде страховых выплат. Зачастую страховщик, который произвёл страховую выплату, является налоговым агентом, осуществляющим исчисление, удержание и перечисление в бюджет суммы налога. Однако, в данном случае, может быть применена конкурирующая норма НК РФ, закрепляющая обязанность российских организаций, от которых или, в результате отношений с которыми налогоплательщик получил доходы, исчислить, удержать у налогоплательщика и уплатить сумму НДФЛ. Вследствие наличия трудового договора с организацией-работодателем, работник получил страховую выплату. Сама организация в отношении своих работников заключила договор добровольного страхования со страховщиком. К сожалению, в законодательстве на сегодня нет закреплённого решения такой ситуации.

Примечательно, что в судебной практике нет единого подхода по данному вопросу: в одних судебных делах

страховая организация признаётся налоговым агентом, а в других — нет. В Постановлении ФАС Северо-Западного округа от 16.07.2009 по делу № А56–24057/2008 указано, что страховая организация, в соответствии с заключённым договором страхования, обязана возместить стоимость санаторно-курортных услуг, оказываемых работнику, посредством оплаты санаторно-курортной путевки. В связи с этим суд пришел к выводу, что страховщик будет исполнять обязанности налогового агента в отношении выплат, которые связаны с возмещением лечебному учреждению стоимости оказанных застрахованным лицам санаторно-курортных услуг. Данное решение рассматривалось Высшим Арбитражным судом Российской Федерации (определение от 10.11.2010 № ВАС-14352/10) и оставлено без изменения [6].

В других судебных решениях отражена противоположная точка зрения. Так, в Постановлениях ФАС Северо-Кавказского округа № Ф08–790/2007–325А и в ФАС Уральского округа от 24.04.2006 № Ф09–2922/06-С7 указывается на то, что в отношении конкретного физического лица организация может быть признана налоговым агентом только при наличии между ними трудовых или иных отношений, следствием которых является выплата организацией дохода физическому лицу. По мнению указанных судов, обязанности налогового агента должна осуществлять организация-работодатель, а страховщик в такой ситуации не обладает статусом налогового агента. Дело № А32–21198/2004–23/588, по которому ФАС Северо-Кавказского округа было принято постановление № Ф08–790/2007–325А, рассматривалось Высшим Арбитражным судом Российской Федерации (определение от 04.07.2007 № 7811/07) и оставлено без изменения [7].

Безусловно, такие пробелы в законодательстве и противоречивая судебная практика негативно воздействуют на функционирование страховщиков, дестабилизируют их деятельность. Ряд экспертов придерживаются мнения, что возможным решением стало бы издание Минфином РФ или Федеральной налоговой службой России соответствующих разъяснений.

Представляется очевидным, что налогообложение деятельности страховых организаций требует совершенствования. Необходимо создавать систему гарантий для застрахованных лиц и страхователей в вопросах получения страховых выплат. Стимулом для заинтересованности граждан и юридических лиц в оформлении договоров страхования по существенным рискам могут быть льготы по налогам в отношении страховых операций в доплате с системой гарантий страховых выплат. Это позволит существенно прирастить количество страховых договоров и в целом операций на рынке страхования в нашей стране. Как следствие, увеличение количества страховых операций создаст возможность для страховых организаций аккумулирования существенных объёмов финансов, что, безусловно, должно воплотиться в дополнительные инвестиции в российскую экономику.

## Литература:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. — 1993. — 25 декабря. — с. 4–6.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 18.03.2023) // [Электронный ресурс] // доступ СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 03.04.2022).
3. Об организации страхового дела в Российской Федерации: Закон Российской Федерации от 27 ноября 1992 года № 4015-1 // Российская газета, № 6, 12.01.1993.
4. Положение Банка России от 16.11.2021 № 781-П «О требованиях к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков» // [Электронный ресурс] // доступ СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 04.04.2023).
5. Письмо Министерства финансов Российской Федерации от 20.03.2020 № 03-03-07/21861 // [Электронный ресурс] // доступ СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 04.04.2023).
6. Определение ВАС РФ от 10.11.2010 № ВАС-14352/10 по делу № А56-24057/2008 // [Электронный ресурс] // доступ СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 09.04.2023).
7. Определение ВАС РФ от 04.07.2007 № 7811/07 по делу № А32-21198/2004-23/588 // [Электронный ресурс] // доступ СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 09.04.2023).
8. Осипова, Т. И., Чеснокова Л. А. Налогообложение страховых организаций в глобальной экономике // Страховые организации: бухгалтерский учет и налогообложение. — 2014. — № 3.

## Анализ рисков при адаптации системы бережливого производства

Лапина Софья Андреевна, студент магистратуры  
Пензенский государственный университет

*В статье автор анализирует риски, возникающие при адаптации системы бережливого производства, и находит пути их минимизации.*

*Ключевые слова:* бережливое производство, риски, LEAN, FMEA.

С каждым годом в стране становится все больше предприятий, которые разработали и внедрили систему бережливого производства как часть системы менеджмента качества. Для поддержания системы, как правило, проводится регулярный анализ преобразования, корректировка плана работ по проведению изменений, тренинги для персонала по мотивации к улучшению собственной деятельности и деятельности учреждения, так как большая часть преобразований, а, следовательно, поддержание системы сильно зависит именно от сотрудников. А также при разработке и поддержании системы бережливого производства предпринимаются меры по предотвращению возможных отрицательных последствий, которые принято называть рисками [1].

Риск — это положительное или отрицательное отклонение от того, что ожидается и имеет различные аспекты влияния, на различных уровнях [2]. Для оценки силы влияния рисков воспользуемся методом FMEA.

Метод анализа видов и последствий потенциальных дефектов (метод FMEA) — это эффективный инструмент повышения качества разрабатываемых технических объектов, направленный на предотвращение дефектов или снижение негативных последствий от них. Это достигается благодаря предвидению дефектов и (или) отказов и их

анализу, проводимому на этапах проектирования конструкции и производственных процессов. Метод может быть также использован для доработки и улучшения конструкций и процессов, запущенных в производство [3].

Этапы проведения FMEA-анализа:

1. Собирается специально обученная команда и определяется объект исследования. Если это сложная, составная структура, то четко очерчиваются границы, в рамках которых проводится анализ.

2. Составляется список тех элементов процесса, системы, конструкции, которые могут привести к возникновению отказов.

3. Для выбранных на предыдущей стадии объектов анализируются потенциальные варианты серьезных несоответствий.

4. Последствия от каждого из перечисленных в предыдущем пункте дефектов высчитываются по десятибалльной шкале значимости (SEV).

5. Определяются возможные причины этих отказов. Присваивается оценка вероятности их возникновения по десятибалльной шкале (OCC).

6. Устанавливаются существующие способы контроля, которые призваны не допустить возникновения причин, ведущих к дефектам. По десятибалльной шкале

формируется рейтинг обнаружения (DET), который оценивает способность выявления ошибки.

7. Высчитывается приоритетное число риска (ПЧР, RPN), получаемое перемножением трех чисел: SEV, OCC, DET.

8. Определяются те действия, которые призваны уменьшить тяжесть наиболее серьезных по выявленному ранжированию дефектов, снизить вероятность причин их появления, усилить меры контроля по обнаружению. Формируется список ответственных из команды за реализацию описанных мер.

9. После применения этих действий, все числовые показатели высчитываются заново. Оцениваются результаты и эффективность работы.

На основе этих оценок определяют приоритетное число рисков (ПЧР) для каждого вида отказа. Это обобщенный показатель, который позволяет выяснить, какие поломки и нарушения несут в себе наибольшую угрозу для фирмы и ее клиентов. Рассчитывается по формуле:

$$\text{ПЧР} = S \cdot O \cdot D.$$

Чем выше ПЧР — тем опаснее нарушение и более разрушительны его последствия. В первую очередь необходимо устранить или снизить риск дефектов и неполадок, у которых данное значение превышает 100–125. От 40 до 100 баллов набирают нарушения, имеющие средний уровень угрозы, а ПЧР менее 40 говорит о том, что сбой незначительный, возникает редко и, может быть, без проблем обнаружен. Сведем данные об оценке рисков в таблице 1.

Таблица 1. Оценка рисков, полученная с помощью метода FMEA

Риск	Оценка рисков			
	O	D	S	ПЧР
Низкий уровень компетенции в методологии LEAN production.	6	5	9	180
Отсутствие опыта использования LEAN инструментов.	5	3	8	120
Отсутствие идей по модернизации процесса производства у персонала компании.	3	3	8	72
Отсутствие опыта ведения проектной деятельности в компании.	2	5	6	60
Некорректная организация работ по сокращению издержек.	7	7	6	294
Сопrotивление вводимым изменениям со стороны сотрудников.	6	6	5	180
Сотрудники отказываются выполнять новые должностные обязанности.	2	7	6	84
Конфликт между давно принятыми внутренними ценностями компании и ценностями концепции философии LEAN.	1	7	4	28

Источник: [4].

Анализ полученных данных показал, что критическими рисками при внедрении бережливого производства являются: не корректная организация работ по сокращению издержек (ПЧР = 294), сопротивление вводимым измене-

ниям со стороны сотрудников (ПЧР=180) и низкий уровень компетенции в методологии LEAN production (ПЧР=180). Предлагаемые мероприятия по снижению рисков сведем в таблице 2.

Таблица 2. Мероприятия по снижению рисков

Риск	Пути решения
Некорректная организация работ по сокращению издержек.	Организация командной работы при совершенствовании производственных процессов, подробно проанализировать отношение высшего руководства и категорий сотрудников к предстоящим изменениям.
Сопrotивление вводимым изменениям со стороны сотрудников.	В случае обнаружения потенциальных противников, необходимо проработать план действий, как повысить их заинтересованность либо лишить возможности влиять на ход внедрения.
Низкий уровень компетенции в методологии LEAN production.	Провести обучение сотрудников компании методологии бережливого производства у ведущих организаций, которые занимаются LEAN.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что все критические риски возможно снизить путем обучения сотрудников и проведения последовательных мероприятия по повышению заинтересованности. Всё это несомненно

требует средств, но успех и выгода от внедрения бережливого производства гораздо больше финансовых вложений.

Подводя итоги, важно еще раз отметить, что правильное планирование и внедрение инструментов кон-

цепции «Бережливое производство» обеспечит реализацию потенциала компании, достижение качественного нового уровня выпускаемых товаров, создание деловой репутации организации как производителя продукции, соответствующей мировым аналогам.

Система бережливого производства позволяет производить лучшие товары, затрачивая меньше рабочих сил и времени, расходуя меньше ресурсов, на меньших площадях с меньшим количеством оборудования.

Литература:

1. Как работает lean в россии и других странах (с цифрами) // Управление производством URL: [https://up-pro.ru/library/production\\_management/lean/lean-russia-usa/](https://up-pro.ru/library/production_management/lean/lean-russia-usa/) (дата обращения: 03.05.2023).
2. ГОСТ Р 51901.22–2012 Менеджмент риска. Реестр риска. Правила построения.
3. ГОСТ Р ИСО 31000–2019 Менеджмент риска. Принципы и руководство
4. Ткаченко, Д. О., Кожевникова В. Проблемы и риски при внедрении бережливого производства на предприятиях // ЕВРАЗИЙСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ. — 2019. — № 3–4 (49). — с. 283–286.

## Анализ рыночной инвестиционной привлекательности компании

Лукашова Анна Александровна, студент

Научный руководитель: Конышева Екатерина Владиславовна, кандидат экономических наук, доцент  
Уральский государственный университет путей сообщения (г. Екатеринбург)

*Инвестиционная привлекательность компании является одним из ключевых факторов, определяющих успешность ее развития на рынке. Привлечение инвестиций позволяет фирме реализовать новые проекты, улучшить производственные мощности и расширить рыночную долю. В этой статье мы рассмотрим роль инвесторов в инвестиционной привлекательности компании, методы и подходы оценки финансового состояния и инвестиционной деятельности, критерии рыночной инвестиционной привлекательности фирмы, а также методы повышения инвестиционной привлекательности и основные показатели инвестиционной привлекательности.*

**Ключевые слова:** привлекательность инвестиционной компании, роль инвесторов в инвестиционной привлекательности компании, методы и подходы оценки финансового состояния и инвестиционной деятельности, критерии рыночной инвестиционной привлекательности фирмы, методы повышения инвестиционной привлекательности, виды инвесторов, инвестиция, основные показатели инвестиционной привлекательности, подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия, условия инвестиционной привлекательности компании, результативность инвестиций.

## Analysis of the market investment attractiveness of the company

*The investment attractiveness of a company is one of the key factors determining the success of its development in the market. Attracting investments allows the company to implement new projects, improve production capacity and expand market share. In this article, we will consider the role of investors in the investment attractiveness of a company, methods and approaches for assessing the financial condition and investment activity, criteria for the market investment attractiveness of a company, as well as methods for increasing investment attractiveness and the main indicators of investment attractiveness.*

**Keywords:** attractiveness of an investment company, the role of investors in the investment attractiveness of a company, methods and approaches for assessing the financial condition and investment activity, criteria for the market investment attractiveness of a company, methods for increasing investment attractiveness, types of investors, investment, main indicators of investment attractiveness, approaches to assessing the investment attractiveness of an enterprise, conditions investment attractiveness of the company, investment performance.

### Роль инвесторов в инвестиционной привлекательности компании

Инвесторы играют существенную роль в инвестиционной привлекательности компании. Они предоставляют

финансовые ресурсы, необходимые для реализации стратегических задач и развития бизнеса. Важно различать виды инвесторов, такие как институциональные, частные и розничные, поскольку их интересы и требования могут

существенно отличаться. Понимание особенностей различных видов инвесторов помогает компании определить свою целевую аудиторию и разработать стратегию привлечения инвестиций. Давайте разберём три вида инвесторов.

*Институциональный инвестор* — принято обозначать компании или их объединения, аккумулирующие средства более мелких участников с целью извлечения прибыли за счет инвестирования на финансовых рынках. Главное их отличие — размеры инвестиционного капитала и объемы сделок, которые превышают возможности практически любых других участников торгов. В результате они получают определенные преимущества при выполнении торговых операций и оплате комиссий посредников.

*Частные инвесторы* обычно являются физическими лицами, которые самостоятельно занимаются выбором инвестиционного инструмента и вкладывают в него имеющийся капитал. В большинстве случаев, прибыль от вложений для частных инвесторов не является основным источником дохода.

*Розничный инвестор* — инвестор, который приобретает ценные бумаги и товарно-сырьевые фьючерсы от своего имени, а не от имени организации.

Розничные инвесторы обычно приобретают акции или товарно-сырьевые фьючерсы в значительно меньших количествах, чем организации.

Оценка финансового состояния и инвестиционной деятельности фирмы требует использования различных методов и подходов, таких как:

1) Финансовый анализ, включая анализ показателей ликвидности, активности, рентабельности и финансовой устойчивости.

2) SWOT-анализ, который помогает определить сильные и слабые стороны компании, возможности и угрозы на рынке.

3) Анализ инвестиционного портфеля, включая распределение активов, их доходность и риски.

Рыночная инвестиционная привлекательность фирмы определяется на основе следующих критериев:

— Потенциал роста компании, включая возможности рыночного расширения и увеличения рыночной доли.

— Финансовая устойчивость, которая включает показатели ликвидности, долгосрочной задолженности и рентабельности.

— Качество управления и корпоративной стратегии, включая наличие четкой стратегии развития и профессиональной команды управления.

Уровень конкуренции на рынке и способность фирмы адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям.

Для повышения инвестиционной привлекательности фирма может использовать следующие методы:

1) Одним из методов является реализация инновационных проектов, направленных на создание новых продуктов и услуг, улучшение производственных процессов и оптимизацию бизнес-модели.

2) Вторым методом можно считать повышение финансовой прозрачности, предоставление достоверной информации о деятельности компании и регулярное общение с инвесторами.

3) Третьим методом является улучшение корпоративного управления, разработка и внедрение системы корпоративных стандартов, этических норм и принципов социальной ответственности.

Основные показатели инвестиционной привлекательности

Для оценки инвестиционной привлекательности компании используются следующие показатели:

— Доходность акций (ROE) и доходность активов (ROA), которые показывают эффективность использования ресурсов компании.

— Коэффициенты ликвидности, показывающие способность компании погашать свои краткосрочные обязательства.

— Коэффициенты рентабельности, характеризующие финансовую результативность деятельности компании.

— Показатели финансовой устойчивости, такие как отношение долга к активам и коэффициенты текущей и быстрой ликвидности.

Таким образом, можно сделать вывод, что анализ рыночной инвестиционной привлекательности фирмы играет ключевую роль в привлечении инвестиций и стимулировании роста бизнеса. Он позволяет компаниям определить свои сильные стороны, слабые точки, возможности роста и угрозы, что способствует улучшению конкурентоспособности на рынке. Рассмотрение различных методов и подходов оценки финансового состояния, инвестиционной деятельности и применение эффективных стратегий повышения инвестиционной привлекательности являются важными аспектами стратегического планирования и успешной деятельности любой современной фирмы.

#### Литература:

1. Коньшева, Е. В. Современные экономические подходы к управлению деятельностью предприятия в постковидный период // Журнал экономика и предпринимательство — 2021 — № 10 — с. 955–958.
2. <https://expert-otsenka.ru/ocenka-investicionnoj-privlekatelnosti-dejstvuyushejkompanii/>
3. Богаченко, В. М. Бухгалтерский учет. Учебник. — М.: Феникс, 2020. — 538 с.

## Влияние частной собственности на российский рынок земли

Митрохин Никита Алексеевич, студент;  
Кочергин Илья Леонидович, студент;  
Шевченко Оксана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент  
Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

*В данной статье нам удалось рассмотреть такой аспект, как влияние частной собственности на российский рынок земли, во всех возможных, по нашему мнению, формах. Разобрали положительные и отрицательные факторы влияния на рынок земли.*

**Ключевые слова:** земля, собственность, рынок.

Наша страна является крупнейшим обладателем земельных ресурсов. Земельный фонд России составляет около 1712,6 млн. га, и при этом мы имеем, что 385,5 млн. га земель относятся к сельскохозяйственным. Не стоит забывать про некоторые факты о ней: во-первых, большая площадь нашей страны является счастливым обладателем эталонной почвы — чернозём, во-вторых, на территории РФ расположены почти все разновидности природных ресурсов нашей планеты и в-третьих, наличие богатейшей неиспользованной территории, которая может служить стимулом к увеличению сельскохозяйственной площади. По этим данным можно понять, что рынок земли в России должен развиваться довольно большими темпами. В этой статье разберем, так это или нет.

Для начала рассмотрим, кто относится к частным собственникам, и вообще, что такое частная собственность. Частная собственность подразумевает под собой защищённое законом право физического или юридического лица, либо их группы на предмет имущества.

Если рассматривать конституцию России, то можно обратить внимание на то, что право иметь в частной собственности какую-либо землю закреплено за гражданами и организациями, но при этом, если брать в оборот Земельный кодекс РФ, то права собственности на землю имеют иностранные граждане, лица без гражданства и иностранные юридические лица. Право частной собственности предполагает возможность каждого иметь имущество, пользоваться и распоряжаться им, как душе угодно, при этом ты можешь это делать как индивидуально, так и совместно с другими лицами [2, с. 24].

Рассмотрим три условия для нормального функционирования рынка земли:

1. Внушительное количество продавцов земельных участков. Этот пункт является основой для формирования ценового равновесия, другими словами, рыночной цены, ввиду того, что вступает в силу закон спроса и предложения.

Данному условию сопоставим фактор большого количества собственников земельных участков. Существуют два вида собственности, такие как полная и неполная. К неполной собственности на землю относится аренда земли. Аренда земли подразумевает под собой временное владение частной земельной собственностью

за определенную плату, прописанную в ранее составленном договоре между владельцем земли и арендатором. Данная собственность является очень выгодной для начинающих фермеров. Полная форма собственности на землю, подразумевает в себе неограниченную свободу обладателю земли в совершении сделок над своим имуществом.

2. Личный интерес каждого владельца к экономической устойчивости.

Данный пункт подразумевает, что максимальная эффективность достигается при тесном взаимодействии личного экономического интереса и результатов хозяйственной деятельности. При этом владелец земельного участка имеет свободу в выборе своей деятельности на своем земельном участке. Он может как развить свой бизнес, так и продать землю по тем или иным причинам. Такой причиной может служить большая конкуренция в той сфере на которую вы нацелились, ведь, как мы знаем не всем суждено стать великими бизнесменами [5, с. 120].

3. Спрос на земельный участок.

Спрос на землю никакими факторами не отличается от спроса на какой-либо другой товар. Данное утверждение легко подтвердить на нескольких примерах. Возьмём всеми известный закон спроса и предложения и увидим, что чем выше цена на участок, тем ниже спрос на него. Только в то же время на абсолютный спрос земли влияют совсем не денежные факторы, а качество земли, обиход товара, выращенного на ней и расположение к рынку сбыта. При этом со временем цена на землю не изменится, то есть останется фиксированной.

Рассмотренные выше функции в полной мере раскрывают влияние частной собственности на рынок земли.

Подмечая вышесказанное, можно наблюдать, что частная собственность оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на рынок земли.

К отрицательным факторам можно отнести:

1. Нелегальные сделки по продаже земли, ведущие к завладению чужого имущества путём обмана
2. Использование земли, как центр выращивания и продажи нелегальной продукции
3. Уничтожение редких посадок
4. Промышленное производство (загрязнение окружающей среды)

Из достоинств можно выделить:

1. Привлечение иностранных инвесторов для развития российского рынка земли
2. Возделывание брошенных территорий
3. Развитие сферы по производству сельскохозяйственной техники
4. Развитие растениеводства
5. Экономическая эффективность выращивания кормовых культур

Как мы выяснили, частная собственность оказывает неизмеримое влияние на весь российский рынок земли. Без данного аспекта земельный рынок России мог закончить свое существование ввиду огромного количества

земельных участков, которые могли попросту простаивать, но благодаря грамотной политике Правительства Российской Федерации в этом направлении, земельный рынок России еще остается на плаву. Также огромный вклад в данном направлении внес Государственный земельный надзор, осуществляющий контроль, выявление и пресечение нарушений требований земельного законодательства. Как отмечалось в начале статьи, земельный рынок России развивается довольно большими темпами, и частная собственность вносит неотъемлемый вклад в его развитие, несмотря на все отрицательные моменты, которые меркнут по сравнению со всеми положительными факторами.

Литература:

1. Агеев, А. И. Рынок земли: проблемы собственности и культуры. — М.: Владос, 2014. — 247 с.
2. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. В силу с 01.01.2016).
3. Амосов, А. И. Экономическая теория. — М.: Проспект, 2015. — 608 с.
4. Конституция Российской Федерации. — М.: Приор, 2020. — 137 с.
5. Философа, Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 271 с.

## Внутренняя и внешняя среда организации

Москвина Мария-Тереза Максимовна, студент;

Чурсина Полина Игоревна, студент;

Сухова Алёна Сергеевна, студент

Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова (г. Санкт-Петербург)

*В статье рассмотрены ключевые аспекты внутренней и внешней среды организации и основные методы их анализа. Особое внимание уделено различным факторам, влияющим на обе среды организации. Было проведено исследование методом анкетирования для анализа оценки со стороны респондентов внутренней и внешней среды организации.*

**Ключевые слова:** внешняя среда, PESTEL, внешняя среда организации, внутренняя среда, компания ESG.

## Internal and external environment organizations

*The article considers the key aspects of the internal and external environment of the organization and the main methods of their analysis. Particular attention is paid to various factors that affect both environments of the organization. A questionnaire survey was conducted to analyze the respondents' assessment of the internal and external environment of the organization.*

**Keywords:** external environment, PESTEL, external environment of the organization, internal environment, ESG company.

### Понятия и определения внутренней и внешней среды организации

Факторы деловой среды влияют на среду организации и на то, как она функционирует. [1] В зависимости от фактора и его влияния на компанию, он может негативно или позитивно отражаться на ней.

Чтобы преуспеть и процветать, организации должны адаптироваться к силам внешней среды и использовать их для дальнейшего продвижения. **Организация** — это

группа людей, сознательно сформированная вместе для достижения определенной цели посредством структурированных и скоординированных задач и планов. Таким образом, организация работает в различных внешних средах, она организована и структурирована внутри для удовлетворения как внешних, так и внутренних требований, и возможностей. [10]

Хотя тип, размер, сфера деятельности, местонахождение, цель и миссия организации помогают определить

внешнюю среду, в которой она работает. Организация все же должна соответствовать требованиям и быть готовой к непредвиденным обстоятельствам этой среды, чтобы выжить и процветать.

Общая картина внешней среды организации представляет собой, в первую очередь, всеобъемлющую сферу, в которой организации осуществляют свою жизнедеятельность и которая включает в себя комплекс внешних факторов воздействия, влияющих на функционирование бизнеса. На эти факторы руководители не могут повлиять, но должны уметь приспосабливаться к ним, чтобы поддерживать свою жизнедеятельность на должном уровне.

На Рисунке 1 показаны типы общей макросреды и факторов, которые взаимосвязаны и влияют на организации: социокультурные, технологические, экономические, по-

литические, стихийные бедствия и антропогенные проблемы, влияющие на отрасли и организации. [17, С. 8]

Например, экономические факторы внешней среды обычно включают в себя такие элементы экономики, как обменные курсы и заработная плата, статистика занятости и связанные с ними факторы, такие как инфляция, рецессии и другие шоки — негативные и позитивные. Наем и безработица, вознаграждения работникам, факторы, влияющие на организационные операционные расходы, доходы и прибыль, зависят от глобальной, национальной, региональной экономики. [6] И другие факторы, которые включают мировую и государственную политику, стихийные бедствия, технологические изобретения и социокультурные силы. Важно помнить об этих аспектах при изучении организации, поскольку они все на неё влияют.



Рис. 1. Факторы влияющие на деятельность организации

Внешняя среда играет огромную роль в типах стратегий и действий, которые бизнес решает реализовать. Внешняя среда может влиять на конкурентоспособность, бюджетирование, принятие решений и маркетинговый комплекс.

Основным внешним явлением, в наибольшей степени влияющим на бизнес, является конкуренция.

**Конкуренция** — это процесс, в котором предприятия конкурируют друг с другом на рынке.

Большинство предприятий сталкиваются с жестокой конкуренцией. Объём и тип конкуренции в основном зависят от отрасли, в которой работает бизнес, то есть напрямую от внешней среды. [12; 8]

Если внешняя среда является аппаратом, под который надо подстраиваться, то внутренняя среда — это именно то, что нужно настроить для того, чтобы эффективно вза-

имодействовать с окружающими организацию процессами.

**Внутренняя среда** — это компонент бизнес-среды, который состоит из различных элементов, присутствующих внутри организации, которые могут влиять или могут быть затронуты выбором, действиями и решениями организации. Она охватывает климат, культуру, машины/оборудование, работу и рабочие процессы, сотрудников организации или косвенно/напрямую связанных с ней персон, методы управления. [13]

Другими словами, внутренняя среда относится к культуре, членам организации, событиям и факторам внутри организации, которые имеют возможность влиять на решения организации, особенно на состояние и поведение её человеческих ресурсов. Внутренняя среда влияет на всех людей, которые так или иначе связаны с организа-

цией: владельца, акционеров, генерального директора, совет директоров, сотрудников, заинтересованных лиц и так далее.

Внутренняя среда относится к условиям и ресурсам внутри организации. Она находится под контролем менеджера в долгосрочной перспективе. Он определяет ответственные сильные и слабые стороны фирмы.

**Сильные стороны** — это положительные внутренние характеристики фирмы, которые способствуют достижению желаемых целей.

**Слабые стороны** — это негативные внутренние характеристики, которые могут ограничивать деятельность организации.

Основная ответственность менеджеров состоит в том, чтобы понять, как наилучшим образом использовать важные элементы внутренней среды. Здоровая внутренняя среда помогает компании эффективно использовать свои внутренние ресурсы и быть конкурентно способной.

#### **Сущность внутренней и внешней среды организации**

Понимание внешней среды и значения влияния внешнего окружения организации появилось в управленческой мысли относительно недавно, только в конце 50-х годов. В это время вместе с пониманием у руководителей предприятий появилась и необходимость анализа и учёта внешних факторов воздействия при разработке и принятии управленческих решений для эффективного функционирования и дальнейшего развития в отрасли.

Этот вклад системного подхода стали считать одним из важных в науке управления, так как у руководителей поменялось восприятие самой организации. Они стали воспринимать организацию как целостную систему, которая помимо того, что состоит из взаимосвязанных и взаимодополняющих элементов, так еще соединена и зависима от факторов, находящихся за ее пределами.

Сущность внешней среды организации заключается в том, что она включает в себя все факторы, в том числе и контактные аудитории, с которыми организация взаимодействует в процессе выполнения той или иной деятельности (будь то повседневная или стратегическая).

В понятие внешней среды можно отнести абсолютно всё, что может извне повлиять на разработку и принятие управленческих решений в ходе деятельности организации. Фирма не может исключить элементы внешней среды из своего окружения, не может изменить направление воздействия практически всех факторов, но может приспособиться под их изменение при помощи детального анализа каждого элемента по отдельности и всех в совокупности, и дальнейшего принятия соответствующих решений исходя из результатов анализа. Внешняя среда не стоит на месте, она постоянно меняется, отсюда проявляется ее нестабильность. Неумение приспособляться к этим изменениям может вылиться в неудачи и огромные потери.

Рассматривая сущность внешней среды, стоит также отметить о некоторых ее особенностях. Например, анализ

внешней среды — есть процесс, при помощи которого определяются наиболее важные элементы, прогнозируются возможности организации, составляется план, если возникли непредвиденные обстоятельства, разрабатывается система предупреждения в случаях возможной угрозы и разрабатываются стратегии, которые преобразуют эти угрозы в прибыльные перспективы.

О сущности внешней среды можно сделать несколько умозаключений:

1. В структуру внешней среды организации входят субъекты рыночных отношений, оказывающие непосредственное влияние на определенное предприятие и те, которые являются общими для всех организаций в целом

2. На функционирование организаций оказывают влияние огромное количество факторов, которые могут быть как помощником для реализации имеющихся возможностей и открытию потенциала фирмы, так и серьезной угрозой потери всего приобретенного

3. Все компоненты оказывают разное влияние на деятельность организации, поэтому в зависимости от степени их действия, принято выделять факторы прямого и косвенного воздействия.

4. Кроме того, компоненты внешней среды организации связаны не только между собой, но и с факторами внешней среды. Это проявляется в уровне силы, с которой изменение одного фактора действует на другие элементы.

Внутренняя и внешняя среда неразрывно связаны, как показывает практика, нельзя повлиять на рост экономики, но можно скорректировать расходы в организации, чтобы подстроиться под уровень экономики.

Сущность внутренней среды изменялась по мере развития общества — сотрудники со временем из «трудовых ресурсов» стали человеческими ресурсами. Вопрос о социальных правах трудящихся также стал актуальнее. Формулировка компонентов внутренней среды помогла руководителям рациональнее использовать средства для развития своих компаний. Отношение к организации не как к разрозненной единице, а как к механизму, помогло понять, насколько большую роль играет внутренняя среда на рынке. Более того, поднялся вопрос о мотивации сотрудников для улучшения производительности. Миссия компании, её цели и задачи порождают коллективизм, который становится своеобразной нематериальной мотивацией участников компании идти на работу и прилагать усилия ради общего блага. Не стоит также забывать и о физических, а также технологических ресурсах, играющих немаловажную роль в современном мире. Работа над логистикой особенно актуальна, поскольку всегда выигрывала та компания, которая не только производила качественную продукцию, но и делала это быстрее всех. Технологии являются ноу-хау в настоящее время, так как они улучшают не только сферу производства продукта, но и являются важным ресурсом для обеспечения быстрой и надёжной адаптации к внешней среде и чрезвычайным обстоятельствам. За счёт развития в сфере технологий и транспорта, даже у маленьких предприятий

появилось гораздо больше задач, нуждающихся в выполнении, для которого и нужен человеческий ресурс, так что в наше время многие компании прибегают к аутсорсингу, который помогает, в какой-то степени, сократить траты на поиск и обслуживание персонала. *Аутсорсинг* — это заключение контракта одной организацией с другой, или же с частным лицом, о временном предоставлении услуг. Внутренняя бизнес-среда состоит из факторов внутри компании, которые влияют на успех и подход к работе. В отличие от процессов внешней среды, компания их контролирует. Важно распознавать потенциальные возможности и угрозы. Однако, управление сильными сторонами внутренних операций является ключом к успеху в бизнесе. [7, С. 24]

Роль руководства компании является важным внутренним фактором. Стиль руководства и управления влияют на организационную культуру. Некоторые последствия, которые являются результатом грамотного подхода к лидерству:

- Выгодное заключение сделок
- Организованная деятельность
- Благоприятная обстановка внутри коллектива
- Успешное конкурирование в области технологий
- Эффективное распределение бюджета и выполнение задач в кратчайшие сроки

Сущность внутренней среды организации, в отличие от внешней, раскрывается практически сразу после начала работы, так что без порядка внутри предприятия не может идти и речи о контроле окружающей обстановки.

#### **Характеристики внутренней и внешней среды организации**

Внешняя и внутренняя среда организации, как и любой другой процесс или явление имеют свои характеристики. [17, С.8] К внешним относятся:

##### **1. Неопределенность.**

Характеризуется постоянным изменением внешней среды, возникновением новых факторов, которые невозможно предсказать. Здесь важно понимать, что представления о внешней среде организации, о её строении и факторах, входящих в систему внешней среды, очень быстро могут стать необъективными. Также важным моментом здесь является количество имеющейся информации, если её мало или она не точная, то внешняя среда организации становится ещё более неопределенной.

##### **2. Сложность.**

Характеризуется не только количеством факторов внешней среды, влияющих на организацию, но и их разнообразием. Чем больше факторов, еще и из разных областей (политическая, социальная, экономическая и т. д.), тем тяжелее организации или предприятию спланировать свою деятельность, разрабатывать и принимать УР.

##### **3. Факторы внешней среды взаимосвязаны.**

Это означает, что факторы внешней среды влияют, как на организацию, так и на друг друга в процессе деятельности организации. Например, с ростом таможенной пошлины можно заметить рост цены и на импортные

товары. Также взаимосвязанность факторов характеризуется изменением всех факторов, если меняется какой-то один, потому что в совокупности они образуют единую систему.

##### **4. Подвижность.**

Данная характеристика говорит о скорости изменения внешней среды организации. Подвижность вокруг организаций может быть абсолютно разной. Наиболее быстрые изменения наблюдаются вокруг фармацевтической, химической отраслях, телекоммуникации и т. д. из-за постоянных изменений технологии производства и методов борьбы с конкурентами.

К внутренним относятся характеристики:

##### **1. Миссия и цели.**

Конкретные конечные состояния или желаемый результат, к достижению которого стремится группа людей, работая вместе. У организаций различных типов могут быть разнообразные цели. Организации в сфере бизнеса, например, производят товары или оказывают услуги с учетом ограничений по затратам и получаемой прибыли, что находит выражение в таких целевых показателях, как рентабельность (прибыльность), производительность, доля рынка, разработка новой продукции, качество услуг и т. д. Кроме того, должны быть определены цели подразделений. Миссия компании является нематериальным явлением, которое складывается в её лозунг, определяет будущее, сферу деятельности и причину её существования.

##### **2. Структура организации.**

Как внутренняя её переменная представляет собой взаимоотношения уровней и функциональных областей, то есть конструкцию организации, построенную в такой форме, которая обеспечивает достижение целей организации. Структура организации определяет способ, с которым деятельность предприятия направлена на достижения своих целей и выполнение задач. Эти действия включают делегирование задачи, координацию, собрания совета директоров, уровень профессионализма и другое — в общем и целом, организационная структура объясняет то, как работает организация, её рабочие процессы и особенности. Например, к видам организационной структуры относятся: матричная структура, функциональная структура, дивизиональная структура, бюрократическая структура и т. д.

##### **3. Задачи.**

В соответствии со структурой организации для каждой должности должен быть определен перечень задач, решение которых позволит в конечном итоге достичь целей организации.

##### **4. Корпоративная культура**

Корпоративная культура или иначе называемая организационной культурой относится к ценностям, убеждениям и поведению организации, которые определяют способ, которым сотрудники и руководство общаются и управляют внешними делами.

##### **5. Ресурсы.**

Для решения поставленных задач и достижения конечных целей организация должна быть обеспечена в необходимом количестве и соответствующего качества всеми видами ресурсов: трудовыми, материальными, денежными, информационными.

#### **6. Физические ресурсы и технологические возможности.**

Средство преобразования материала, поступающего на входе, в искомые продукты и услуги, получаемые на выходе. Необходимо выбрать эффективную для данной организации технологию и осуществлять технологические нововведения. Физические ресурсы относятся к материальным активам организации, которые играют важную роль в определении конкурентоспособности компании. Кроме того, технологические возможности подразумевают технические новшества и коммерческую силу организации.

#### **7. Человеческие ресурсы.**

Человеческие ресурсы являются наиболее ценным активом организации, поскольку успех или неудача организации во многом зависят от человеческих ресурсов организации. Одним из основных отличий человеческого ресурса является то, что он иррационален.

#### **8. Система ценностей**

Система ценностей состоит из всех тех компонентов, которые записываются во внутреннем кодексе организации. То есть это «правила поведения», основанные на: культуре, климате внутри организации, традициях, методах управления, взглядах и нормах организации. Они закреплены на официальном уровне и за их нарушение последуют соответствующие санкции.

#### **Методы анализа внутренней и внешней среды организации**

В этой части будут рассмотрены 2 основных метода анализа внешней и внутренней среды организации. SWOT и PESTEL анализы помогают определить факторы, негативно или позитивно влияющие на деятельность предприятия. [16] Таким образом, показывая сильные и слабые стороны компании, а также перспективы для дальнейшего развития, при правильном распределении ресурсов, а также стратегическом планировании деятельности на основе результатов анализа, предприятие сможет наиболее эффективно функционировать.

#### **PESTEL-анализ**

PESTEL-анализ: Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal. Анализ PESTEL — это стратегическая основа, обычно используемая для оценки бизнес-среды, в которой работает фирма. Традиционно эту структуру называли анализом PEST, что было аббревиатурой от слов «политический, экономический, социальный и технологический»; в более поздней истории рамки были расширены, чтобы включить экологические и правовые факторы. Анализ PESTEL используется управленческими группами и советами в их процессах стратегического планирования и организацией управления рисками предприятия. [3] Анализ PESTEL также является

очень популярным инструментом среди консультантов по менеджменту, чтобы помочь своим клиентам разрабатывать инновационные продукты и рыночные инициативы, а также в сообществе финансовых аналитиков, где факторы могут влиять на предположения модели и финансовые решения.

Ключевые моменты анализа PESTEL могут быть включены в другие структуры на уровне отрасли и фирмы, такие как матрица Ансоффа, 5 сил Портера и SWOT-анализ. [14]

*Политические факторы* — это те, которые обусловлены действиями и политикой правительства. Они включают, но не ограничиваются, такими аспектами, как:

- Корпоративное налогообложение
- Другие инициативы фискальной политики
- Споры о свободной торговле
- Антимонопольное законодательство и другие антиконкурентные вопросы

Стоит отметить, что даже наличие потенциальных торговых споров или антимонопольных вопросов может представлять существенные риски и возможности для управленческих команд. Разные позиции по ключевым вопросам между левыми и правыми партиями также могут сделать подготовку к выборам особенно сложной задачей для руководства фирмы, поскольку диапазон возможных результатов может значительно различаться в зависимости от результатов выборов.

Пример политического фактора: транснациональная компания закрывает несколько объектов в юрисдикции с более высоким налогообложением, чтобы перенести операции в регион с более низкими налоговыми ставками и/или большими возможностями государственного финансирования и грантов.

*Экономические факторы* связаны с более широкой экономикой и, как правило, носят чисто финансовый характер. [9] Они включают:

- Процентные ставки
- Уровень занятости
- Инфляция
- Курсы обмена

Многие аналитики в секторе финансовых услуг, как правило, придают первостепенное значение экономическим факторам в своём анализе, поскольку их легче измерить и смоделировать, чем некоторые другие факторы в этой структуре (которые носят несколько качественный характер).

Пример экономического фактора: в зависимости от того, где мы находимся в экономическом цикле и как меняется доходность казначейских облигаций, аналитик, занимающийся исследованием акций, может скорректировать ставку дисконтирования в своих предположениях модели; это может оказать существенное влияние на оценку компаний, которые они охватывают.

*Социальные факторы*, как правило, труднее поддаются количественной оценке, чем экономические. Они относятся к изменениям или эволюции подходов заинтере-

сованных сторон к жизни и отдыху, что, в свою очередь, может повлиять на коммерческую деятельность. Примеры социальных факторов:

- Демографические соображения
- Тенденции образа жизни
- Потребительские убеждения
- Отношение к условиям труда

Социальные факторы могут показаться незначительными по сравнению с более осязаемыми вещами, такими как процентные ставки или корпоративное налогообложение. Тем не менее, они могут иметь шокирующее влияние на целые отрасли, какими мы их знаем. Подумайте, как тенденции к более здоровому и активному образу жизни привели к развитию связанных фитнес-технологий, а также ко многим изменениям в характере пищевых продуктов, которые мы потребляем, и в том, как эти продукты упаковываются и продаются.

Пример социального фактора: после пандемии руководству технологической фирмы пришлось серьезно пересмотреть методы найма, адаптации и обучения после того, как подавляющее число сотрудников отдали предпочтение гибридной модели работы на дому.

**Технологический фактор.** В современном бизнес-ландшафте технологии повсюду, и они быстро меняются. Как управленческие команды, так и аналитики должны понимать, как технологические факторы могут повлиять на организацию или отрасль. Они включают, но не ограничиваются:

- Автоматизация
- Как исследования и разработки (НИОКР) могут повлиять как на затраты, так и на конкурентное преимущество
- Технологическая инфраструктура (например, 5G, IoT и т. д.)
- Информационная безопасность

Скорость и масштабы технологических изменений в современной бизнес-среде беспрецедентны, и они оказали разрушительное воздействие на многие традиционные предприятия и сектора — например, Uber перевернул транспортную отрасль или появление электронной коммерции, революционизировавшей розничную торговлю, какой мы её знаем.

Пример технологического фактора: группа управления должна взвесить практические и финансовые последствия перехода от локальных физических серверов к облачному решению для хранения данных.

**Факторы окружающей среды** стали разумным дополнением к исходной концепции PEST, поскольку бизнес-общество начало осознавать, что изменения в нашей физической среде могут представлять материальные риски для организаций. Примеры экологической составляющей:

- Углеродный след
- Последствия изменения климата, включая физические риски и риски при транспортировке
- Увеличение числа случаев экстремальных погодных явлений

— Управление природными ресурсами (например, пресной водой)

Факторы окружающей среды в анализе PESTEL будут значительно пересекаться с теми, которые обычно выявляются в анализе ESG (экологический, социальный, корпоративное управление и экономическое процветание). На самом деле, широко распространено мнение, что добавление факторов окружающей среды в структуру PESTEL произошло из-за растущей популярности таких концепций, как CSR (корпоративное управление и экономическое процветание) и ESG.

Пример экологического фактора: руководство публичной компании должно пересмотреть инструменты внутреннего учёта и отчётности, чтобы отслеживать выбросы парниковых газов после того, как фондовая биржа объявила об обязательном раскрытии информации о климате и ESG для всех зарегистрированных на бирже компаний.

**Правовые факторы** — это факторы, возникающие в результате изменений в нормативно-правовой среде, которые могут повлиять на экономику в целом, определенные отрасли или даже отдельные предприятия в конкретном секторе. Они включают, но не ограничиваются:

- Регулирование отрасли
- Лицензии и разрешения, необходимые для работы
- Законы о занятости и защите прав потребителей
- Защита ИС (интеллектуальной собственности)

Регулирование отрасли может приносить как пользу, так и вред для управленческой деятельности руководителей организаций. Примером негативного воздействия могут быть повышенные требования к капиталу для финансовых учреждений. [11, с. 46] А примером положительного воздействия служит ситуация, когда регулирование в определенной отрасли (например, в производстве продуктов питания) настолько суровое, что оно может служить защитным рвом для действующих организаций, создавая дополнительный барьер, препятствующий появлению потенциальных новых конкурентов.

Пример юридического фактора: рейтинговое агентство оценивает кредитоспособность технологической фирмы, имеющей значительные перспективы роста на развивающихся рынках. Аналитик должен сопоставить эту траекторию роста с неотъемлемым риском кражи ИС в некоторых юрисдикциях, где правовая инфраструктура слаба. Кража ИС может серьезно подорвать конкурентное преимущество фирмы.

#### SWOT-анализ

SWOT-анализ расширяется как: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Внутренние факторы бизнеса часто изучаются в SWOT-анализе. Матрица SWOT — это структурированный метод планирования. Данный вид анализа используют для того, чтобы проанализировать компанию и её окружение. Он оценивает сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Сильные и слабые стороны проекта или бизнеса являются

внутренними факторами, а возможности и угрозы являются внешними элементами. [15]

— SWOT используется для оценки внутренних и внешних факторов, влияющих на относительные преимущества и недостатки компании.

— SWOT-анализ обычно используется в сочетании с другими системами оценки, такими как PESTEL и пять сил Портера.

Результаты SWOT-анализа помогут аналитическому сообществу информировать о предположениях модели.

**Сильные стороны** — это особенности бизнеса, которые позволяют работать эффективнее конкурентов. Специальные технические знания специалистов и руководителей важно грамотно оценить и распределить, тогда они станут сильной стороной. Для этого руководителю или специальному отделу нужно рассмотреть не только результаты работы каждого департамента, но и индивидуальные способности каждого сотрудника. Только тогда будет возможно наладить наиболее продуктивную организационную структуру. Также стоит уделять особое внимание мнению покупателей и клиентов — смотреть на обратную связь всех, с кем взаимодействует компания. Сильными сторонами могут быть любые области или характеристики, в которых компания превосходит конкурентов и имеет преимущество на рынке. Преимущества могут быть более качественными по своей природе и, следовательно, их трудно измерить (например, отличная корпоративная культура, сильная узнаваемость бренда, запатентованная технология и т. д.), или они могут быть более количественными (например, лучшая в своем классе маржа, оборачиваемость запасов выше среднего, лучшую в категории рентабельность собственного капитала и т. д.).

Важно смотреть максимально объективно, при попытке найти сильные стороны компании, есть несколько вопросов, которые помогают это сделать:

Что у компании хорошо получается?

Какие преимущества есть перед конкурентами?

Что может выделить компанию на рынке?

**Слабые стороны** — это области, которые можно улучшить. Стоит узнать, обладает ли компания продуктами, навыками или технологиями, которые могут привлечь клиентов. Как и сильные стороны, они также могут быть более качественными или количественными. Примеры включают неопытное руководство, высокую текучесть кадров, низкую (или снижающуюся) маржу и активное (или чрезмерное) использование долга в качестве источника финансирования [5]. Кроме того, важно определить низкая ли производительность или более высокая база затрат у предприятия, чем у конкурентов, правильно ли распределён бюджет. Зачастую недостатки порождает именно бюрократизм — некачественная работа отделов с документами, халатное отношение.

Руководителю надо реалистично смотреть не только на преимущества компании, но также и на её недостатки. С этим помогут вопросы:

— Чем предприятие хуже конкурентов?

— Есть ли перспектива на рост в отстающих сферах внутри компании?

— Чего организации следует избегать?

— Что приводит к проблемам или жалобам?

Говоря о **возможностях**, следует выделить внешние факторы, представляющие потенциальные области роста или улучшения для бизнеса. Существуют такие возможности, как растущий общий адресуемый рынок (ТАМ), технологические достижения, помогающие повысить эффективность, или изменения в социальных нормах, которые создают новые рынки или новые подsegmenty существующих рынков.

**Угрозы** — это внешние силы, представляющие риски для бизнеса и его способности работать. Характеристики, как правило, аналогичны «возможностям», но противоположны по направлению. Рассмотрим такие примеры, как упадок отрасли (то же самое, что и сокращение ТАМ), технологические инновации, которые могут нарушить существующий бизнес и его операции, или развивающиеся социальные нормы, которые делают существующие предложения продуктов менее привлекательными для растущего числа потребителей. [2 с.32]

SWOT-анализ редко проводится изолированно; обычно он составляет часть более широкого бизнес-анализа. И хотя SWOT-анализ сам по себе является основой для оценки, он также является эффективным инструментом для обобщения других результатов. [4]

Например, аналитик не может по-настоящему оценить сильные и слабые стороны компании без предварительного понимания бизнеса и отрасли. Они могут захотеть использовать другие инструменты и платформы для достижения этой цели, в том числе:

— Дельта-модель Хакса поможет понять конкурентное позиционирование.

— Матрица Ансоффа поможет визуализировать относительный риск стратегий роста управленческой команды.

— Анализ финансового коэффициента поможет определить тенденции (в годовом исчислении), а также относительную эффективность фирмы (с использованием данных сравнительного анализа).

Тоже самое относится и к внешним факторам — возможностям и угрозам. Почти невозможно понять их, не рассмотрев сначала:

Жизненный цикл отрасли. Работает ли бизнес в растущей, зрелой или падающей отрасли? Это само по себе сообщает как о возможностях, так и об угрозах.

Анализ более широкой бизнес-среды или самой отрасли — можно взять в качестве примера такие фреймворки, как PESTEL или 5 сил Портера.

Наиболее важное качество внутренних факторов заключается в том, что есть возможность контролировать большинство из них. Изменение в среде часто влечёт за собой косвенные затраты. Некоторые факторы являются результатом политики компании. Примером этого может служить репутация, кредитоспособность и имидж. Другие

факторы зависят от управленческих решений руководства. В качестве примера можно привести организационную структуру и штатное расписание.

**Исследовательская часть**

Путем анкетирования было опрошено 133 респондента из разных возрастных групп по поводу вопросов, связанных с внешней и внутренней средой организаций, в которых они работают.

В анкетировании приняли участие лица разных возрастных групп — это показано на Рисунке 2. Большинство опрошенных (42,9 %) было от 18 до 25 лет

- до 18–3 %
- от 18 до 25–42,9 %
- от 26 до 35–9 %
- от 36 до 50–39,1 %
- От 50–6,8 %

Возраст  
133 ответа

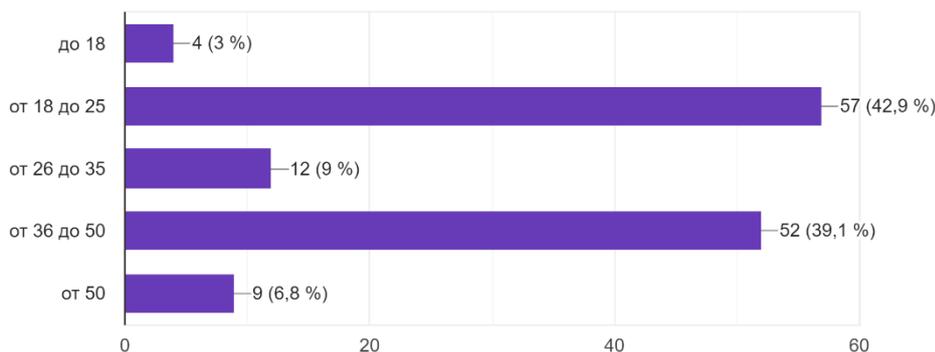


Рис. 2. Возрастные группы опрошенных

Далее мы рассмотрим более подробно каждый вопрос по отдельности.

В первой диаграмме (Рисунок 2) показаны результаты опроса путём ранжирования от 1 до 5, ввиду которого мы можем сделать вывод, что возрастная группа людей от 36

до 50 лет и возрастная группа людей до 18 лет наиболее удовлетворены психологической обстановкой внутри организации, в которой они работают. Группа лиц от 18 до 25 лет, в свою очередь, имеют большее количество претензий к атмосфере внутри компании.

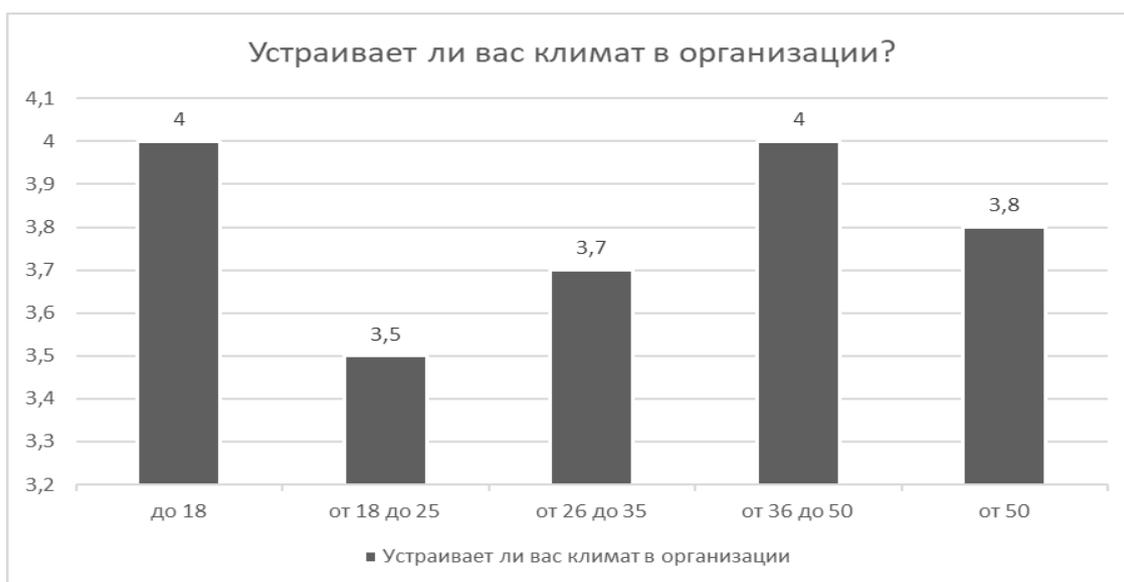


Рис. 3. Показатели удовлетворённости климата в организации

Путём вычисления среднего значения и перенесения его в процентное соотношение, мы получили показатель степени удовлетворенности в самореализации в процессе выполнения должностных обязанностей по достижению

целей организации. Согласно диаграмме (рисунок 4) показатели группы респондентов до 18 лет и респондентов от 50 лет оказался наибольшим — 33,3 %. Это может быть связано с тем, что лица до 18 лет не имеют завышенных

ожиданий касаясь своего участия в жизни организации, а респонденты от 50 лет возможно имеют достаточное ко-

личество опыта для оценки своих способностей и обязанностей в достижении целей предприятия.



Рис. 4. Показатели удовлетворённости ролью в достижении целей организации

В диаграмме «Трудно ли вам получить информацию, чтобы принимать лучшие решения на работе?» (Рисунок 5) результаты оказались следующими: лицам до 18 лет оказалось проще всего находить информацию, связанную со

своими обязанностями и возникающими вопросами в процессе решения рабочих задач. Это может быть связано с тем, что их должностные обязанности ввиду их стажа могут не иметь такой сложности, как у остальных респондентов.



Рис. 5. Показатели труднодоступности информации

К основным факторам во внешней среде, которые наиболее склонны к постоянным изменениям относятся: экономические, политические, технологические, социально-культурные и факторы окружающей среды. Мы можем получить информацию об изменениях во внешней среде разными способами. Например, через новости, общение

с другими людьми или непосредственно через организацию, в которой мы работаем.

Результаты опроса (Рисунок 6) показали, что возрастная группа людей от 50 лет наиболее часто отслеживает изменения во внешней среде организации, а именно каждый день. В свою очередь, в категории опрошенных

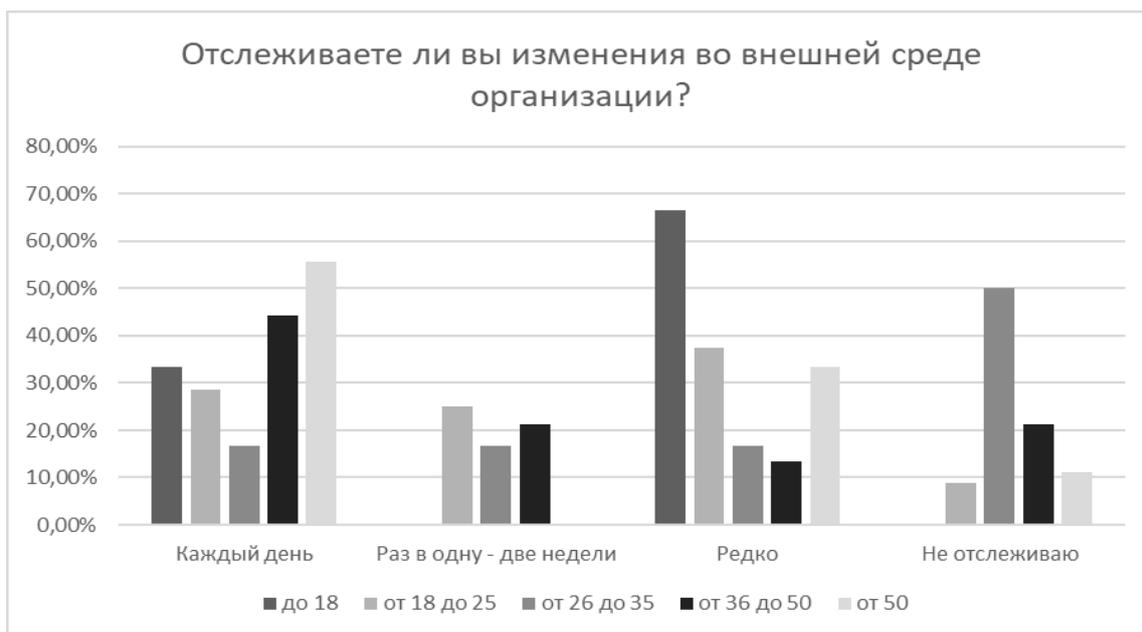


Рис. 6. Показатели отслеживания изменений во внешней среде

в возрасте от 26 до 35 лет 50 % не отслеживает изменения во внешней среде предприятия.

По мнению большинства опрошенных (Рисунок 7) изменения в мире не сильно повлияли на организацию, в ко-

торой они работают. Предприятие не понесло сильных потерь в процессе деятельности, организационной структуре, прибыли и целевом сегменте из-за нынешней политико-экономической, социально-культурной обстановки.

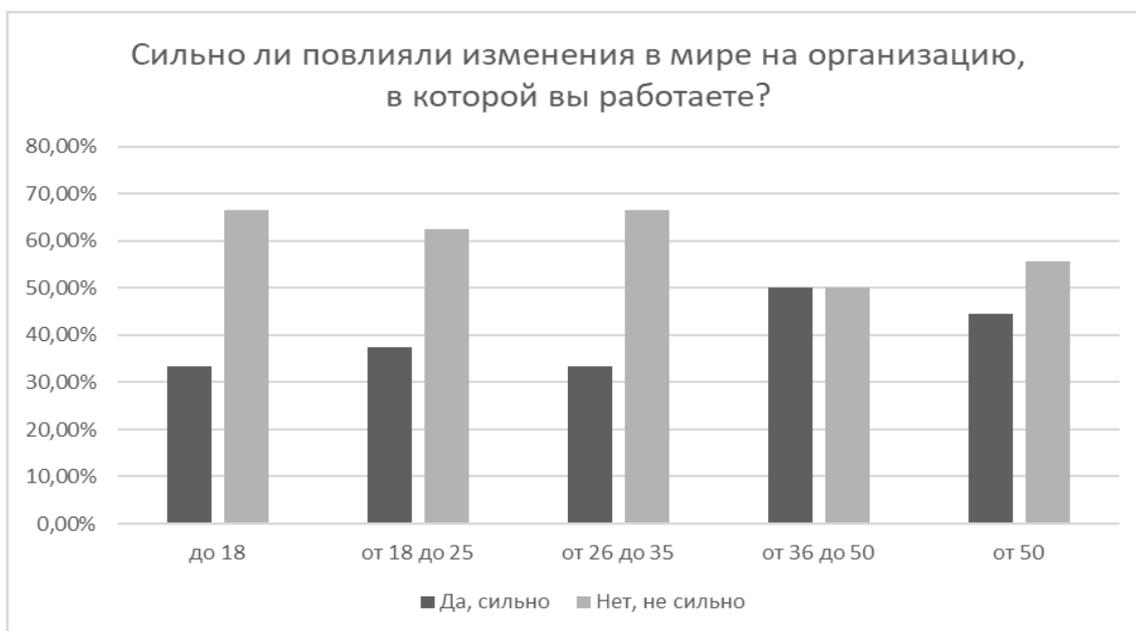


Рис. 7. Мнение респондентов касемо влияния изменений в мире на организацию

Наиболее вовлеченными категориями сотрудников являются респонденты в возрасте от 26 до 50 лет. Это может быть связано их опытом и занимаемой ими должностью. В свою очередь, опрошенных в возрасте от 18 до 25 лет реже всего руководители вовлекают в процесс принятия решений внутри организации, связанных с ее управленческими задачами. (Рисунок 8)

В данной диаграмме (Рисунок 9) оценивалось мнение людей касемо объема их вклада в решение поставленных задач. Категория людей от 50 лет считает, что они выходят за рамки своих возможностей при реализации полномочий в рамках поставленных перед ними задач. Сотрудники от 36 до 50 лет не считают, что в полной мере вкладываются в рабочий процесс.



Рис. 8. Показатели вовлечённости сотрудников в процесс принятия решений

Большинство респондентов считают, что организация использует в своей деятельности справедливую политику по отношению ко всем сотрудникам в рамках продвижения по карьерной лестнице. (Рисунок 10)

Также в рамках опроса было задано 2 вопроса с ответом в открытой форме, в результате которых были получены следующие сведения:

1. Что вас не устраивает в вашей работе?

У большинства отвечающих нет претензий относительно работы, их «всё устраивает». Также удалось выяснить ряд аспектов, которые не устраивают сотрудников компании. К ним относятся такие, как заработная плата,

высокая нагрузка и отсутствие свободного после работы времени, условия труда и беспорядок в организационной структуре. Помимо этих факторов респонденты не удовлетворены коллективом и отношением начальства, не налаженной обратной связью, а также отсутствием уверенности в завтрашнем дне.

В качестве примера приведем несколько развернутых ответов:

— Работодатель постоянно дает мне сверхурочную работу, хотя знает, что у меня есть дети и я хотел бы с ними видеться

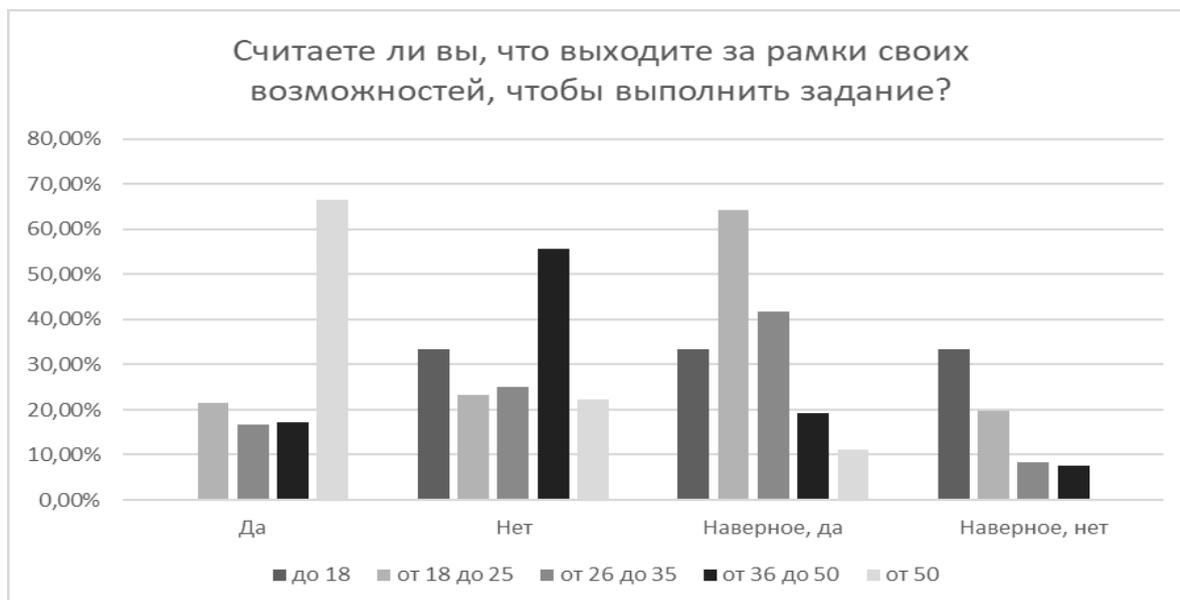


Рис. 9. Мнение опрошенных насчёт их вклада в рабочий процесс

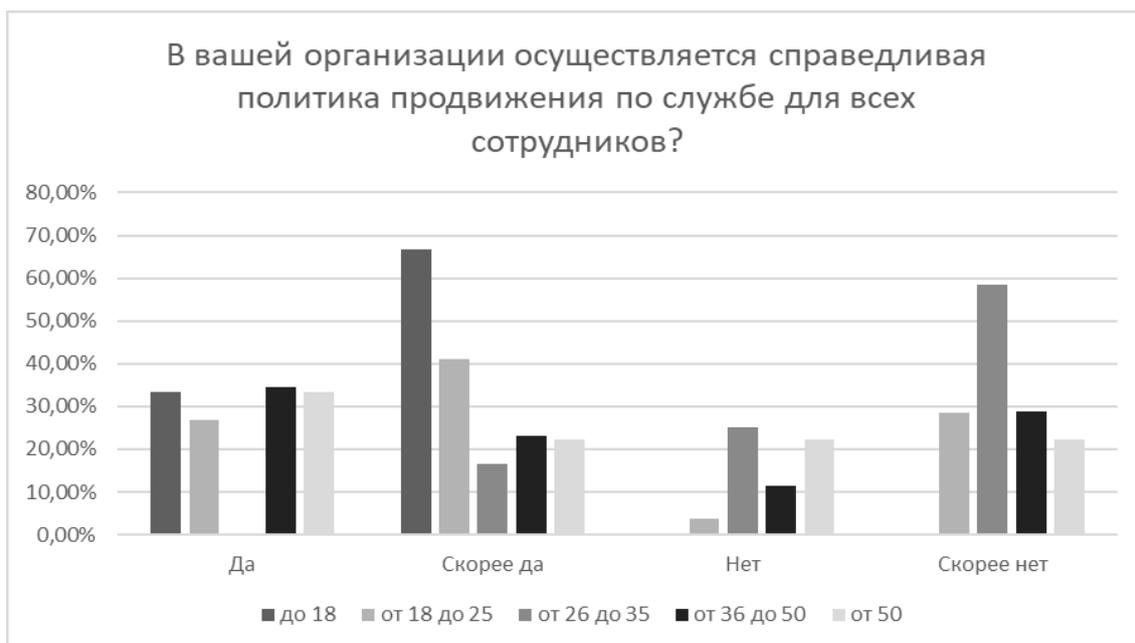


Рис. 10. Мнение респондентов касемо политики продвижения в организации

— Неравномерный вклад работников в осуществление проекта, и посредственная иерархия с некорректно подобранными сотрудниками

— Нехватка медицинского персонала, исходя из этого, условия труда не во всех гос. структурах адекватные; нехватка расходных материалов; многие медицинские препараты перестали поставляться в нашу страну, из-за этого приходится находить аналоги, что влияет на адекватность лечения пациентов не только в плане правильности выбора препарата, но и со стороны финансов (это больше к ситуации в стране в целом, политика).

2. Какие факторы больше всего влияют на вашу организацию?

В этом вопросе мы попросили участников анкетирования более подробно рассказать о том, какие факторы наиболее влияют на их организацию. Большинство отвечающих, а именно 38 человек ответили, что такими факторами являются политический и экономический. Были выделены также и другие факторы:

- Погодные условия
- Изменения в налоговом законодательстве
- Недостаточное импортозамещение
- Платёжеспособность клиентов
- Некомпетентность руководства
- Возможность получать доход от зарубежных сервисов

- Увеличение роста ДТП на дорогах страны
- Текучесть кадров
- Отсутствие видимого желания инвестировать в интересах развития организации и продукта

— В период Covid-19 работа многих предприятий была приостановлена или закрыта.

Таким образом, подводя итог, стоит еще раз отметить, что состояние внутренней и внешней среды орга-

низации сильно сказывается на её деятельности и конкурентоспособности в мире предпринимательства. Для того, чтобы компания могла развиваться в условиях весьма неопределенной и быстро меняющейся внешней среды, организация должна помимо того, что уметь приспосабливаться к её изменениям и оперативно принимать управленческие решения, так ещё отслеживать и контролировать показатели внутриорганизационного влияния. Тем самым формировать своё будущее. В связи с этим, особое значение на сегодняшний день имеет стратегия организации, основой которой считается анализ внутренней и внешней среды и учёт влияния их факторов на различные сферы деятельности организации.

Анализ факторов двух сред воздействия на организацию — это особенно важный для разработки и принятия управленческих решений и одновременно очень сложный процесс, который требует досконального отслеживания процессов, которые происходят в анализируемых средах, правильной оценки факторов и установления связи между ними и как факторы влияния соотносятся с сильными и слабыми сторонами организации, а также сюда относятся возможности и угрозы, которые заключены во внешней среде, которые сказываются на состоянии внутренней. Безусловно, организация не может нормально осуществлять свою деятельность, не зная среды, в которой она обитает и осуществляет свою жизнедеятельность.

Каждая организация сама выбирает из всего огромного многообразия методов анализа наиболее подходящий и удобный для себя. Однако, чтобы проанализировать влияние факторов на организацию, ей необходимо, в первую очередь, учитывать особенности используемого вида анализа. Далее учитываются основные характери-

стики внешней и внутренней среды, возможное влияние на функционирование и процесс разработки и принятия управленческих решений организацией. Необходимо брать во внимание все основные положения анализа внешней среды для достижения наиболее эффективного результата организации.

#### Литература:

1. Аршунина М.В, среда предприятия / Мария Аршунина. — М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. — 220 с.
2. Лысоченко, А. А., Свиридов О. Ю. Теоретические основы стратегического управления: Учебник / А. А. Лысоченко, О. Ю. Свиридов. — Ростов н/Д.: Содействие — XI век, 2016. — 420 с
3. Воротников, И.И., Крохалев, А. А. Методы анализа внутренней среды предприятия / И. И. Воротников, А. А. Крохалев // Молодежь и наука. — 2019. — № 5. — с. 31.
4. SWOT-анализ // Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT>. — Дата доступа: 27.04.2023.
5. Минаева, Е. В. Развитие современных систем управления изменениями внутренней среды организации. / Е. В. Минаева // Ученые записки СКАГС. — 2015. — № 2
6. Фудина, Е. В. Методология стратегического анализа внешней и внутренней среды организации. / Е. В. Фудина // Региональные проблемы устойчивого развития сельской местности сборник статей XI Международной научно-практической конференции. — 2014. — 204–208 с.
7. Теория менеджмента: теория организации: учебное пособие / В. Н. Родионова, О. Г. Туровец. — 2-е изд., доп. — Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2020 — 178 с.
8. Мокроносов А.Г, Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина // — Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. — 194 с.
9. Баранов, В. В. Финансовый менеджмент / Баранов В. В // Механизмы финансового управления предприятием в традиционных и наукоемких отраслях: Учеб. Пособие. М.: Дело, 2017. — 272 с.
10. Садыкова, Л. Г. Внешняя и внутренняя среда организации: сборник трудов конференции. / Л. Г. Садыкова, М. Р. Каримов // Право, экономика и управление: актуальные вопросы: материалы Всеросс. науч.-практ. конф. / ред.: ИД «Среда», 2021. — с. 74–78.
11. Павлюкова, А. В. Методология моделирования внутренней среды организаций и эффективность его использования / А. В. Павлюкова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2017. — с. 45–50.
12. О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках: федеральный закон РФ от 22.03.1991 г. № 948-1 (с изменениями от 30.12.2001 г.). URL: <http://base.garant.ru/105108>.
13. Тухватулина, Л. Р. Понятие внешней среды в современном менеджменте / Л. Р. Тухватулина // Вестник науки Сибири. — 2016. — с. 21–24.
14. Никифорова, Е. В. Содержание и источники информации стратегического анализа внешней и внутренней среды организации / Е. В. Никифорова, Л. Ф. Бердникова, В. А. Авинова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2015. — с. 79–81.
15. Гвозденко, А. Н. SWOT-анализ: методики проведения и возможности применения на российских предприятиях / А. Н. Гвозденко // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2016. — с. 144–156.
16. Баумгартен, Л. В. Методы анализа макросреды организации, основанные на группировке факторов / Л. В. Баумгартен // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2015. — с. 22–30.
17. Suryana, T., Sudirman I., Rusliati E. External and Internal Environment, and Business Ethic on Business Partnership and its Implication on Small Enterprise Performance in West Java / T. Suryana, I. Sudirman, E. Rusliati // Trikonomika Volume 16, No. 1–2017. — С. 8–20.

## Риски предпринимательской деятельности и основные пути их минимизации

Нагорная Виктория Сергеевна, студент

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

*Актуальность статьи заключается в необходимости исследования увеличения рисков предпринимательской деятельности в условиях нарастания внешнеэкономических ограничений и ужесточения кризисных явлений. Это во многом связано с тем, что глобальная конкуренция, нашедшая свое отображение в стратегиях развития многоуровневой экономической системы, потребовала ускоренного освоения инноваций, постоянного обновления технологий, соответствующих современному состоянию общества. В этой связи в экономическом пространстве современной России и предпринимательской деятельности, как одного из уровней этого пространства, особое значение приобретают такие методы внедрения управления рисками, которые были бы релевантными особенностям трансформационного периода.*

**Ключевые слова:** категории рисков, предприятие, управление, предпринимательская деятельность, минимизация рисков.

В условиях геополитической нестабильности и возросшей необходимости сдерживания новых видов предпринимательских рисков, предприятия нуждаются в новых эффективных инструментах управления.

Исследованию неопределенностей и рисков посвящены труды таких видных зарубежных и отечественных ученых, как П. Бернстайн, М. И. Королев, А. Маршалл, Л. Е. Майстров, Ф. Х. Найт, Д. Канеман, А.Тверски. Большой вклад в изучение предпринимательских рисков, построение и классификацию механизмов управления рисками внесли такие исследователи, как В. А. Абчук, Л. В. Зозолук, А. П. Альгин, Г. Б. Клейнер, И. Т. Балабанов, С. В. Валдайцев, В. М. Гранатуров, Н. Б. Ермасова, Р. М. Качалов, Б. З. Мильнер, В. В. Ковалев, М. Г. Лапуста, В. Л. Тамбовцев, Л. Н. Тэпман, В. Н. Уродовских, А. Х. Цакаев, Е. М. Четыркин, Л. Г. Шаршукова, В. В. Шахов, П. Д. Половинкин и другие.

Деловые риски относятся к потенциальному ущербу, с которым компания может столкнуться в своей повседневной деятельности. Существуют различные типы бизнес-рисков, с которыми может столкнуться компания, и каждый тип может иметь различное влияние на организацию. Вот некоторые из наиболее распространенных типов бизнес-рисков и их значение:

1. Финансовый риск. Этот тип риска связан с финансовым состоянием компании. Он включает в себя такие риски, как банкротство, финансовое мошенничество и колебания обменного курса валюты.

2. Операционный риск. Этот тип риска относится к рискам, возникающим в результате повседневных деловых операций. Сюда входят такие риски, как отказ оборудования, нарушение цепочки поставок и ошибки сотрудников.

3. Стратегический риск. Этот вид риска связан с долгосрочной стратегией компании. Он включает в себя такие риски, как сдвиги на рынке, конкуренция и изменения в законодательстве.

4. Риск несоответствия. Этот тип риска относится к риску несоблюдения законов и правил. Сюда входят такие риски, как штрафы, судебные иски и ущерб репутации.

5. Репутационный риск. Этот вид риска относится к риску нанесения ущерба репутации компании. Он включает в себя такие риски, как негативная огласка, неудовлетворенность клиентов и негативная реакция в социальных сетях.

6. Экологический риск. Этот вид риска связан с риском нанесения ущерба окружающей среде в результате деятельности компании. Он включает в себя такие риски, как загрязнение, удаление отходов и изменение климата.

7. Риски создания бизнеса. Начинающий предприниматель сталкивается с ним в начале своей деятельности. К данному риску можно отнести: некорректное изучение спроса на рынке, пренебрежение налогами, чрезмерный оптимизм в отношении оценки макроэкономической ситуации, отсутствие необходимых финансовых счетов и другие.

Понимание и управление этими типами бизнес-рисков имеет важное значение для выживания и успеха любой компании. Выявляя и снижая риски, компания может защитить себя от потенциального вреда и улучшить свою общую производительность.

Расчет вероятности возникновения рисков является неотъемлемой частью управления рисками. Важно определить потенциальные риски и вероятность их возникновения, чтобы свести к минимуму их влияние на организацию. После выявления рисков следующим шагом является определение их приоритетности на основе вероятности их возникновения и влияния на организацию.

Для расчета вероятности возникновения рисков можно предпринять следующие шаги:

1. Идентифицировать потенциальные риски: это включает в себя выявление потенциальных рисков, которые могут возникнуть в организации. Эти риски могут быть основаны на прошлом опыте, отраслевых тенденциях или внутренних факторах.

2. Определить вероятность возникновения: после выявления рисков важно определить вероятность их возникновения. Это можно сделать с помощью анализа данных, мнений экспертов или отраслевых исследований.

3. Присвойте рейтинг вероятности: на основе вероятности возникновения присвойте рейтинг вероятности

каждому риску. Это можно сделать по шкале от 1 до 10, где 1 означает наименьшую вероятность, а 10 — наибольшую вероятность.

4. Расставьте риски по приоритетам: после того, как рискам будет присвоен рейтинг вероятности, определите их приоритеты в зависимости от их влияния на организацию. Это включает в себя оценку потенциальных последствий каждого риска и определение того, какие риски являются наиболее важными для организации.

К основным направлениям минимизации рисков относятся:

1. Избегание риска: это включает в себя избегание действий или ситуаций, которые могут привести к риску. Например, если проект считается слишком рискованным, организация может принять решение не реализовывать его.

2. Снижение риска: это включает в себя принятие мер по снижению воздействия риска. Это можно сделать, приняв меры безопасности или план действий в чрезвычайных ситуациях.

3. Передача риска: включает передачу риска другой стороне, например, посредством страхования или аутсорсинга.

4. Принятие риска: это включает в себя принятие того, что риск может возникнуть, и подготовку к устранению последствий.

Это часто бывает, когда стоимость предотвращения или снижения риска превышает потенциальное воздействие риска.

Таким образом, расчет вероятности возникновения рисков и минимизация их влияния на организацию имеют решающее значение для эффективного управления рисками. Выявляя потенциальные риски и внедряя стратегии по минимизации их воздействия, организации могут защитить себя и обеспечить свой долгосрочный успех.

Управление предпринимательскими рисками осложняется текущим экономическим и политическим положением страны в мире, что сказывается на экономических процессах всех предпринимательских структур. Эти политические и экономические сдвиги непосредственно влияют на характер конкуренции, что способствует поиску новых инструментов минимизации предпринимательских рисков в управлении предпринимательскими структурами на современном этапе. В новых реалиях глобализации и информатизации всех областей человеческой жизни прежние механизмы управления коммерческими структурами испытывают необходимость в трансформации прежних подходов к управлению предпринимательскими рисками.

#### Литература:

1. Бочарова, О. Ф. Проблемы управления предпринимательским риском в условиях неопределенности / О. Ф. Бочарова, Н. А. Левочкин // Деловой вестник предпринимателя. — 2022. — № 8(2). — с. 57–60.
2. Демидова, Н. Е. Проблемы управления предпринимательским риском в условиях неопределенности / Н. Е. Демидова, А. А. Жирова, С. М. Белоусова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 2(84). — с. 47–54.
3. Кеся, А. Предпринимательские риски в России: виды и методы снижения предпринимательского риска / А. Кеся // Инновационная экономика и современный менеджмент. — 2021. — № 5(36). — с. 18–22.
4. Немцев, В. Н. Теоретико-методологические и гносеологические аспекты научного понятия риска / В. Н. Немцев, М. Н. Киселев // — 2017. — № 2(10). — с. 4–18.
5. Родионова, С. Н. Предпринимательские риски: демотивация или стимул к предпринимательству? Обзор основных подходов к определению предпринимательского риска / С. Н. Родионова // Корпоративная экономика. — 2022. — № 2(30). — с. 61–67.

## Важность электронной коммерции для экономического развития

Нобатова Ниязсолтан Оразмухаммедовна, старший преподаватель  
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

*Целью настоящего исследования является изучение влияния электронной коммерции на международную торговлю и занятость. Объем международной торговли увеличится за счет электронной коммерции. Страны, открытые для импорта из стран с высоким уровнем дохода, выиграют от распространения знаний. Кроме того, ожидается, что электронная торговля будет создавать и уничтожать рабочие места.*

*Ключевые слова:* электронная коммерция, международная торговля, занятость.

Электронная торговля открывает беспрецедентные возможности как для развивающихся, так и для развитых стран. Развитие технологий пошло на пользу меж-

дународному бизнесу. Различные виды использования Интернета коммерческими организациями включают в себя возможность рекламировать, генерировать или

иным образом выполнять обычные бизнес-функции. Поэтому многие фирмы используют Интернет для многих видов своей деятельности. Одним из последствий электронной коммерции является усиление конкуренции

и предоставление преимуществ потребителям в виде более низких цен и большего выбора. Преимущества электронной коммерции для экономики подразделяются на три группы (рис. 1):



Рис. 1. Группы экономики

Сочетание технологических и рыночных факторов вынудило компании пересмотреть и переосмыслить свои стратегии цепочки поставок. Чтобы оставаться конкурентоспособными, фирмы стремятся к большей координации и сотрудничеству между партнерами по цепочке поставок, чтобы устранить неэффективность, которая может существовать в рамках сделок фирм. Многие транзакции могут быть осуществлены извне, через электронные рынки. Таким образом, Интернет и его приложения способствовали совершенствованию процесса повышения эффективности управления цепочками поставок. Более того, ИКТ позволяют фирмам определять рынок ресурсов, необходимых им для производства, и существенно снижают затраты на сбор и обработку информации о ценах и исходных характеристиках различных товаров и услуг. Кроме того, ИКТ упрощают интеграцию удаленных операций и управление ими без непомерных затрат. Усовершенствованные ИКТ позволяют организовать оптимизированные операции в местах с низкими затратами внутри страны и в странах, где имеются сравнительные преимущества при выполнении задач, переданных на аутсорсинг. Таким образом, электронная коммерция облегчает усилия компаний по разделению и передаче всех мыслимых видов деятельности в производственном процессе организациям за пределами фирмы.

**Влияние электронной коммерции на международную торговлю и занятость.** Электронная торговля открывает важные возможности как для развивающихся, так и для развитых стран. Развитие электронной коммерции, вероятно, окажет как прямое, так и косвенное воздействие на международную торговлю, а также на рынки труда.

Использование электронных средств и Интернета может сделать процесс инициирования и осуществления торговли намного проще, быстрее и дешевле. Сбор информации является дорогостоящим мероприятием, когда речь идет о получении информации через национальные границы. На самом деле эти издержки могут быть настолько высокими, что их можно считать существенным препятствием для торговли. Поиск подходящего поставщика, определение требований к продукту и его качества, переговоры о цене, организация поставок и маркетинг продукции также обходятся очень дорого. С помощью Интернета и приложений для электронной коммерции

целый ряд этих действий может осуществляться без непосредственной физической близости покупателя и продавца. В этом отношении Интернет, вероятно, будет способствовать развитию торговли во многом таким же образом, как и снятие других торговых барьеров. Таким образом, именно объем международной торговли, скорее всего, увеличится.

Однако будет ли электронная коммерция способствовать развитию международной торговли, будет зависеть от характера товара. С одной стороны, ряд продуктов, которые традиционно требовали физической доставки, могут быть доставлены клиенту через сеть в цифровом виде. С другой стороны, большинство товаров, которыми торгуют на международном уровне, не могут быть доставлены в цифровом виде, и поэтому транспортные расходы по-прежнему будут играть значительную роль.

Электронная коммерция также окажет значительное влияние на торговлю услугами. Наиболее важным изменением в торговле услугами является способность электронной коммерции и информационных технологий превращать неторгуемые услуги в доступные для торговли. Виды деятельности, которые ранее были неторгуемыми (например, исследования и разработки, бухгалтерский учет, управление персоналом, маркетинг, реклама и дистрибуция), будут осуществляться с использованием электронной коммерции. Все, что требуется, — это чтобы качество, скорость и стоимость связи между покупателем и продавцом были адекватными. Международная трансграничная торговля широким спектром услуг, финансовых, юридических, телекоммуникационных и специализированного программного обеспечения будет все чаще осуществляться с помощью электронных средств.

Интернет эффективно открывает рынки, которые ранее были закрыты; возникает соблазн рассматривать его как еще одну форму либерализации торговли. Техническое совершенствование снижает операционные издержки и приносит гораздо большие выгоды, чем трехсторонний выигрыш в эффективности от либерализации торговли. Действительно, снижение издержек увеличивает потенциальные выгоды от либерализации торговли во многих секторах услуг. Поскольку расходы на связь продолжают снижаться, потенциал международного аут-

сорсинга растет. В результате аутсорсинг управления и производственной деятельности станет более важным.

Потенциальные выгоды от международной электронной торговли для развивающейся страны обусловлены как снижением стоимости импорта, так и увеличением цены, получаемой за экспорт. Даже если страна не экспортирует никаких услуг, она может извлечь выгоду из импорта услуг, оплачивая их в виде товаров. Более дешевая доступность

медицинских, инженерных и архитектурных услуг, дистанционное обучение и снижение затрат на транзакции могут принести выгоды, даже если страна не будет немедленно экспортировать услуги, предоставляемые через Интернет.

Следующие цифры показывают объем мировой торговли и рост использования Интернета во всем мире (рис. 2–3). Использование мирового интернета увеличивается во всех регионах мира с каждым годом.

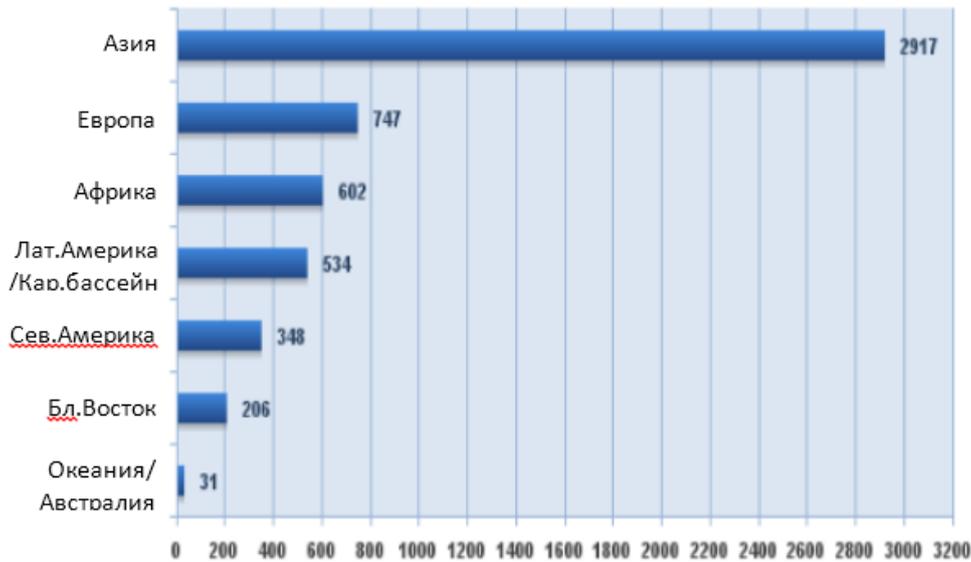


Рис. 2. Пользователи интернета (Миллион, июнь 2022 года)

Таким образом, объем международной торговли увеличится за счет электронной коммерции. Страны, от-

крытые для импорта из стран с высоким уровнем дохода, выиграют от распространения знаний.



Рис. 3. Объем мировой торговли

Электронная коммерция также может оказывать значительное влияние на торговлю услугами. Кроме того, ожидается, что электронная торговля также прямо или косвенно создаст новые рабочие места, а также приведет к потере рабочих мест. Новые рабочие места будут соз-

даны в секторе информационно-коммуникационных технологий, в то время как косвенное создание рабочих мест будет происходить за счет увеличения спроса и производительности. Чистый прирост или убыток в сфере занятости будет зависеть от спроса на определенные навыки.

#### Литература:

1. Малкави, Б. Х. Электронная коммерция в свете международных торговых соглашений, 2007;
2. Хэм, С. и Аткинсон Д. Р. Концепция третьего пути для глобальной электронной коммерции, 2001;
3. Панагария, А. Электронная торговля, ВТО и развивающиеся страны, 2000.

## Роль финансового инжиниринга и его применение

Оразмаммедов Шамырат Ярсахедович, преподаватель  
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

*Постоянно меняющаяся финансовая среда не только выдвигает новые требования к инновациям в области финансового инжиниринга, но и создает благоприятные условия для его дальнейшего развития. В этой статье обсуждаются проблемы, с которыми сталкивается финансовый инжиниринг в финансовых инновациях, применение финансового инжиниринга в финансовых инновациях и роль финансового инжиниринга в финансовых инновациях.*

*Ключевые слова:* финансовый инжиниринг, финансовые инновации, проблемы, применение, функции.

Международный финансовый рынок претерпевает определенные изменения, и люди выдвигают новые цели в области применения и инноваций финансового инжиниринга. Будучи совершенно новой дисциплиной, финансы сочетают в себе анализ данных, математику, исследование операций и другие дисциплины. Будучи всеобъемлющей дисциплиной, финансовый инжиниринг обслуживает все аспекты финансового процесса и играет очень важную роль в финансовых инновациях. Он также применяет платформу информации и данных для предотвращения и контроля финансовых рисков и управления финансами.

Инжиниринг — это новая финансовая дисциплина, сформировавшаяся в 1980-х годах. Финансовый инжиниринг в широком смысле включает в себя все виды технических разработок и инженерных средств в финансовой сфере, таких как управление финансовыми рисками, дизайн продукта, установление цен и т. д. Финансовый инжиниринг в узком смысле слова оптимизирует и реконструирует финансовые продукты с использованием современных математических технологий и технологии калькуляционных книг, а затем демонстрирует свои преимущества в маркетинге, персонализации и простом и удобном управлении. Функция финансов в основном отражается в следующих аспектах (рис. 1).

*Роль финансового инжиниринга в финансовых инновациях.* С более широким применением финансового инжиниринга на финансовом рынке конкуренция на финансовом рынке усиливается год от года, и конкуренция между финансовыми институтами постепенно выходит

на сцену, вынуждая предприятия, связанные с финансовой индустрией, одно за другим переходить на стадию инноваций, чтобы воспользоваться преимуществами финансового рынка. Структура становится все более и более очевидной.

Благодаря финансовой инженерии развитие финансового рынка и финансовой индустрии меняется с каждым днем, особенно в том, что касается эффективного контроля рисков. Ценность, создаваемая финансовым инжинирингом, также очень полезна для развития финансового рынка. Это не только создает более совершенную систему социального обеспечения, но и укрепляет макро-контроль финансов.

Для финансового рынка информационная асимметрия связана с жизненно важными интересами финансовых субъектов. Как акционеры компании, они должны знать больше информации о компании, чем кредиторы компании. Для правильного рыночного суждения просто необходимо проанализировать эту экономическую информацию. Следовательно, путем создания соответствующего механизма стимулирования можно эффективно устранить недостатки информационной асимметрии, тем самым обеспечив эффективное распределение ресурсов. Из-за этого при разработке механизма «отображения сигналов» финансовая инженерия должна повысить эффективность всестороннего анализа и овладения финансовой информацией без нарушения соответствующих принципов конфиденциальности.

Там, где есть рынок, будут и риски. Это вечная истина. Разные участники рынка по-разному понимают риски

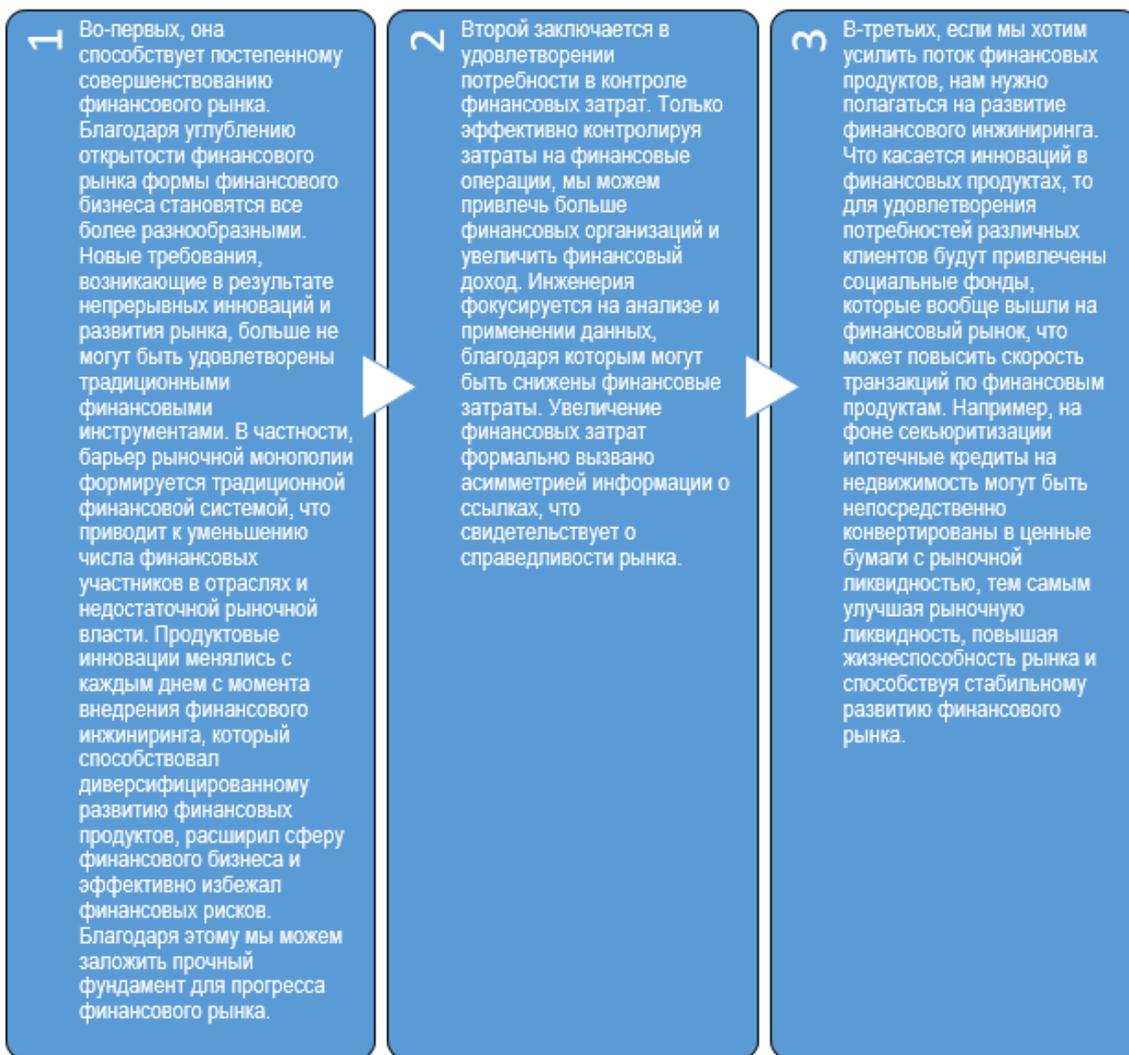


Рис. 1. Аспекты функций финансов

и предъявляют к ним разные требования. Более высокие риски обычно сопровождаются более высокой доходностью. По сравнению с теми, кто любит бросать вызов рискам, они получают прибыль от колебаний цен, участвуя в рыночных сделках, что делает их более склонными к высоким рискам, в то время как те, кто не склонен к риску, стремятся уклониться от рисков и перенести их на себя. Для тех, чье поведение на рынке в основном нейтрально к риску, риск на него не влияет. Исходя из этого, финансовые инженеры могут оптимизировать риски и разрабатывать производные финансовые инструменты. Те, кто избегает рисков, уменьшают или переносят риски, выплачивая комиссионные. Эффективным способом снижения рисков для застрахованного является уплата страховых взносов страховым компаниям. Таким образом, анализ рисков и их передача являются важной основой для инноваций в области финансового инжиниринга и финансовых продуктов на финансовом рынке.

*Применение финансового инжиниринга в финансовых инновациях.* Сущность финансов относится ко всей системе финансовых услуг, которая использует метод, основанный на соответствующих финансовых принципах,

сочетает в себе конкретные финансовые проблемы и характеристики и учитывает интересы всех сторон для удовлетворения финансовых потребностей. Таким образом, свопы, опционы, инструменты выпуска векселей и форвардные соглашения о процентных ставках в определенной степени удовлетворяют потребности клиентов в совершенствовании финансовых продуктов и избежании финансовых рисков в период финансовых инноваций. Но в то же время мы также должны понимать, что рыночная конкуренция становится все более жесткой, а финансовые риски также возрастают. Как финансовые инженеры могут эффективно разрабатывать эффективные продукты в соответствии с конкретными условиями, как повысить ликвидность финансовых продуктов и как развивать рынок торговли финансовыми продуктами? По этой причине нам необходимо научно разложить и оценить различные риски, с которыми сталкиваются клиенты, чтобы обеспечить эффективный баланс и реорганизацию взаимосвязи между рисками и выгодами, а также уточнить и стандартизировать их с помощью юридических контрактов, чтобы действительно улучшить конструкцию финансового инжиниринга.

Для традиционных финансовых продуктов финансовый рычаг, как правило, недостаточен, и трудно получить крупную финансовую поддержку и гарантии группы клиентов при расширении рынка. Поэтому использование маржинальной системы особенно важно, и ее можно использовать для компенсации неэффективного финансового рычага. Маржинальная система в финансах может оказывать свой эффект кредитного плеча. Кроме того, маржинальная система также снизит требования к уровню резервирования финансовых учреждений, и с ее помощью будет привлечено больше средств для поступления на социальные и финансовые рынки, что, несомненно, играет важную роль в бесперебойном функционировании финансовой системы и расширяет сферу применения финансовых продуктов. Применение гарантийного депозита в финансовом инжиниринге может максимизировать кредитное плечо, улучшить ликвидность и активность финансового рынка, а также контро-

лировать риски финансового рынка, тем самым делая весь финансовый рынок здоровым.

С углублением финансового надзора финансовые учреждения запустили множество финансовых продуктов с помощью финансового инжиниринга. Конечно, эти продукты не включаются в бухгалтерский баланс. Это может не только помочь финансовым учреждениям реализовать свое желание получать прибыль, но и улучшить структуру ответственности за активы. Таким образом, люди признали этот инновационный финансовый продукт.

*Заключение.* Подводя итог, можно сказать, что если финансовый рынок хочет стабильно развиваться и существовать долгое время, ему необходима финансовая инженерия для постоянного внедрения инноваций и улучшения финансового рынка, а также для создания хороших финансовых продуктов и систем с помощью хорошего финансового порядка, чтобы обеспечить лучшее развитие финансовой индустрии.

#### Литература:

1. Шанг, К. Б. Применение финансового инжиниринга в корпоративных финансовых инновациях, 2017;
2. Оливье, Т. Изучение финансового инжиниринга и его роли в финансовой эффективности, 2017;
3. Кеннеди, Б. Несколько взглядов на финансовый инжиниринг. Стиль завтрашнего дня, 2016.

## Экономическое стимулирование работодателей к повышению безопасности труда

Савина Ольга Васильевна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор;  
Ракина Юлия Владимировна, студент  
Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний (г. Рязань)

*В статье автор анализирует безопасность труда и вопросы экономического стимулирования работодателей относительно поддержания безопасности труда.*

*Ключевые слова:* безопасные условия труда, рабочее место, экономическое стимулирование, трудовое законодательство, безопасность производства.

**Б**езопасность труда является актуальной проблемой в рамках обновления ежегодных отчетов, касающихся количества несчастных случаев, произошедших на производстве, а также роста производственных заболеваний. Тем более, что данная информация как правило скрывается предприятиями. При этом на данный момент общеизвестно, что неблагоприятные условия труда отрицательно влияют на работоспособность людей, соответственно и на качество выпускаемой продукции. В этом же ключе стоит отметить динамику потери запаса рабочего времени в силу отсутствия системы экономического стимулирования работодателей относительно повышения безопасности труда.

Итак, безопасность труда, особенно на производстве имеет значение не только для самого работника, но и для работодателя. Постепенно вопрос безопасности условий труда обостряется, то есть разрабатываются новые техно-

логии производственных процессов, изобретается новое техническое оборудование, поэтому должны быть усовершенствованы и ключевые механизмы защиты работников. Вот почему необходимо создать условия труда на определенном рабочем месте.

Именно на работодателе лежит обязанность по организации безопасности труда на предприятии. Государство обязуется содействовать работодателю в разрешении данного вопроса. Так, государственные органы также могут способствовать проведению мероприятий, направленных на повышение безопасности условий труда [1, с. 66].

В то же время следует выделить следующие меры мотивационного характера:

— внешние меры, которые включают в себя соответствующее нормативно — правовое регулирование и контроль за надзорной деятельностью в обозначенной сфере;

— пассивные меры, которые опосредованы общей кадровой политикой организации, стратегией руководства, а также отдельными гарантиями, которые применяются предприятиями в отношении работников;

— активные меры включают в себя инвестиции работодателя в обеспечение признания заслуг работников, обеспечение основ для дальнейшего профессионального роста;

— поощрительные меры включают в себя пособия, льготы, предоставляемые государством. Также государство обеспечивает применение конкретных санкций, то есть штрафов и взысканий за нарушения в сфере обеспечения безопасности труда.

Ключевую роль при создании соответствующих условий труда на предприятии играют именно экономические стимулы. При этом экономическое стимулирование основывается на том, что при использовании механизма организации безопасных условий труда вложения должны в итоге окупиться, то есть принести определенную выгоду предприятию, а соответственно и его владельцу [2, с. 2].

Стоит отметить, что государство постоянно совершенствует механизмы охраны труда, а соответственно организует определенные мероприятия для улучшения условий труда работников.

Можно выделить следующие государственные меры организационно-экономического характера в рамках реализации государственной политики в сфере труда:

— Проверка рабочих мест в контексте дачи оценки оптимальности условий труда. Таким образом, на государственном уровне выработана единая система оценки условий труда;

— Государство также санкционирует разработку рекомендаций, связанных с улучшением условий труда. Такие рекомендации позволяют работодателю придерживаться политики снижения профессиональных рисков при организации рабочего процесса;

— Обеспечение государством выделения средств, поступающих из Фонда социального страхования Российской Федерации, которые впоследствии будут направляться на реализацию целей, связанных с охраной труда;

— Государство вводит систему скидок, направленных на социальное страхование работников предприятий;

— Государство также поручает соответствующим органам разработку отдельных мероприятий, связанных с улучшением условий труда.

— Государство стремится добиться поддержки от работодателя в контексте необходимости организации безопасных условий труда на предприятии, поэтому оно зачастую не взимает дополнительные взносы в рамках дополнительных тарифов, назначенных Пенсионным фондом Российской Федерации. Так, субъекты, которые оплачивают страховые взносы в контексте при оценке условий труда, не обязаны платить дополнительные тарифы по страховым взносам. В этом ключе применяются взносы на обязательное пенсионное страхование, что является наиболее логичным в этой ситуации.

Работодатели же в свою очередь должны разрабатывать различные механизмы экономического регулирования безопасных условий труда на производстве в контексте фиксации профессиональных рисков, так они разрабатывают определенные меры, которые направлены на снижение соответствующих рисков.

Для того, чтобы направить в Федеральную службу страхования взнос, взимаемый при страховании работников от несчастных случаев на производстве, работодатель обязуется зафиксировать класс конкретного профессионального риска. В соответствии с действующей классификацией, выделяют 32 класса профессиональных рисков [3, с. 234]. Ставка по взносам на страхование работников от несчастных случаев варьируется от 0,2 % до 8,5 %.

Особое значение в сфере охраны труда имеют контрольно-надзорные мероприятия со стороны государства. Так, государственные органы проводят отдельные консультации с работодателями, целью которых является налаживание сотрудничества с предприятиями в сфере охраны труда и безопасности производства. В этом ключе государство способствует использованию современных технических средств для обеспечения безопасности труда. Государство также координирует разработку программ, направленных на осуществление внутреннего контроля организации соблюдения норм трудового законодательства. Сюда относится, например, решение проблемных вопросов, опосредующих анализ безопасности труда сотрудников, непосредственно работодателями, что позволяет им фиксировать конкретные нарушения на ранних стадиях и устранять причины, способствующие таким нарушениям [4, с. 24].

Особый интерес представляет такой сервис, как «Онлайн инспекция РФ». Данный сервис был разработан в рамках актуальной политики Федеральной службы по труду и занятости. Данный сервис направлен на то, чтобы работодатели самолично проверяли, все ли требования трудового законодательства они соблюдают.

В тоже время стоит отметить, что актуальные на данный момент меры в сфере создания безопасных условий труда не всегда обладают необходимой степенью эффективности. Так, работодатель не повышает расходы, связанные с организацией безопасных условий труда, рискуя подвергнуть работников опасности, пользуясь устаревшим оборудованием. Также наблюдается недостаточный контроль со стороны работодателей за использованием сотрудниками средств индивидуальной защиты. Тем самым, работодатель пытается оградить себя от дополнительных расходов, зачастую игнорируя то, что работники подвергаются необоснованному риску получить травмы или хронические заболевания. Не исключается также риск остановки производства, поломки оборудования и возникновения иных ситуаций экстренного характера.

Для того, чтобы оказать необходимое влияние на работодателя, представляется целесообразным разрабо-

тать дополнительные методы экономической поддержки предприятий со стороны Государства в данной сфере. В этом направлении можно предложить следующие меры:

— обеспечение дополнительного снижения ставки страховых взносов при условии, если работодатель обеспечит на своем предприятии низкий процент несчастных случаев производственного характера, в том числе производственного травматизма и производственных заболеваний;

— повышение соответствующей ставки при росте на производстве несчастных случаев, в том числе различных заболеваний и травматизма;

— повышение определенных налогов для организаций, которые используют в производстве изношенное оборудование, не обеспечивающее должного уровня охраны труда и сохранения здоровья работников;

— обеспечение возможности получения кредита и срочки для организации в случае необходимости замены оборудования и создания безопасных условий труда;

— обеспечение условий для трудоустройства людей с ограниченными возможностями в контексте выделения дополнительных средств на расходы работодателя, на трудоустройство в соответствующей организации;

— разработка отдельных корпоративных и региональных программ, направленных на стимулирование работодателей на улучшение текущих условия труда своих работников [5, с. 66].

Из всего выше сказанного можно сделать вывод о том, что государственная политика стимулирования работодателей для создания безопасных условий труда является довольно неоднозначным механизмом. Для того, чтобы грамотно организовать систему экономического стимулирования работодателей в контексте промышленной безопасности труда, необходимо обеспечить взаимное сотрудничество государства и работодателя. Для этого разрабатываются определенные механизмы стимулирования организации безопасных условий труда.

Меры безопасности условий труда, которые будут в полной мере реализованы на предприятии, способствуют повышению уровня охраны труда, позволят пресечь возможность подрыва здоровья работников, остановки рабочего процесса из-за повреждения оборудования. При этом Государство должно быть заинтересовано в обеспечении соответствующих условий труда, так как предприятие, на котором в полной мере обеспечены все условия труда, является более эффективным в экономическом плане и более конкурентоспособным на рынке.

#### Литература:

1. Голощاپов, С. А. Правовые вопросы охраны труда: монография / С. А. Голощاپов. - Москва: Юридическая литература, 2019- 200 с.
2. Гусов, К. Н., Толкунова В. Н. Трудовое право России: Учебник / К. Н. Гусов, В. Н. Толкунова. — Москва: Проспект, 2021. — 496 с.
3. Зотов, Б. И., Курдюмов В. И. Безопасность жизнедеятельности на производстве: учебник — 2-е изд. перераб. и доп. / Б. И. Зотов, В. И. Курдюмов. — Москва: Колос, 2018. — 432 с.
4. Буранова, Е. А., Байдова Н. В., Савина О. В. Основные факторы развития производства в учреждениях уголовно-исполнительной системы // Экономика и предпринимательство. — 2021. — № 9 (134). — с. 1076–1080.
5. Данилов, Д. Д., Байдова Н. В., Фирсаева Н. В. Управление организацией: учебное пособие / Рязань: Изд. ИП Конахин А. В., 2022. — 280 с.

## Налоговые аспекты международной электронной торговли

Хемрайев Дурполат Мухамметгулыевич, старший преподаватель;

Гуванчмырадов Вепа, студент;

Ходжамаммедов Кервен, студент;

Худаяров Алишир, студент

Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

*Ключевые слова:* электронная коммерция, налоги, технологии, доходы, закон, нормативные акты, правосудие, itax.

**В** более широком смысле налогообложение электронной коммерции можно понимать как предел фискальной политики государства. В настоящее время, когда речь идет о широко обсуждаемом вопросе прав человека, проблема налоговых ограничений приобретает

новое измерение. Классическое понятие «пределы налогообложения» включает в себя исследования, в которых ученые непосредственно пытаются определить понятие пределов налогообложения и размер максимальных налоговых ставок.

Технология позволяет нам создавать симуляции новых явлений и моделей поведения людей и позволяет определять налоговые правила в электронной торговле. Потребности отдельных лиц и стран также постоянно меняются, поэтому необходимо будет установить новые правовые нормы, налоговую политику и подоходный налог (itax).

Несомненно, вопросы, касающиеся налоговых ограничений для реализации налоговой фискальной функции, являются одним из наиболее важных вопросов налоговой теории и налогового права в настоящее время. Электронная коммерция позволяет вам задавать традиционные вопросы о различных налоговых теориях, правилах налогообложения, налоговом праве и содержании налогово-правовых отношений. Вопрос налогообложения в электронной коммерции имеет как теоретическое, так и практическое значение, в том числе из-за недостаточных знаний о механизме прямого налогообложения в цифровой экономике, а также необходимости разработки новых моделей налогообложения.

Отсутствие правовых норм, касающихся налогообложения доходов от электронной коммерции, следует рассматривать с точки зрения принципа налоговой определенности, поскольку абстрактные правовые нормы должны указывать на поведение юридических лиц. Формальная определенность налогового законодательства должна обеспечивать надлежащую организацию их отношений в области налогового права путем четкого указания их прав и обязанностей перед государством в области налогов. Требование правовой определенности в налоговом законодательстве должно носить особый характер и приводить к очень четкому правовому регулированию и механизмам контроля со стороны государства, в том числе в области налогообложения электронной торговли. Правовые нормы, касающиеся налогообложения операций электронной торговли и научных исследований в этой области, должны учитывать специфику международного коммерческого права.

Проблема налогообложения электронной коммерции носит глобальный характер. Обмен налоговой информацией между государствами считается величайшим достижением в международной, или фактически глобальной, сфере. К этим новым проблемам следует, в частности, отнести проблему налоговой справедливости, которая также включает проблему влияния налоговой политики и правил налогообложения одних стран на другие страны и рассматривается в литературе в контексте налоговой конкуренции.

Действия стран со статусом «налоговых гаваней» позволяют им влиять на формирование национального и международного налогового законодательства. Также можно предположить, что их роль, принимая во внимание суть и правовую природу электронной коммерции, будет расти. Местом существования привлекательных налоговых систем становится сфера электронной коммерции, которая создает большие возможности в сфере международного бизнеса.

Международный характер подоходного налогообложения особенно важен в сфере электронной торговли. В электронной коммерции наблюдается своего рода игнорирование национальных границ, что вызывает множество юридических проблем. Электронная коммерция является основным элементом, который обостряет современные проблемы международного подоходного налогообложения. В более широком смысле эта проблема также применима к налогообложению собственности, включая виртуальное налогообложение, и налогообложению операций электронной коммерции косвенными налогами. Законодатель, к сожалению, не поспевает за появлением новых технологий как на национальном, так и на международном уровне. Основным направлением изменений в этой сфере является защита прав потребителей.

Еще одна область, которая всегда вызывала сомнения, — это проблема налогообложения интеллектуальной собственности. Природа и правовая подоплека интеллектуальной собственности и объем работы также применимы к налогообложению доходов от операций электронной торговли. Интеллектуальная собственность, представляющая собой исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности физического лица с точки зрения налогового законодательства, должна рассматриваться наравне с материализованными объектами. С другой стороны, нематериальный характер объекта налогообложения в различных формах интеллектуальной собственности (например, авторское право) требует специальных решений в области налогообложения.

Следовательно, хорошим решением должно быть основывать положения международного и национального налогового законодательства на ценностях, составляющих содержание налоговых правил, определение которых является постулатом знаний о налогах и налоговом праве. Таким образом, анализ налоговой справедливости означает исследование, которое на самом деле является несправедливым. Суждение о справедливости может быть вынесено с разных точек зрения, и сфера действия правосудия для отдельного человека не всегда совпадает с концепцией социальной справедливости. Справедливость — это фундаментальная правовая и этическая концепция. В связи с тем, что это трудное для конкретизации понятие и отсутствует юридическое определение, в литературе различается несколько подходов к правосудию, и можно указать на несколько теорий правосудия. В этом смысле честное выполнение налоговых обязательств — это акт солидарности, потому что государство — это общее благо. Справедливость всегда будет субъективной категорией, потому что это именно то, что конкретный человек считает справедливым.

«Энциклопедия глобального правосудия», опубликованная в 2011 году, содержит широкий спектр концепций и придает глобальное значение глобальным налогам, включая возможность их введения. В других, аналогичных исследованиях особый акцент делается на вопросах борьбы с глобальным явлением уклонения от

уплаты налогов, справедливого распределения налоговых поступлений между государствами, международной налоговой конкуренции и налога на финансовые операции. Стоит иметь в виду разработки, посвященные глобальному правосудию, которые могут задать направление анализу и вдохновить на формулирование предложений по международному налоговому праву. Налоговая конкуренция между странами, отсутствие надлежащего сотрудничества и международной солидарности в области налогового права, несправедливое распределение доходов между странами и недостаточное вовлечение международных организаций в принятие надлежащих мер могут быть определены как препятствия на пути осуществления глобальной налоговой справедливости.

Специфика электронной коммерции вызывает много вопросов о концепции дохода в налоговом законодательстве, и ввиду ее автоматизации и скорости транзакций возможной эффективной мерой является автоматический международный обмен налоговой информацией, которая должна автоматически обрабатываться, чтобы использовать ее результаты для налогового контроля и предотвращения уклонения от уплаты налогов и избегание. Кроме того, только выработка компромисса в международном налогообложении операций в электронной коммерции

позволит в дальнейшем развивать концепцию виртуальных налогов и виртуальных налогоплательщиков.

В течение последнего десятилетия или около того участились призывы к большей прозрачности в корпоративном мире. Во многих юрисдикциях налоговые органы инвестировали в платформы обработки больших данных, разработали аналитические инструменты для повышения соответствия требованиям и ограничения мошенничества и все активнее сотрудничают друг с другом. Налоговые органы внедрили цифровые технологии. Они используют его для интерпретации тенденций налогоплательщиков и обеспечения того, чтобы компании могли лучше соблюдать местное законодательство. Кроме того, налоговые органы могут оцифровывать данные налогоплательщиков и обмениваться ими в нескольких юрисдикциях. По мере того как становится доступно все больше решений и снижаются затраты, налоговые органы используют возможность предотвращать и выявлять преступления, улучшая сбор доходов и повышая операционную эффективность. С другой стороны, технологии помогают компаниям справляться с возросшими требованиями к прозрачности со стороны регулирующих органов. Это также повышает эффективность, что окажет влияние на то, как налоговые органы будут собирать доходы в будущем.

#### Литература:

1. Кокфилд Дж.А, 2002. Право и экономика цифрового налогообл-я: вызовы традиционным налоговым законам и принципам;
2. Бирман, Л. Э. 2014. Налоги и неравенство;
3. Дернберг, Р., Хиннекенс Л. 2001. Электронная торговля и многостороннее налогообложение.

## Совершенствование стратегии предприятия ООО «Бонус» г. Перми

Черникова Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Третьякова Наталья Васильевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

*Для исследования выбрана пермская компания «Бонус», которая была основана в 1994 году. в статье выявлены недостатки стратегии предприятия «Бонус»: проблемы с поставками сырья, неэффективную рекламную политику, возрастающие издержки, использование устаревшей технологии и оборудования, высокие цены на сырье. Предложены мероприятия по устранению выявленных недостатков. Также для совершенствования стратегии предложена карта стратегических целей предприятия «Бонус».*

*Ключевые слова: стратегия, прибыль, проблемы, цель, направления, эксперты.*

## Improving the strategy of the company «Bonus» LLC, Perm

Chernikova Svetlana Aleksandrovna, candidate of economic sciences, associate professor;

Tretyakova Natalia Vasilyevna, student

Perm State Agrarian and Technological University named after academician DN Pryanishnikov

*Perm company «Bonus», which was founded in 1994, was chosen for the study. the article reveals the shortcomings of the strategy of the enterprise «Bonus»: failures in the supply of raw materials; shortcomings in advertising policy; rising costs; outdated technolo-*

gies and equipment; relatively high prices for raw materials. Proposed measures to eliminate the identified shortcomings. Also, to improve the strategy, a map of the strategic goals of the enterprise «Bonus» was proposed.

**Keywords:** strategy, profit, problems, goal, directions, experts.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что на современном этапе экономического развития возрастает важность выбранной стратегии. Хотя главной движущей силой общества является производство качественной продукции, но также на первое место выходит качество принятой стратегии на предприятии. Особую значимость для предприятий Российской Федерации приобретает данная проблема в условиях сложившейся политико-экономической ситуации.

В современных условиях успешное ведение бизнеса в реальном секторе требует разработки тщательно продуманного бизнес-плана и долгосрочной стратегии развития предприятия. Некоторые компании могут использовать нетрадиционные подходы к планированию, не

применяя общепринятые, официально утвержденные методы [2].

Для анализа была выбрана компания «Бонус», которая начала свою деятельность в 1994 году и специализируется на комплексных поставках спецодежды и средств индивидуальной защиты. В 2003 году компания расширила свой бизнес и запустила производство зимней и летней спецодежды, перчаток и домашнего текстиля. На данный момент компания включает несколько производственных подразделений, включая три швейные фабрики в городах Кунгур, Оханск и Пермь, а также трикотажную фабрику в г. Слободском Кировской области.

Рисунок 1 отображает основные показатели деятельности компании, такие как выручка и себестоимость продаж.

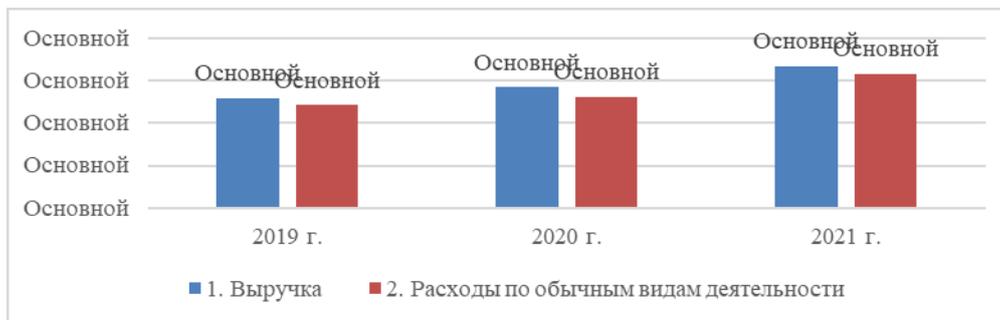


Рис. 1. Анализ динамики показателей выручка и себестоимость продаж «Бонус» за период 2019–2021 года

Выручка и себестоимость продаж «Бонус» за 2019–2021 года увеличивается, выручка превышает себестоимость, в итоге предприятие получает прибыль.

Также важно отметить, что чистая прибыль за 2019–2021 года увеличивается, так как показано на рисунке 2.

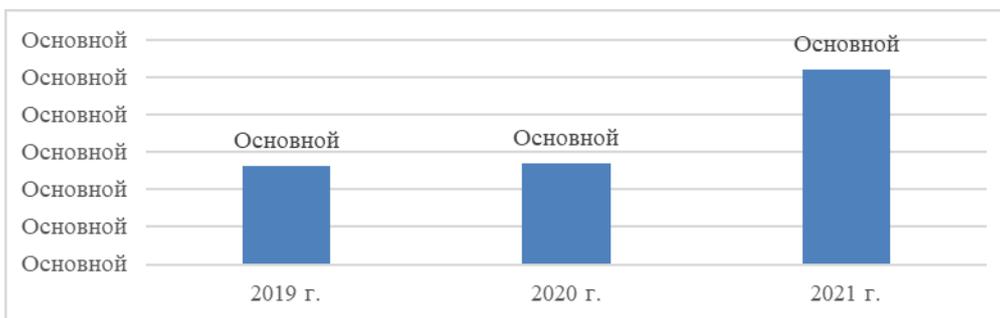


Рис. 2. Анализ динамики показателей чистая прибыль «Бонус» за период 2019–2021 года

Увеличение чистой прибыли свидетельствует об эффективности выбранной стратегии предприятия. В 2021 году чистая прибыль увеличилась почти в два раза по сравнению с 2020 годом.

Основная цель стратегии — установить и укрепить долгосрочную позицию компании на рынке. Для достижения этой цели, компания «Бонус» разрабатывает де-

ловую стратегию, которая охватывает следующие основные направления (см. таблицу 1):

- реагирование на изменения в экономике и политике предприятия;
- создание конкурентоспособных мер и действий, используя рыночные подходы, которые помогут дать прочное преимущество перед конкурентами;

— объединение стратегических инициатив функциональных отделов;

— решение конкретных стратегических проблем, актуальных в настоящее время.

Таблица 1. Направления стратегии «Бонус»

Направления	Особенности
реагирование на изменения в экономике в целом, в политике предприятия	определение цен
разработка конкурентоспособных мер и действий, рыночных подходов, которые могут дать прочное преимущество перед конкурентами	оценка конкурентоспособности предприятия и исследование конкурентных преимуществ организации на основе инструментов стратегического менеджмента
объединение стратегических инициатив функциональных отделов	определение стратегических инициатив функциональных отделов «Бонус»
решение конкретных стратегических проблем, актуальных в данный момент	Использование различных инструментов стратегического менеджмента SWOT, PEST

Существует три ключевых компонента для разработки стратегии: определение того, где компания может иметь наибольшие шансы победить в конкурентной борьбе; создание уникальных характеристик продукта, которые могут привлечь покупателей и выделить компанию на фоне конкурентов; и противодействие конкурентным мерам противников.

В ходе исследования выявим недостатки стратегии предприятия «Бонус» на основании экспертного опроса.

Для выявления недостатков стратегии предприятия «Бонус» составим таблицу 2. Где каждый эксперт оценил факторы, негативно влияющие на стратегию предприятия, по пятибалльной системе.

Таблица 2. Выявление недостатков стратегии предприятия «Бонус» на основании экспертного опроса

Фактор	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Итого
недостаточный объем продаж	3	3	3	3
текучесть персонала	3	3	3	3
сбои в поставках сырья	5	5	5	5
недостатки в рекламной политике	5	5	5	5
рост издержек	5	5	5	5
устарелые технологии и оборудование	5	5	5	5
относительно высокие цены на сырье	5	5	5	5

Существуют некоторые проблемы с текущей стратегией предприятия «Бонус». Они включает в себя проблемы с поставками сырья, неэффективную рекламную политику, возрастающие издержки, использование устаревшей технологии и оборудования, а также высокие цены на сырье.

Для снижения негативных факторов предложим мероприятия, а для этого составим таблицу 3.

Таблица 3. Мероприятия для снижения негативных факторов

Факторы	Мероприятия по его снижению
Сбои в поставках сырья	Замена поставщиков предприятия
Недостатки в рекламной политике	Использование новых видов рекламы, особенно социальных сетей
Рост издержек	Внедрение труда самозанятых
Устарелые технологии и оборудование	Покупка нового оборудования для пошива изделий предприятия
Относительно высокие цены на сырье	Использование новых видов материалов для производства продукции предприятия

Важно отметить, что в современных условиях конкурентоспособность любого предприятия во многом определяется его инновационной деятельностью [1], поэтому предприятию «Бонус» можно рекомендовать использо-

вание новых материалов, более легких в уходе, экологических.

На предприятии в настоящее время требуется усилить роль маркетинга. В этой связи необходима создание эффективной службы мониторинга и анализа рынка.

Для улучшения нашей стратегии мы можем рассмотреть возможность расширения ассортимента. Для этого мы планируем провести анонимное опросное исследование, в котором будут заданы вопросы более широкого диапазона. Число участников опроса мы увеличим до 1000 человек.

Также мы пригласим 200 различных юридических лиц, таких как мебельные магазины, ателье, гостиницы и другие, чтобы принять участие в нашем маркетинговом исследовании. После обработки данных полученных в результате анкетирования, мы представим результаты в таблицах 4–6.

Таблица 4. Результаты анкетирования физических лиц

Наименование	Требуемое количество, погонный метр
Мебельные ткани	834
Ткани для пошива постельного белья	956

В таблице 5 будут показаны результаты опроса юридических лиц, которые являются клиентами нашей компании.

Таблица 5. Результаты анкетирования юридических лиц

Наименование	Требуемое количество, погонный метр	удельный вес, %
Мебельные ткани	1834	100,00
<i>В том числе гостиницы</i>	234	12,76
<i>Мебельные магазины</i>	236	12,87
<i>Мебельные мастерские</i>	856	46,67
<i>Ателье</i>	456	24,86
<i>Прочие</i>	52	2,84
Ткани для пошива постельного белья	2356	100,00
<i>В том числе гостиницы</i>	1142	48,47
<i>Мебельные магазины</i>	59	2,50
<i>Мебельные мастерские</i>	45	1,91
<i>Ателье</i>	456	19,35
<i>Прочие</i>	654	27,76

Согласно прогнозам, мы планируем продать 834 единицы мебельных тканей физическим лицам и 1834 единицы юридическим лицам. Кроме того, мы ожидаем продажу 956 единиц тканей для пошива постельного белья физическим лицам и 2356 юридическим лицам.

Когда рассматривается количество прогнозируемых продаж мебельных тканей и тканей для пошива постель-

ного белья юридическим лицам, то мы видим, что наибольшее количество продаж будет произведено мебельными мастерскими (46,67 %) и гостиницами (48,47 %) соответственно. Наименьшее количество продаж в этих категориях произойдет за счет прочих организаций и мебельных мастерских.

Таблица 6. Востребованность услуги по пошиву штор

Наименование	Количество	удельный вес, %
Физические лица	212	100,00
Юридические лица	924	100,00
<i>В том числе гостиницы</i>	345	37,34
<i>Мебельные магазины</i>	21	2,27
<i>Мебельные мастерские</i>	23	2,49
<i>Ателье</i>	234	25,32
<i>Прочие</i>	301	32,58

По результатам анализа востребованности услуги по пошиву штор (таблица 6) обнаружили, что эта услуга наиболее востребована у прочих юридических лиц и в 4 раза более популярна среди юридических лиц, чем физических. Можем использовать полученные данные для расчета возможного увеличения выручки и прибыли.

Следовательно, для расширения ассортимента мы рекомендуем добавить ткани для обивки мебели и ткани для пошива постельного белья. Кроме того, рекомендуем предоставить новую услугу «Пошив штор».

Также для совершенствования стратегии предложена карта стратегических целей предприятия «Бонус» (рис. 3).

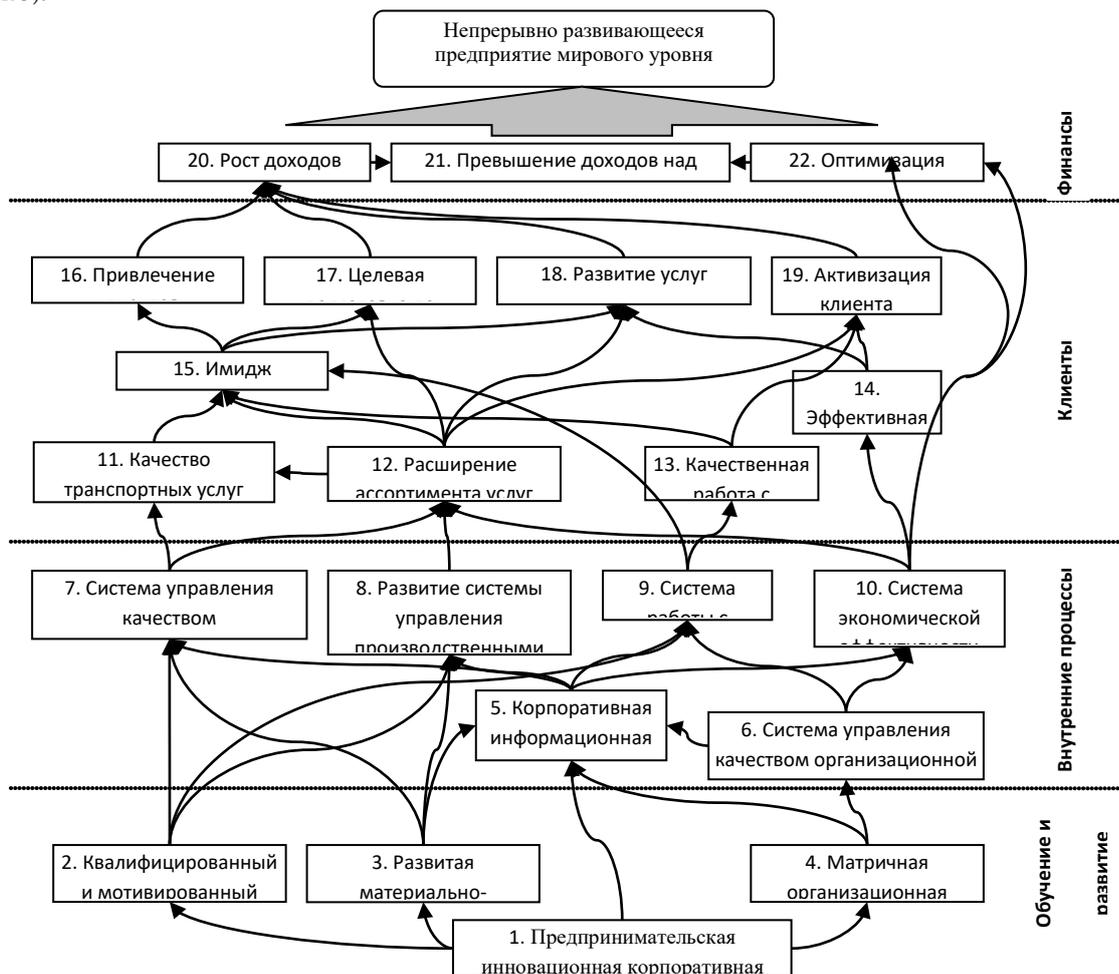


Рис. 3. Карта стратегических целей

Таким образом, мероприятия по улучшению деятельности и совершенствованию стратегии предприятия: замена поставщиков предприятия; использование новых видов рекламы, особенно социальных сетей; внедрение

труда самозанятых; покупка нового оборудования; использование новых видов материалов для производства продукции предприятия.

Литература:

1. Вольская, Д. А., Исачкова Л. Н. Инновационные методы развития организаций // Социально-экономическое развитие региона в контексте обеспечения экономической безопасности. Международная научно-практическая конференция научно-педагогических работников, магистрантов и студентов. Краснодар, 2022. с. 16–21.
2. Насиров, Ю. З. План антикризисного управления на примере ОАО «Поднятая целина» // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2022. № 1 (140). с. 49–53.

## Исследование стратегии предприятия ООО «Бонус» г. Перми

Черникова Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Третьякова Наталья Васильевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

*В статье отмечена важность стратегии на предприятии, в том числе на пермском предприятии «Бонус». По показателю чистая прибыль сделан вывод, что стратегия эффективна, но не идеальна. В ходе SWOT-анализа выявлены недостатки стратегии, такие как сбои в поставках сырья; недостатки в рекламной политике; рост издержек; устаревшие технологии и оборудование; относительно высокие цены на сырье.*

*Ключевые слова: стратегия, прибыль, проблемы, внутренняя среда, внешняя среда.*

## Study of the strategy of the enterprise LLC «Bonus», Perm

Chernikova Svetlana Aleksandrovna, candidate of economic sciences, associate professor;

Tretyakova Natalia Vasilyevna, student

Perm State Agrarian and Technological University named after academician DN Pryanishnikov

*The article noted the importance of strategy in the enterprise, including the Perm enterprise «Bonus». According to the net profit indicator, it was concluded that the strategy is effective, but not ideal. The SWOT analysis revealed shortcomings in the strategy, such as disruptions in the supply of raw materials; shortcomings in advertising policy; rising costs; outdated technologies and equipment; relatively high prices for raw materials.*

*Keywords: strategy, profit, problems, internal environment, external environment.*

Актуальность выбранной темы заключается в том, что для эффективной работы коммерческого предприятия необходима разработанная стратегия предприятия, которая чаще всего включает финансовую, кадровую, операционную стратегию.

Операционная стратегия касается текущей деятельности предприятия, финансовая — финансов, а кадровая — персонала. Все эти стратегии взаимосвязаны между собой.

Авторы Абляметов Л. Э., Адельсеитова Э. Б. утверждают, что без четко разработанной операционной стратегии и эффективного операционного менеджмента компания может выжить лишь по чистой случайности: либо в силу того, что конкуренты пока ненамного лучше нее, либо она совершенно случайно, слепо копируя кого-то, сделала все так, как надо [1].

В настоящее время стратегия на российских коммерческих предприятиях считается одним из наиглавнейших инструментов управления и развития предприятия [3].

По мнению автора Трысячного В. И. менеджмент предприятий должен действительно трансформировать корпоративные стратегии развития, в части установления основных направлений для ориентации компаний на разработку и внедрение новых инновационных инструментов стратегического развития, способных повысить конкурентоспособность [2].

Для исследования выбрана компания «Бонус», которая была основана в 1994 году. Компания занимается комплексными поставками спецодежды и средств индивидуальной защиты. В 2003 году компания открыла соб-

ственное производство зимней и летней спецодежды, перчаток и домашнего текстиля. На данный момент компания включает в себя несколько производственных подразделений: 3 швейных фабрики — в г. Кунгуре, г. Оханске и г. Перми; трикотажную фабрику в г. Слободском Кировской области.

Основные показатели деятельности предприятия, такие как выручка и себестоимость продаж представлены на рисунке 1.

Выручка и себестоимость продаж «Бонус» за 2019–2021 года увеличивается, выручка превышает себестоимость, в итоге предприятие получает прибыль.

Также важно отметить, что чистая прибыль за 2019–2021 года увеличивается, так как показано на рисунке 2.

Увеличение чистой прибыли свидетельствует об эффективности выбранной стратегии предприятия. В 2021 году чистая прибыль увеличилась почти в два раза по сравнению с 2020 годом.

Оценку выбранной стратегии осуществим при помощи оценки внешней и внутренней среды организации.

Проведем маркетинговый анализ внутренней среды организации по методу Marketing MIX или 6P:

1. Product — Продукт: компания «Бонус» реализует спецодежду и средства индивидуальной защиты.
2. Price — Цена: руководство предприятия стремится предоставить клиенту максимально низкую цену на рынке Пермского края.
3. Place — дистрибуция и место продаж: продажа товаров компания «Бонус» осуществляется в офисе предприятия.

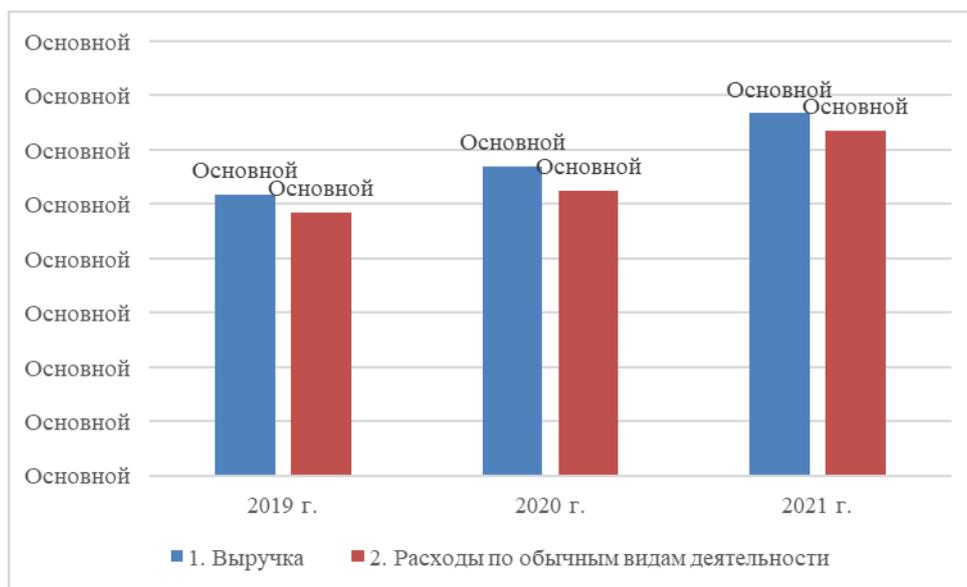


Рис. 1. Выручка и себестоимость продаж «Бонус» за 2019–2021 года

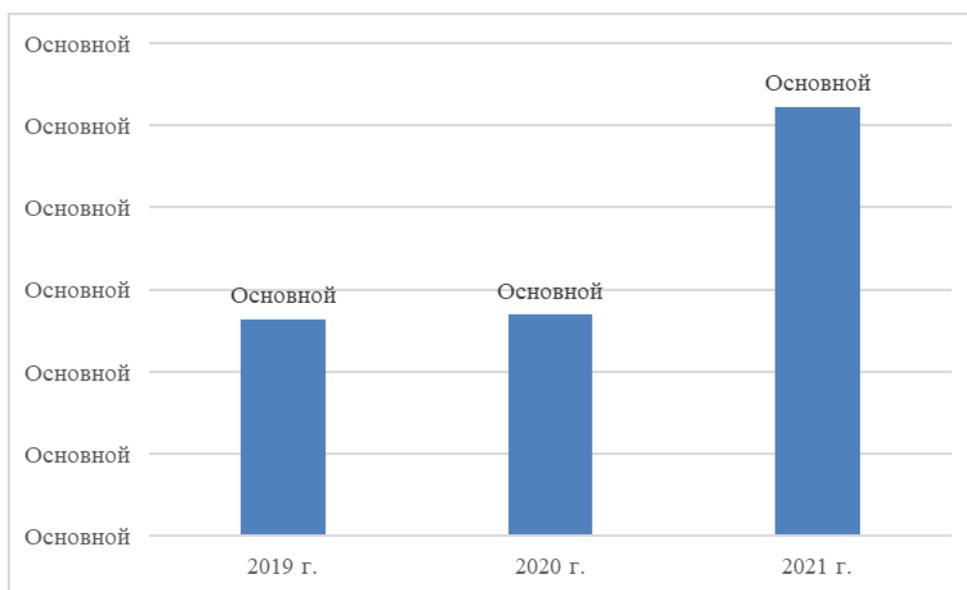


Рис. 2. Чистая прибыль «Бонус» за 2019–2021 года

4. Promotion — Продвижение: в компании продвижением товаров и услуг предприятия занимается директор. Для продвижения товаров и услуг использует личные связи, участие в государственных и муниципальных закупкой.

5. People — Люди: в компании полностью укомплектованный штат, минимальный размер текучести персонала, который в 2019 году составля — 4 %, в 2020 году — 5 %, а в 2021 году — 3 %.

6. Physical provements — физические доказательства: Важно отметить, что на деятельность предприятия влияет внешняя среда.

На данный момент в России и во всем мире происходит перестройка всей экономики из-за постоянно меняющихся логистических связей. В последнее время на из-

менение логистических связей в мире и в нашей стране оказали два фактора:

1. COVID-2019, охвативший сначала Китай в конце 2019 года, а затем и весь мир в 2020 году, когда многие люди вынуждены были самоизолироваться дома;
2. Спецоперация, начавшаяся 24 февраля 2022 года, после которой на Российскую Федерацию были наложены разные санкции, в результате которых пострадали многие услуги, например, банковские и туристические.

Из-за этого основной целью компании выступает повышение финансовой устойчивости и укрепление своего финансового положения [4], для этого необходимо:

- 1) снижение оплаты труда топ-менеджерам на период адаптации, так как чаще всего их оплата в разы выше, чем у обычного сотрудника;

- 2) сокращение расходов на рекламу;
- 3) поиск новых отечественных партнеров;
- 4) переход на отечественные комплектующие и сырье;
- 5) поиск свободных ниш бизнеса, которые освободили зарубежные компании.

Следующим этапом является оценка внешней среды выбранного предприятия. Для оценки внешней среды самым популярным методом является SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1. SWOT-анализ

	<b>Возможности:</b> 1. Появление новых поставщиков; 2. Снижение цен на сырье; 3. Совершенствование технологии производства; 4. Предложения о сотрудничестве с аналогичными фирмами; 5. Введение на предприятиях фирменной одежды.	<b>Угрозы:</b> 1. Изменение покупательских предпочтений; 2. Сбои в поставках сырья; 3. Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов; 4. Смена учредителей; 5. Ликвидация.
<b>Сильные стороны:</b> 1. Широкий ассортимент продукции; 2. Высокий контроль качества; 3. Высокая квалификация персонала; 4. Высокие производственные мощности; 5. Наличие специализированного участка.	<b>Сила и возможности:</b> 1. Высокий контроль качества и высокая квалификация персонала позволят сотрудничать с аналогичными предприятиями; 2. Высокие производственные мощности и широкий ассортимент позволят привлечь больше потребителей и реализовать ведение фирменной одежды на предприятиях.	<b>Сила и угрозы:</b> 1. Широкий ассортимент и высокое качество смогут сдержать изменение потребительских предпочтений; 2. Высокая квалификация персонала и высокие производственные мощности при сбоях в поставках позволят выполнить заказ в срок.
<b>Слабые стороны:</b> 1. Сбои в поставках сырья; 2. Недостатки в рекламной политике; 3. Рост издержек; 4. Устаревшие технологии и оборудование; 5. Относительно высокие цены на сырье.	<b>Слабость и возможность:</b> 1. Сбои в поставках и относительно высокие цены на сырье могут оттолкнуть потенциальных потребителей; 2. Устаревшие технологии и оборудование могут препятствовать сотрудничеству с другими компаниями.	<b>Слабость и угрозы:</b> 1. Непродуманная рекламная политика не удержит потребителей при смене их вкуса; 2. Сбои в поставках, высокие цены на сырье и рост издержек могут дать преимущество конкурентам; 3. Устаревшие технологии и оборудование могут привести к ликвидации предприятия или смене ее собственника.

Таким образом, в ходе SWOT-анализа выявлены недостатки стратегии предприятия «Бонус», такие как сбои в поставках сырья; недостатки в рекламной политике;

рост издержек; устаревшие технологии и оборудование; относительно высокие цены на сырье.

#### Литература:

1. Аблиметов, Л. Э., Адельсеитова Э. Б. Операционная стратегия как основа развития организации // Матрица научного познания. 2023. № 1–1. с. 83–90.
2. Трысячный, В. И. Система принципов формирования стратегии развития организации // Гуманитарный научный вестник. 2022. № 2. с. 143–147.
3. Рублёв, А. Н. Разработка стратегии развития организации // Студенческий вестник. 2022. № 20–14 (212). с. 63–65.
4. Терехова-Пушная Д.В., Архипов М.М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях внешнеэкономических санкций // Вестник Московской международной академии. 2022. № 1. с. 88–93.



# Молодой ученый

Международный научный журнал  
№ 18 (465) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова  
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова  
Художник Е. А. Шишков  
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.  
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.  
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.  
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 17.05.2023. Дата выхода в свет: 24.05.2023.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.