

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



23
2023
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 23 (470) / 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 Кулуг-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)

На обложке изображен *Хемиун* (2600–2555 гг. до н. э.), древнеегипетский зодчий периода IV династии Древнего царства. Хемиун является предполагаемым автором Великой пирамиды фараона Хеопса в Гизе.

Происхождение Хемиуна точно неизвестно. Он считается сыном царевича Нефермаата, происходившего из Медума, и его супруги Итет, племянником или двоюродным братом Хеопса и внуком Снофру. У Хемиуна было три сестры и множество братьев. О жене и детях Хемиуна нет данных.

Задумав возвести для себя величественную усыпальницу, равной которой не было, нет и не будет нигде в мире, Хеопс в качестве архитектора пригласил, по некоторым данным, своего ближайшего родственника — Хемиуна.

Хемиун, который имел титул «мастер работ», согласившись разработать проект величайшей египетской гробницы, отказался от применения мелких камней для ее изготовления и остановил свой выбор на крупных известняковых блоках, которые тщательно подготовили подмастерья.

Вес каждого из использованных известняковых блоков составлял от 2,5 до 30 тонн. Всего для строительства грандиозной пирамиды Хеопса было использовано 2 300 000 таких блоков, соединенных друг с другом без помощи какого-либо раствора, а исключительно силой собственной тяжести. Размер блоков уменьшался с возрастанием высоты пирамиды: так, если первый ряд кладки составляли блоки высотой около 1,5 м, то для последних, самых высоких рядов выбирались 55-сантиметровые блоки.

Несмотря на то что история не сохранила для нас информации о том, кто именно выбрал для постройки пирамиды Хеопса Гизу, тем не менее, можно предположить, что это также относилось к компетенции архитектора. Хемиун нашел удивительно подходящее для строительства погребального комплекса место: на самой границе, отделяющей плодородные, полные жизни и солнца земли от печальной пустыни, названной египтянами Страной смерти. Кроме того, пирамида Хеопса, как, впрочем, и две ее «соседки» — пирамида Хефрена и пирамида Микерина, строго ориентирована Хемиуном по сторонам света, а погребальная камера, расположенная внутри пирамиды, имеет ориентир на Альфу — звезду, расположенную в созвездии Дракона. Тем самым древнеегипетский архитектор словно бы вписал свое творение в космическую орбиту.

По некоторым данным, Хемиун умер от болезни незадолго до окончания строительства Великой пирамиды, похоронен в сохранившейся мастабе неподалёку, разграбленной в древности. В этой мастабе, в одном из двух помещений была найдена в очень хорошем состоянии его статуя, на которой можно найти признаки очень высокого социального статуса изображённого. Это вообще единственная найденная статуя обычного человека (не фараона) того периода. Кроме этого, в ней был найден барельеф — портрет Хемиуна.

Величайшее творение Мастера работ было признано впоследствии одним из семи чудес света.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Абакумова А. В.

Оценка эффективности управления корпорацией на основе анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности221

Абакумова А. В.

Оценка стоимости бизнеса в современных условиях: подходы и методы..... 224

Абдирашитова А. Х., Куприянов Д. С.

Стратегии HR для создания эффективных виртуальных команд и управления ими в цифровую эпоху227

Апхалимова А. А.

Проблемы развития национальной платежной системы 229

Бананов К. Ю.

Электронное правительство в Сингапуре231

Бязрова Л. А., Асаева Д. Ю., Атаева М. З., Дзагоев А. А., Бикоев А. В., Болатова М. В.

SWOT-анализ как один из методов оценки деятельности компании 233

Гайворонская С. А., Щеглова А. Р.

Цифровизация бизнес-процессов малого и среднего предпринимательства в России 235

Головашкина А. А.

Особенности запуска стартапов: проблемы, факторы, нюансы237

Дворцова В. Е.

Формирование культуры производственной безопасности.....241

Егоров В. С., Карапуз И. М.

Использование методов математической статистики в анализе потребительских расходов РФ..... 243

Ершов А. И., Щербаков А. А.

Развитие системы оценки кредитоспособности заемщика и совершенствование регулирования бухгалтерского учета и отчетности в РФ..... 244

Ершов А. И., Щербаков А. А.

Важность системы оценки кредитоспособности заемщика и использование современных технологий в совершенствовании регулирования бухгалтерского учета и отчетности..... 246

Каленчук И. Р.

Влияние коронавируса на рынок автомобилей248

Kalenchuk I. R.

Modern Trends in Development of Automotive Market 253

Каленчук И. Р.

Рынок автомобилей как отдельный вид искусства в экономике257

Мельничук Ю. Н.

Цифровизация бизнес-процессов 263

Мионов К. О.

Совершенствование форм участия населения в местном самоуправлении..... 265

Мионов К. О.

Роль этики в работе государственного гражданского служащего..... 266

Мионов К. О.

Особенности инициативного бюджетирования как механизма продвижения общественных инициатив..... 268

Раганов Е. С.

Инновационные подходы к совершенствованию системы менеджмента качества на нефтегазодобывающих предприятиях..... 269

Раганов Е. С.

Анализ результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи272

Саргсян Л. В. Проблемы и перспективы применения МСФО в России274	Фурсикова А. К. Характеристика заемных источников финансирования российских корпораций 282
Соколова Е. С. Особенности применения теории ограничения систем на мясоперерабатывающих предприятиях 276	Фурсикова А. К. Ключевые финансовые показатели в стратегии устойчивого роста корпорации..... 284
Тарасова Н. Ю., Меркулов Н. А., Швецов А. О. К вопросу об эволюции принципов налоговой системы РФ 279	Челнокова В. А. Современное состояние оплаты труда работников сельского хозяйства 288

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Оценка эффективности управления корпорацией на основе анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности

Абакумова Анастасия Владимировна, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассматриваются и анализируются факторы, которые оказывают непосредственное влияние на формирование финансового результата деятельности корпорации. Каждый субъект стремится к повышению эффективности своей деятельности и к ее прибыльности, соответственно. Однако не всегда эффективность деятельности корпорации достигается максимизацией прибыли и повышением объемов производства. Поэтому хозяйствующим субъектам необходимо постоянно проводить анализ своих результатов финансово-хозяйственной деятельности и факторов, влияющих на их формирование, с целью определения уровня эффективности и рентабельности деятельности.

Ключевые слова: финансовые результаты, оценка эффективности, порог рентабельности, маржинальный доход, рентабельность, запас финансовой прочности.

Эффективность управления коммерческой организацией представляется как категория в экономической теории, которая может продемонстрировать вклад со стороны менеджера, и в том числе его профессионального окружения, в совокупность, отражающую результаты деятельности коммерческого предприятия. Эффективность управления оценивается с помощью перечня критериев, выраженных в виде уровня реализации поставленных на текущий год задач и целей.

Первоочередно для оценки эффективности деятельности, осуществляемой коммерческой организацией, оценивается влияние различных факторов на формирование итогового финансового результата компании в виде полученной чистой прибыли. Необходимость контроля и оценки эффективности управления финансово-хозяйственной деятельностью компании и анализа финансового результата заключается в том, чтобы определить устойчивость доходов и расходов к различным факторам воздействия и систему финансового планирования, направленную на исключение риска снижения финансовой устойчивости организации. Поэтому очень важно отслеживать тенденции изменения как самой чистой прибыли, так и промежуточных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации.

Для полного анализа прибыли и эффективности деятельности соответственно расчет необходимо проводить в несколько этапов. На первом этапе необходимо оценить динамику, включающая в себя расчет как абсолютного отклонения показателей, так и расчет темпов роста по отношению к предыдущему отчетному периоду. Это позволит

менеджменту компании выявить проблемы, связанные с увеличением расходов организации по основным и прочим видам деятельности, сокращением уровня получаемой прибыли и снижением общего уровня рентабельности деятельности компании.

В таблице 1 рассмотрим структуру формирования чистой прибыли организации, основным видом деятельности которой является деятельность в области связи на базе проводных технологий, проанализируем динамику данных факторов и дадим оценку структуре формирования чистой прибыли.

Благодаря анализу динамики формирования чистой прибыли, было выявлено следующее: на конец отчетного года чистая прибыль выросла на 26926854 тыс. руб., что почти на 90% больше по сравнению с предыдущим отчетным периодом, а прибыль до налогообложения выросла более, чем в три раза, несмотря на то что прибыль от продаж снизилась на 5920990 тыс. руб. Можно сделать вывод, что отрицательная динамика финансового результата по обычным видам деятельности сложилась в результате опережающего темпа роста себестоимости по отношению к темпу роста выручки, что привело к снижению как валовой прибыли, так и прибыли от продаж

Стоит обратить внимание, что в отчете о финансовых результатах компании отсутствуют управленческие и коммерческие расходы как на начало отчетного периода, так и на конец. Данная ситуация может свидетельствовать о том, что компания применяет в соответствии с учетной политикой метод расчета полной себестоимости, при котором все косвенные расходы списываются пропор-

Таблица 1. Структура формирования чистой прибыли корпорации

№ п/п	Показатель	Сумма, тыс. руб		Отклонение	
		Предыдущий год	Отчетный год	Динамика (+; -)	Темп роста, %
1	Выручка	348258	350589	+2331	100,67
2	Себестоимость продаж (полная)	332077	340329	+8252	102,48
3	Валовая прибыль (убыток)	16 180	10259	-5921	63,41
4	Прибыль (убыток) от продаж	16 180	10259	-5921	63,41
5	Доходы от участия в других организациях	6386	14824	+8438	232,13
6	Проценты к получению	4133	3216	-917	77,81
7	Проценты к уплате	19816	21622	+1806	109,11
8	Прочие доходы	26583	35055	+8472	131,87
9	Прочие расходы	39876	21309	-18567	53,44
10	Прибыль (убыток) до налогообложения	(6409)	20423	+26832	-
11	Налог на прибыль	(5812)	(5884)	-72	101,24
12	Чистая прибыль (убыток)	(9297)	17630	+26927	-

ционально выбранной базе напрямую в себестоимость продаж.

Однако наблюдается положительная динамика по прочим видам деятельности. В 2021 году доходы от участия в других организациях увеличились на 8437861 тыс. руб., что на 132, 12% больше, чем в предыдущем отчетном периоде, а прочие доходы возросли на 8471674 тыс. руб. при темпе роста в 131, 87%. При этом рост доходов превышает расходы, что привело к увеличению прибыли до налогообложения

Таким образом, динамика анализируемых показателей привела к «проеданию» части прибыли от продаж, однако за счет доходов, не связанных с основными видами деятельности, наблюдается рост прибыли до налогообложения в большем размере, чем в 2020 году. Также стоит обратить внимание на то, что темп роста чистой прибыли на конец 2021 года значительно ниже темпа роста прибыли до налогообложения. Данная ситуация говорит о том, что налоговое бремя по уплате налога на прибыль достаточно велико, а рост текущего налога на прибыль на 12,66% является отягощающим фактором. Из вышперечисленного следует, что факторами, которые сдерживают рост чистой прибыли, является высокий уровень себестоимости продаж, а также факторы, связанные с величиной налогового бремени по налогу на прибыль. Такая ситуация может быть вызвана проводимой налоговой политикой и сохранением влияния налогового бремени по налогу на прибыль. Следовательно, организации следует обратить внимание на организацию налогового планирования в рамках общего планирования своей деятельности.

Для получения наиболее точных результатов аналитической деятельности и дальнейшей оценки уровня управленческой эффективности необходимо максимально де-

тальное изучение оказываемого факторами влияния. По этой причине особую роль играет степень воздействия отдельных индикаторов на результат.

Также одними из важнейших показателей оценки финансового результата является порог рентабельности и запас финансовой прочности организации. Для полноты и точности расчета обязательно выделять постоянные затраты, представленные управленческими и коммерческими расходами, из общей суммы себестоимости продаж. Таким образом, валовая прибыль будет представлена показателем маржинального дохода, или маржинальной прибыли, и рассчитывать следующим образом:

$$P_{вал} = N - Sp = MD \quad (1)$$

При этом, маржинальный доход может быть представлен в виде сложения прибыли от продаж и условно-постоянных затрат, то есть:

$$MD = N - Sp_{пер} = P + Sp_{ост} \quad (2)$$

Данный показатель лежит в основе расчета порога рентабельности, или точки безубыточности, который характеризует уровень покрытия затрат, связанных с производством продукции и ее сбытом. Иными словами, это тот момент, когда организация сможет покрыть все затраты и убытки и начнет получать прибыль. Расчет точки безубыточности имеет следующий вид:

$$K = \frac{Sp_{ост}}{MD:N} = \frac{UP+KP}{MD:N} \quad (3)$$

где:

UP + KP — постоянные затраты организации за отчетный период;

$\frac{MD}{N}$ — доля маржинального дохода в объеме продаж

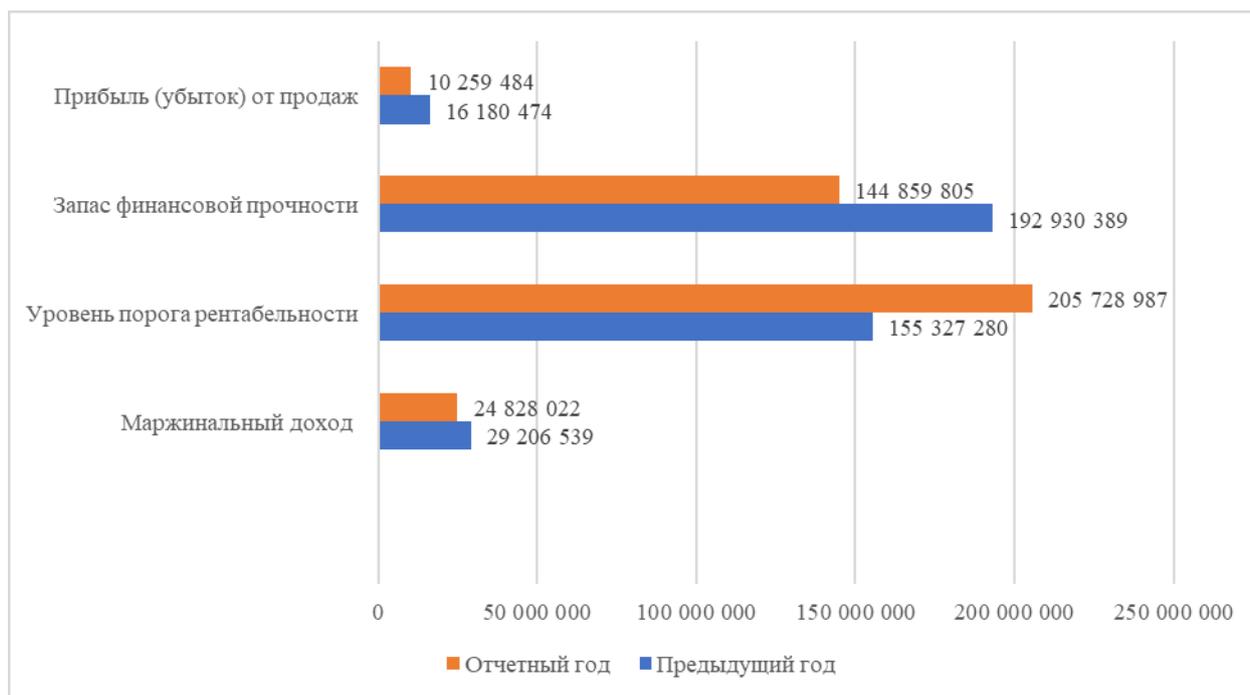


Рис. 1 Динамика показателей качественного уровня финансовых результатов от продажи продукции компании, тыс. руб.

На основании данных методики расчета вышеуказанных показателей рационально провести анализ эффективности продаж, который на рисунке 1.

Исходя из полученных в таблице 3 результатов, можно сделать вывод о том, что порог рентабельности в отчетном году по сравнению с предыдущим годом увеличился на 50401706, 74 тыс. руб. Также стоит обратить внимание на то, что это на конец отчетного года наблюдается снижение запаса финансовой прочности на 48070583, 74 тыс. руб., а его доля в выручке данного показателя снизилась на 14,08%. Такая ситуация говорит о том, что темпы роста расходов превышают темпы роста выручки, или иными словами, снижается тот уровень, при котором риски снижения эффективности деятельности компании и рентабельности продаж будут минимальными.

Таким образом, на основании выше приведенных расчетов, можно предложить следующие рекомендации в адрес менеджмента организации, направленные на повышение эффективности ее деятельности и максимизации ее финансового результата.

Во-первых, необходимо провести детальный ретроспективный анализ объемов и характера прибыли, поскольку, несмотря на спад экономической активности в 2020 году, на начало 2021 года прибыль от продаж была в полтора раза выше, чем на конец года

Во-вторых, необходимо разработать систему планирования прибыли не только по организации в целом,

но и в разрезе различных видов деятельности, так как, исходя из данных, отраженных в таблице 1, формирование прибыли до налогообложения происходит в основном за счет прочих видов деятельности и инвестиций в другие организации.

Как было уже отмечено ранее, данная организация применяет метод расчета полной себестоимости, что также влияет на формирование финансового результата. В данном случае нельзя точно определить, какие именно факторы повлияли на превышение темпа роста себестоимости над темпом роста выручки, однако стоит обратить внимание менеджмента организации на то, что данные положения учетной политики могут снижать рентабельность продаж.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что анализ финансового состояния компаний является неотъемлемым инструментом эффективного управления деятельностью корпорации. Однако при анализе необходимо также обращать внимание на показатели, отражающие рентабельность и финансовую устойчивость организации, поскольку при принятии определенных управленческих решений проводится не только ретроспективный анализ, но и составляется прогноз на будущие периоды. Поэтому комплексный подход позволит учитывать любые изменения в экономической среде, которые оказывают или в перспективе могут оказывать влияние на деятельность компании и ее результаты финансово-хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Ефимова, О.В. Финансовый анализ — современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. 5-е изд., испр. М.: Омега-Л, 2014. — 348 с;
2. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие/Т.А. Пожидаева. — 3-е изд., стер. — М: КНОРУС, 2010. — 320 с.;
3. Довтаев С-А. Ш., Дзодзиева Ф.Н. Оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации на основе отчета о финансовых результатах/Довтаев С-А. Ш., Дзодзиева Ф.Н. // Вестник Академии знаний. — 2021. — № 42 (1). — с. 123-127;

Оценка стоимости бизнеса в современных условиях: подходы и методы

Абакумова Анастасия Владимировна, студент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В данной статье рассматривается сущность оценки бизнеса как одного из ключевых инструментов инвестиционной деятельности компании, которая базируется на двух подходах, основанных на расчете дисконтированной стоимости компании и сравнительном анализе конкурентов на рынке, а также рассмотрены основные методы расчета стоимости бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, деловая среда, доходный подход, дисконтированная стоимость

Оценка бизнеса является неотъемлемым процессом деятельности компании, который позволяет определить ее экономическую стоимость. Она проводится для различных целей: как для установления стоимости бизнеса при его продаже, так и для целей привлечения инвесторов. Принимая правильные инвестиционные решения относительно продажи и покупки компании или присоединения любого другого компании, необходимо, чтобы рассматриваемые решения принимались на основе оценки стоимости компании.

Оценка стоимости компании должна осуществляться в соответствии с рекомендациями Международных стандартов оценки стоимости компании, а также в соответствии с основными принципами: оценка компании как общеэкономическая, оценка может производиться не на основе достигнутых результатов, а на основе ожидаемых результатов. Это обусловлено тем, что многие инвестиции осуществляются с учетом долгосрочной перспективы основе детального исследования деятельности компании.

Владельцам необходимо не только понимать, чего стоит их бизнес сегодня, но и знать, что поддерживает и стимулирует эту ценность. Слишком часто из-за чрезмерной самоуверенности или апатии владельца этот шаг либо игнорируется, либо преуменьшается, либо, как минимум, основывается на неполных данных или предположениях. В этом случае оценка обычно служит проверкой реальности для владельцев с предвзятой или неосведомленной точкой зрения на то, сколько стоит их бизнес.

Необходимость оценки стоимости бизнеса заключается в том, что оценки необходимы для решения налоговых или юридических вопросов. Тем не менее, оценки

на самом деле выполняются по множеству причин, включая, помимо прочего, продажу или приобретение бизнеса, поскольку она отражает справедливую стоимость активов компании.

Оценка часто необходима при дарении или пожертвовании акций компании в рамках благотворительного взноса, при разрешении споров с IRS или акционерами или при преобразовании корпорации. В соглашении о покупке/продаже, партнерстве или акционерном соглашении могут быть требования, требующие оценки бизнеса.

Кроме того, владельцы обычно проводят оценку при попытке привлечь стратегический капитал или получить кредит Ассоциации малого бизнеса (SBA). Реализация плана владения акциями сотрудников, безусловно, потребует первоначальной и ежегодной оценки [4, с. 45].

Формальная оценка бизнеса может помочь согласовать предполагаемые мнения о стоимости, а в сочетании с анализом конкурентоспособности она может помочь владельцу бизнеса определить относительную стоимость на рынке в целях повышения ее инвестиционной привлекательности.

Точная оценка закрытого бизнеса является важным инструментом для владельца бизнеса для оценки как возможностей, так и альтернативных издержек, поскольку они планируют будущий рост и возможный переход. Он обеспечивает либо оценку относительной стоимости для владельца на определенный момент времени, либо, возможно, цену, по которой покупатель был бы готов приобрести бизнес.

На первый взгляд, оценка бизнеса на самом деле является относительно простой и понятной концепцией.

Квалифицированный специалист сначала анализирует финансовую отчетность рассматриваемой компании и рассматривает сопоставимые сделки, отраслевые коэффициенты и другую количественную и качественную информацию. Затем вносятся соответствующие корректировки, чтобы привести рассматриваемую компанию в соответствие с отраслевым стандартом или эталоном. Результатом является обоснованная оценка справедливой стоимости, обычно выполняемая в соответствии с Единичными стандартами профессиональной оценки [2].

Однако, несмотря на преимущества, многие владельцы бизнеса опасаются того, чего ожидать при прохождении процесса оценки. В некоторых случаях оценки могут выявить области бизнеса, которые на самом деле снижают стоимость, такие как слабый финансовый и бухгалтерский контроль, неэффективные активы и более низкие операционные коэффициенты по сравнению с аналогичной группой. Весь процесс оценки может дать обзор сильных и слабых сторон рассматриваемой компании [1, с. 121].

В процессе осуществления оценки стоимость бизнеса применяется несколько основных подходов:

1) Доходный подход. Он основан на расчете ожидаемого дохода. Доход в данном методе выступает в качестве решающего фактора при формировании конечной стоимости корпорации. Соответственно, чем выше доход, тем выше стоимость бизнеса. Кроме того, должен учитываться ряд факторов: перспективы развития конкретной отрасли, показатели общеэкономического характера, возможные риски и т.д. Этот метод особенно актуален при покупке перспективной организации с целью дальнейшего расширения производства. Он не требует комплексной ревизии и обеспечивает эффективное использование активов. Также в данном случае учитывается ставка дисконтирования, которая позволяет более точно прогнозировать предполагаемый доход и возможные риски. Данный подход нередко используется для оценки положения компании на глобальном рынке.

2) Сравнительный подход. Рассматриваемый метод основывается на сравнительном анализе конкурентов на рынке, производящих соответственно аналогичные товары. Предпосылкой применения подхода является существование идентичной деловой среды. В данном случае в качестве основных источников информации выступают финансовые рынки. Основным преимуществом этого метода является то, что стоимость корпорации может быть оценена по результатам осуществленных торгов акциями, а цена отражает конкретную позицию на рынке в любой данный момент времени. Также в него включается метод операций, рынок капитала и отраслевые показатели. Показатель капитала отражает позицию корпорации по сравнению с основными конкурентами. При наличии актуальных и достоверных данных оценка бизнеса может произведена максимально точно. Однако, в том случае, если показатели сопоставляемых корпораций значи-

тельно отличаются, применяются соответствующие мультипликаторы.

3) Затратный подход. Этот метод основан не на доходах, а на затратах на организацию конкретного вида бизнеса. Тщательная переоценка позволяет сбрасывать балласт. Вычитая все обязательства, вы можете вывести точную рыночную стоимость компании. Подход, основанный на затратах, включает только существующие активы, которые исключают несущественные переменные. Он эффективен для оценки молодых компаний, холдингов и инвестиционных компаний. Недостатком является отсутствие долгосрочных бизнес-прогнозов. При оценке используются два разных метода: чистые активы и ликвидационная стоимость. Из-за частой ненадежности балансовой и рыночной стоимости компании этот метод особенно не пользуется спросом.

Менеджментом компаний и инвесторами самостоятельно определяется, какой подход к оценке следует использовать. Иногда целесообразно использовать несколько методов, чтобы уменьшить риск ошибки.

Каждый подход включает в себя несколько методов оценки стоимости бизнеса. Рассмотрим несколько методов оценки стоимости бизнеса:

1. Ликвидационная стоимость.

Ликвидационная стоимость — это стоимость компании, если она ликвидируется, то есть ее активы продаются, а долги выплачиваются. Эта стоимость рассчитывается путем вычета расходов на ликвидацию бизнеса (сокращение выплаты сотрудникам, налоговые расходы и другие типичные расходы на ликвидацию) от скорректированной чистой стоимости.

2. Оценка дисконтированных денежных потоков.

Метод дисконтированных денежных потоков представляет собой наилучшую адекватную оценку деятельности инвестора. Владелец бизнеса уверен, что он покупает не просто набор тех или иных активов в виде нематериальных ценностей: машин, зданий, сооружения, оборудования и т.д., а поток будущих доходов, который позволит ему окупить в приобретённой цене вложенные средства, в том числе повысить своё благосостояние. К тому же фактическая стоимость денег может измениться под влиянием инфляции. Так, например, денежные средства в форме банковских депозитов могут с одной стороны принести прибыль, но с другой, при выдаче кредита возникает существенный риск, связанный с недополучением возвратной суммы. Как следствие именно на текущую дату происходит определение стоимости будущего денежного потока. На основе данного метода можно рассчитать не только оценку бизнеса и эффективность инвестиционных проектов, но и окупаемость при составлении плана для бизнеса

3. Капитализация оценки прибыли.

Метод оценки капитализации прибыли подобен расширению метода оценки DCF. Он включает в себя расчет стоимости бизнеса на основе его денежного потока, годовой рентабельности инвестиций, прогнозируемой при-

были и стоимости. Он подходит для стабильных компаний, которые не ожидают больших колебаний в своих общих финансах.

4. Метод чистых активов.

Оценка на основе активов — это форма оценки в бизнесе, которая фокусируется на стоимости активов компании или справедливой рыночной стоимости ее совокупных активов после вычета обязательств. Активы оцениваются, и определяется справедливая рыночная стоимость. Например, землевладельцы могут сотрудничать с оценщиками для определения рыночной стоимости недвижимости. Со временем стоимость собственности увеличивается, и владелец может понять, что сегодня часть собственности стоит больше, чем пять лет назад. Новое значение котируется и используется в подходе, основанном на активах. С другой стороны, обязательства часто имеют реальную рыночную стоимость. Как правило, дальнейшие расчеты не производятся. Оценка активов определяет стоимость воссоздания аналогичного бизнеса.

5. Оценка на основе активов.

Оценка на основе активов является эффективным методом оценки бизнеса, он включает в себя определение общей стоимости чистых активов компании и вычитание стоимости ее обязательств. Компании, которые собираются продолжать свою деятельность, должны использовать метод непрерывности деятельности для оценки стоимости компании. С другой стороны, компании, которые собираются закрыться или работают с предположением, что бизнес будет завершен в ближайшем будущем, должны проводить оценку ликвидационной стоимости на основе активов. В таком сценарии стоимость определяется на основе чистых денежных средств, которые остаются у владельцев в случае прекращения бизнеса.

6. Метод сделок.

Этот метод оценки стоимости бизнеса предполагает, что стоимость компании на сегодняшний день является ценой, которую заплатили в прошлом за такую же компанию. Этот метод помогает оценить стоимость компании на данный момент. Данный метод является достаточно сложным в расчётах. Сложность заключается в том, что на данный момент некоторые данные по цене данной компании будут не так актуальны, не все данные сопоставимы с новыми реалиями. Метод сделок оценивает бизнес на основе ценовых мультипликаторов, полученных в результате продажи компаний, аналогичных рассматриваемой компании.

Подводя итог, можно сделать вывод, что соответствующая модель оценки экономического субъекта должна не только информировать об общей стоимости, но и указывать на структуру источников ее создания. Поэтому методы оценки бизнеса должны учитывать как можно больше составляющих компании, влияющих на ее стоимость.

В настоящее время процесс оценки уже движется в этом направлении, примером чего является одновременное использование, чаще всего, методов, основанных на активах, доходах и сопоставимых компаниях, для определения конечной стоимости компании. Использование нескольких методов оценки в ходе применяемой процедуры дает возможность принимать рациональные решения относительно конечной стоимости компании. Такой инструмент приведет к желаемой гармонизации методики оценки основных параметров, обслуживающих оценку, с такой степенью качества, которая обеспечит получателям этой информации выбор точных решений для принятия решений. варианты в будущем.

Литература:

1. Буга, А.В. Основные инструменты оценки стоимости компании: цели проведения, подходы и методы оценки / А.В. Буга, М.А. Марченко // Экономика и управление народным хозяйством (Санкт-Петербург). 2019. № 6 (8). с. 117-126.
2. Имяреков, С.М., Плеханова Е.А., Хранина О.А. Основные подходы к оценке стоимости бизнеса // Экономика и социум. 2018. № 11 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-otsenke-stoimosti-biznesa> (дата обращения: 09.06.2023).
3. Касьяненко, Т.Г. Оценка стоимости бизнеса + приложение в ЭБС: учебник для вузов / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. 373 с.
4. Спиридонова, Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебник и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. 317 с.
5. Федотова, М.А. Оценка стоимости активов и бизнеса: учебник для вузов / М.А. Федотова, В.И. Бусов, О.А. Землянский; под редакцией М.А. Федотовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. 522 с.

Стратегии HR для создания эффективных виртуальных команд и управления ими в цифровую эпоху

Абдирашитова Айгуль Халиловна, студент магистратуры;
Куприянов Данила Сергеевич, студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Виртуальные команды стали неотъемлемой частью современного бизнеса в цифровую эпоху. Они позволяют компаниям привлекать и удерживать талантливых сотрудников независимо от их географического расположения. Однако, эффективное создание и управление виртуальными командами представляет свои вызовы для HR-специалистов. В данной статье мы рассмотрим стратегии HR, основанные на достоверных исследованиях, которые помогают создавать и эффективно управлять виртуальными командами в цифровой эпохе.

Ключевые слова: HR, виртуальные команды, цифровизация, стратегии HR, коммуникационные приложения, онлайн-рекрутинг, видеоконференции, дистанционное обучение, корпоративные порталы, цифровое образование.

В свете растущей децентрализации и глобализации рабочих процессов многие организации отреагировали на свою динамичную среду внедрением виртуальных команд, члены которых географически распределены и координируют свою работу преимущественно с помощью электронных информационно-коммуникационных технологий (электронная почта, видеоконференции и т.д.). Кроме того, стремительное развитие новых коммуникационных технологий ускорило эту тенденцию, так что сегодня большинство бизнес-организации используют виртуальные команды. Дополнительно, недавний опрос среди 376 бизнес-менеджеров из различных филиалов в Германии показал, что около 30% менеджеров работали преимущественно в онлайн формате, и около 40% перешли в онлайн временно. Аналогичные цифры были и для других стран [1]. Подобный формат можно найти в различных областях, таких как исследования и разработки, целевые группы по решению проблем или обслуживание клиентов.

Использование виртуальных команд сегодня является гораздо более распространенной практикой, и она встречается во многих организациях различных типов, а не только в сфере «высоких технологий». Согласно Дуарте и Снайдеру, виртуальные команды работают «... без физических ограничений расстояния, времени и организационных границ. Они используют технологии электронной совместной работы и другие методы для снижения затрат на поездки и оборудование, сокращения сроков реализации проектов и увеличения времени принятия решений и коммуникации.» [2].

Упростить эту картину следующим уравнением:

Виртуальные команды=команды+электронные ссылки+групповое программное обеспечение

К преимуществам виртуальных команд относят:

1. Они экономят время и деньги
2. Они обеспечивают более легкий доступ к экспертам и другим источникам информации
3. Формирование команд не зависит от местонахождения участников

4. Организации могут расширять свою рабочую базу и назначать/нанимать лучших людей независимо от их местонахождения

5. Становится легче нанимать и использовать людей с ограниченными возможностями

6. Сотрудники считают, что им легче поддерживать здоровый баланс между работой и личной жизнью

7. Сотрудникам легче переходить от одного проекта к другому по мере необходимости

8. Сотрудникам гораздо проще вносить свой вклад в работу более чем одной команды одновременно

9. Командные сообщения и отчеты могут быть доступны онлайн, и к ним можно получить доступ в любое время и из любого места, что обеспечивает более эффективное использование ресурсов команды (Cascio, 2000).

10. Сотрудники могут работать из любого места в любое время

11. Людей можно набирать исходя из их индивидуальных компетенций, а не только из их физического местоположения

12. Время, затрачиваемое на поездки на работу, сокращается

13. Расходы на проезд, проживание, парковку и аренду/владение помещениями в зданиях — это расходы, которые могут быть устранены или сведены к минимуму.

HR-специалисты играют важную роль в создании и управлении виртуальными командами. Они отвечают за рекрутинг и подбор участников команды, обучение и развитие, установление эффективной коммуникации, управление производительностью, мотивацией и вовлеченностью, а также разрешение конфликтов и проблем.

Готовность к реструктуризации бизнес-процессов с учетом последних ИТ-трендов и, прежде всего, цифровизации является важным конкурентным преимуществом компаний. Цифровизация меняет всю сферу HR, начиная от основных функций, таких как найм и развитие талантов, и до внедрения новых вызовов, таких как увеличение производительности. Процесс цифровизации

продолжает ускоряться даже в менее развитых отраслях, включая розничную торговлю и здравоохранение. Компании в этих отраслях также все больше используют программное обеспечение для управления бизнесом, цифровые платежные системы, маркетинг в социальных сетях и анализ данных. Более того, рабочее место стало местом внедрения новых мощных инструментов.

Согласно Глобальному институту McKinsey, быстрое распространение Интернета предоставляет возможности для улучшения технологий, повышения эффективности добычи нефти на месторождениях, а также разработки зданий и сооружений. В сфере профессиональных услуг и делового администрирования вместе с развитием искусственного интеллекта и машинного обучения ожидаются еще большие перемены [3].

В целях понимания, какие инструменты цифровизации помогают в дальнейшей работе сотрудникам, необходимо разобраться с процессами, которыми занимается HR-служба:

1. Рекрутинг и подбор: HR-отдел отвечает за привлечение и отбор кандидатов для виртуальных команд. В контексте виртуальных команд необходимо учитывать специфические навыки и компетенции, такие как самоорганизация, коммуникационные навыки и умение работать в удаленной среде. HR-специалисты должны обладать глубоким пониманием требований к виртуальной работе и быть в состоянии найти и привлечь кандидатов, которые справятся с такими условиями работы.

2. Организация обучения и развития: HR-отдел играет важную роль в обеспечении обучения и развития сотрудников виртуальных команд. Это включает в себя обучение по использованию технологий и инструментов удаленной работы, развитие коммуникационных навыков и управление временем. HR-специалисты могут разрабатывать и предлагать обучающие программы, которые помогут сотрудникам виртуальных команд эффективно выполнять свои задачи.

3. Управление командным сотрудничеством: HR-отдел играет важную роль в поддержке командного сотрудничества в виртуальных командах. Он может разрабатывать и внедрять стратегии и инструменты для обеспечения эффективной коммуникации и сотрудничества в удаленной среде. Это может включать в себя использование онлайн-платформ для обмена информацией и совместной работы, организацию регулярных виртуальных собраний и проведение тренингов по командному взаимодействию.

4. Поддержка участников команды: HR-отдел также выполняет функцию поддержки участников виртуальных команд. Это может включать в себя предоставление ресурсов и инструментов для эффективной работы, организацию программ поддержки и менторства, а также участие в урегулировании конфликтов и разрешении проблем, которые могут возникнуть в процессе работы виртуальной команды.

5. Мониторинг и оценка: HR-отдел может играть роль в мониторинге и оценке работы виртуальных команд. Это может включать в себя разработку системы оценки эффективности работы команды, сбор обратной связи от участников команды и регулярное отслеживание прогресса и достижений.

В сфере HR цифровые технологии приводят к изменениям в различных аспектах работы, включая найм персонала, развитие сотрудников и управление. Для обеспечения эффективности и оптимизации процессов создания и управления виртуальными командами в цифровой эпохе, HR-специалисты разрабатывают и применяют следующие стратегии, основанные на использовании различных инструментов и платформ:

1. Разработка и внедрение приложений, которые позволяют сотрудникам оперативно обмениваться информацией и быть на связи с коллегами даже на удаленных рабочих местах. Это могут быть различные корпоративные порталы, такие как WhatsApp, Viber, Вконтакте, Twitter, которые облегчают коммуникацию и обмен информацией внутри организации.

2. Онлайн-рекрутинг становится все более популярным инструментом для подбора персонала. Он включает использование специализированных порталов с вакансиями, социальных и профессиональных сетей, а также других онлайн-платформ для привлечения и отбора кандидатов.

3. Для организации видеоконференций и удаленного рабочего процесса HR-специалисты применяют различные сервисы, такие как Zoom, Facebook Messenger Room, Houseparty, которые позволяют проводить встречи и обсуждать рабочие вопросы в видеоформате на расстоянии.

4. Также важной стратегией является использование сервисов для дистанционного обучения сотрудников. С помощью таких программных продуктов, как Moodle, iSpring, GetCourse, Round и мобильных приложений, сотрудники могут повышать свои навыки и квалификацию, получая доступ к образовательным материалам и курсам в удобное для них время.

5. Для улучшения доступа к корпоративной информации и обмену документами сотрудниками, HR-специалисты разрабатывают и создают корпоративные порталы. Это специальные серверы, которые позволяют организации распространять информацию и обеспечивать доступ сотрудникам для принятия рабочих вопросов и управленческих решений.

Цифровизация существенно влияет на все аспекты управления персоналом, начиная с подбора и найма кадров и заканчивая их обучением. Использование возможностей Интернета позволяет осуществлять удаленный поиск персонала, консультирование на этапе адаптации, обучение и развитие. Цифровизация также расширяет потенциал экономики и создает многочисленные возможности. Однако для построения инклюзивного рынка труда в цифровую эпоху необходимо существенно улуч-

шить цифровое образование и профессиональную подготовку, чтобы расширить поток высококвалифицированных кадров и обеспечить возможности сотрудникам присоединиться к цифровой экономике.

Литература:

1. AFW, 2002 — Работа в команде в немецких компаниях [Электронный ресурс]: Бад-Гарцбург, Германия: Академия руководителей бизнеса. 2004. — Режим доступа: <http://www.die-akademie.de/> (дата обращения: 1.06.2023).
2. Дуарте, Д. Л., Снайдер Н. Т. Совершенствуя виртуальные команды. — М.: Jossey-Bass, 1999. — 4 с.
3. Цифровая трансформация: новые вызовы для бизнеса и руководителей компании [Электронный ресурс]: Высшая школа экономики Кочубей центр. — URL: <https://kc.hse.ru/2018/05/15/cifrovaya-transformaciya-novye-vyzovy/> (дата обращения: 1.06.2023).
4. Романова, Ю. Д. Информационные технологии в управлении персоналом: учебник и практикум для прикладного бакалавриата/Ю. Д. Романова, Т. А. Винтова, П. Е. Коваль. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 170 с.

Проблемы развития национальной платежной системы

Апхалимова Аделина Азатовна, студент магистратуры
Казанский (Приволжский) федеральный университет

В статье проанализированы основные проблемы и направления развития национальной платежной системы России на современном этапе. Анализируется влияние международных санкций на национальную платежную систему России, а также возможные пути обеспечения стабильности и безопасности ее функционирования в современных условиях.

Ключевые слова: платежная инфраструктура, национальная платежная система, развитие, система «Мир», санкции.

В экономике каждого государства большое значение имеют вопросы безопасности и эффективности безналичных расчетов, которые сегодня занимают наибольший вес в структуре денежного оборота большинства экономик. Если страна не имеет собственной платежной системы, она вынуждена использовать платежные системы других стран, что делает ее зависимой и уязвимой. Для обеспечения безопасности платежных операций и финансов важно сохранять независимость в этой сфере и создавать собственную платежную инфраструктуру. Актуальность данной темы на данный момент возросла в несколько раз, из-за того, что национальная платежная система нашей страны проходит проверку на прочность, так как ей приходится выдерживать многочисленные внешние санкции.

В настоящее время развитие национальной платежной системы, обеспечение ее независимости, эффективности и безопасности, несмотря на сложные политические и экономические условия, является одной из важнейших задач для успешного развития экономики нашей страны.

Платежные системы относятся к числу наиболее технологически зависимых субъектов. Оперативность обработки информации о платежах и скорость проведения платежно-расчетных операций, бесперебойность расчетов являются одной из важнейших характеристик любой платежной системы. Эти параметры имеют особое значение в условиях единой национальной платежной системы, предназначенной для обеспечения осуществления

платежно-расчетных операций в условиях, когда участниками расчетов являются участники разных платежных систем.

Инфраструктура национальной платежной системы обеспечивает решение задачи повышения надежности и качества платежных услуг и скорости денежных переводов, в том числе путем обеспечения эффективного взаимодействия банковских и небанковских платежных систем, а также внедрение новых инструментов во все сферы экономической и социальной жизни [4].

В связи с введением санкций с 2014 года со стороны крупнейших международных платежных систем и усилением политического и экономического давления со стороны недружественных стран Центральный банк Российской Федерации создал Национальную систему платежных карт, что позволило обеспечить независимость и платежный суверенитет страны.

Позже на базе Национальной системы платежных карт были созданы платежные карты «Мир», а также система «Сервис срочных переводов», осуществляющая платежи онлайн [3].

Стоит отметить, что подобные сервисы в настоящее время запускаются во многих странах мира, обычно инициаторами выступают центральные банки. Системы быстрых переводов помогают увеличить скорость платежей внутри этих стран, делая их намного безопаснее, удобнее и дешевле.

Следует отметить, что важной тенденцией развития национальной платежной системы является процесс цифровизации, который предполагает постепенный переход к использованию технологий дистанционных переводов и т. п.

Технологии дистанционных переводов и платежей, не требующие физического присутствия и присутствия учреждения, что требует значительных вложений и зачастую выходит за рамки возможностей небольших финансовых учреждений.

Рост также наблюдается в сервисе несрочных платежей, почти в два раза. Количество платежей через экспресс-сервис также увеличилось в 2,5 раза переводы. Это связано с тем, что в связи с пандемией COVID-19 банки расширили предложение платежных услуг для населения и бизнеса, уделяя особое внимание развитию цифровых технологий [5].

Для развития национальной платежной системы существенным шагом вперед станет введение национальной цифровой валюты — цифрового рубля. Под цифровым рублем следует понимать одну из форм российской национальной валюты, предназначенную для выпуска Центральным банком Российской Федерации и призванную стать дополнением к имеющимся в России формам денег (наличным и безналичным).

В то же время страна находится под огромным давлением извне в виде многочисленных санкций, которые не могли не сказаться на стабильности и безопасности национальной платежной системы. Введенные санкции коснулись различных отраслей, прежде всего военно-промышленного комплекса, космоса, нефти и газа, безопасности, авиа- и судостроения, интернет-торговли и т. д. Был ограничен доступ к социальным сетям, заблокирован доступ к некоторым приложениям и информационным ресурсам, а также введены ограничения на операции по ввозу и вывозу товаров определенной категории, закупке российского сырья и т. д.

В финансовом секторе в результате введенных санкций были заморожены российские активы за рубежом, запрещена деятельность некоторых банков, ограничения со стороны международных платежных систем, процессы вывода акций, расторжение договоров, отзыв патентов и лицензий, отключение некоторых банков от системы SWIFT и т. д.

Следует отметить, что наличные системы становятся все более дорогими и невыгодными по сравнению с безналичными деньгами. Так, в России почти 20% стоимости каждого рубля тратится на поддержание собственного оборота. Развитие информационных технологий позволит снизить затраты на расчетно-кассовое обслуживание, инкассацию, обмен старых денежных единиц и выпуск новых денежных знаков, что положительно скажется на организации денежного обращения.

Однако, с другой стороны, безналичные или электронные системы денежного обращения ведут и к другим экономическим проблемам, например, в отношении кон-

троля над денежными средствами и обеспечение безопасности как отдельного участника таких систем, так и крупных организаций и даже государственных структур.

Данный уровень платежных систем ставит ряд задач от программно-аппаратных до разработки совершенно новых видов защиты информации и перестройки работы всех значимых экономических структур.

Поэтому необходимо разработать методологическую базу по вопросу о платежных системах, а также разработать новые понятия и определения с учетом современных изменений в экономике и перспектив инновационных внедрений в этой области.

Согласно Стратегии развития национальной платежной системы на 2021-2023 годы ключевые планы, касающиеся совершенствования национальной платежной инфраструктуры, связаны с:

- платежной системой Банка России;
- системой быстрых платежей;
- национальной системой платежных карт и платежной системой «Мир»;
- системой передачи финансовых сообщений [1].

Для поддержания конкуренции на платежном рынке планируется обеспечить доступ к услугам платежной системы Банка России не только банкам, но и небанковским поставщикам платежных услуг. А для развития трансграничных платежей в национальной валюте, поддержки экспорта платежных услуг и усиления роли российского рубля — предоставить банкам возможность организовать доступ к услугам платежной системы Банка России стран ЕАЭС и иные организации — нерезиденты Российской Федерации. Это, в свою очередь, требует совершенствования методов обеспечения информационной безопасности [2].

Уже сегодня можно сказать, что создание национальной платежной системы на базе собственной национальной платежной инфраструктуры было правильным стратегическим решением для обеспечения национальной безопасности страны и платежного суверенитета. Карты «Мир» активно завоевывают платежное пространство внутри страны, постепенно вытесняя карты международных платежных систем. Центральный банк Российской Федерации принимает все необходимые меры для безопасного функционирования национальной платежной системы.

До сих пор нерешенной проблемой остается недостаточное обеспечение необходимой инфраструктурой отдаленных регионов нашей страны. В ближайшее время эта проблема будет решена, в том числе, благодаря развитию сервиса «Система быстрых платежей» для граждан и бизнеса, а также внедрению цифрового рубля.

На сегодняшний день Россия находится в периоде непрерывного и динамичного развития, и очень важно, чтобы государство эффективно справлялось с проблемами и реагировало на замечания граждан, чтобы российская национальная платежная система могла сравняться с мировыми платежными системами.

Литература:

1. Консультант Плюс: «Стратегия развития национальной платежной системы на 2021-2023 годы» (утв. Банком России) [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_382148/ (Дата обращения: 07.06.2023)
2. Гарант. ру: Электронные платежные счета, мобильное приложение СБПЭй, платформа цифрового рубля, переносимый банковский счет и другие планы по развитию национальной платежной системы [Электронный ресурс] URL: <https://www.garant.ru/article/1458903/> (Дата обращения: 07.06.2023)
3. Ерёмичева, В. А. Проблемы функционирования платежных систем в России/В. А. Ерёмичева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 17 (412). — с. 95-99. — URL: <https://moluch.ru/archive/412/90957/> (дата обращения: 07.06.2023).
4. Кривошапова, С. В.: Проблемы и перспективы развития региональной платежной инфраструктуры/Фундаментальные исследования. — 2022. — № 7 — с. 57-63 [Электронный ресурс] URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=43284> (Дата обращения: 07.06.2023)
5. Синиченко, О. А. Особенности развития национальной платежной системы РФ/Научное обозрение. Экономические науки. — 2021. — № 3 — с. 23-27 [Электронный ресурс] URL: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=1084> (Дата обращения: 07.06.2023)

Электронное правительство в Сингапуре

Бананов Кирилл Юрьевич, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

Ключевые слова: электронное правительство, Сингапур, SingPass, онлайн

Сингапур славится своими успешными инициативами в области электронного правительства, которые характеризуются эффективностью, инновациями и ориентированным на граждан подходом. Примеры успешных проектов электронного правительства в Сингапуре [1]:

1. SingPass — это флагманский проект Сингапура, который предоставляет гражданам единую цифровую идентификацию для доступа к различным государственным услугам. Он позволяет гражданам безопасно подтверждать свою личность и получать доступ к различным государственным порталам и электронным услугам с помощью единого набора учетных данных. SingPass значительно упростил доступ к государственным услугам, уменьшив необходимость в многочисленных учетных записях и повысив удобство пользователей.

2. MyInfo — это интегрированная платформа персональных данных, которая позволяет гражданам удобно делиться своей личной информацией с различными государственными учреждениями. Вместо того чтобы многократно предоставлять одну и ту же информацию для различных операций, граждане могут дать согласие на обмен своими данными, хранящимися в MyInfo, что экономит время и усилия. MyInfo упростила государственные операции, повысила эффективность и сократила бумажную работу.

3. eCitizen — это комплексный онлайн-портал, который служит центральной точкой доступа для граждан к широкому спектру государственных услуг и инфор-

мации. Он обеспечивает удобный интерфейс и интуитивно понятную навигацию, позволяя гражданам легко получать доступ к таким услугам, как подача заявлений на получение разрешений, продление лицензий, уплата налогов, а также доступ к правительственным формам и публикациям [2].

4. Smart Nation Sensor Platform — это инновационный проект, который использует данные с датчиков, установленных по всему Сингапуру, для улучшения городского планирования, управления ресурсами и обслуживания граждан. Она собирает данные в режиме реального времени по различным аспектам, таким как погода, качество воздуха, дорожное движение и плотность толпы. Эти данные анализируются для получения информации и принятия решений на основе данных, что ведет к более эффективному и оперативному управлению городом.

5. Parking.sg — это мобильное приложение, позволяющее автомобилистам удобно оплачивать парковку в Сингапуре. Пользователи могут оплачивать парковку в цифровом виде, избавляясь от необходимости использовать физические талоны или парковочные счетчики. Приложение позволяет легко продлевать сеансы парковки и уведомляет, когда срок действия парковки истекает. Parking.sg повысил удобство и эффективность управления парковкой для автомобилистов [3].

6. CorpPass — это система цифровой идентификации, разработанная для предприятий и корпораций для доступа к государственным электронным услугам. Она обе-

спечивает безопасный механизм аутентификации и авторизации, позволяя предприятиям совершать сделки с государственными учреждениями от имени своей организации. CorpPass упростил и оптимизировал взаимодействие между предприятиями и правительством, облегчив выполнение нормативных требований и доступ к соответствующим услугам.

Определение того, какая страна добилась наилучших результатов в области предоставления цифровых услуг, является субъективным и может зависеть от различных факторов и точек зрения. Но на мой взгляд, на основании имеющейся информации и общепризнанных достижений, Сингапур часто считается лидером в этой области. Вот почему:

1. Ориентированный на гражданина подход: При разработке и предоставлении цифровых услуг Сингапур отдал предпочтение подходу, ориентированному на граждан, сосредоточившись на удовлетворении потребностей и предпочтений граждан. Опыт и удобство пользователей являются ключевыми факторами, что приводит к бесшовной интеграции, персонализированным услугам и интуитивно понятным интерфейсам.

2. Интеграция и удобство: Сингапур достиг высокого уровня интеграции различных государственных учреждений, что позволяет гражданам получать доступ к многочисленным услугам через единую платформу (например, Gov. sg). Такая интеграция упрощает процессы и снижает необходимость пользователей ориентироваться в многочисленных системах, повышая удобство и эффективность.

3. Сильная цифровая инфраструктура: Развитая цифровая инфраструктура Сингапура, включая высоко-

скоростное подключение к Интернету и широкое распространение цифровой грамотности, обеспечивает прочную основу для эффективного предоставления цифровых услуг. Эта инфраструктура поддерживает беспрепятственный и надежный доступ к онлайн-услугам.

4. Технологические инновации: Сингапур поддерживает технологические инновации и находится в числе лидеров внедрения новых технологий, таких как искусственный интеллект, аналитика данных и решения для «умных городов». Эта приверженность инновациям позволила разработать передовые цифровые услуги и постоянно совершенствовать пользовательский опыт.

5. Проактивные правительственные инициативы: Правительство Сингапура продемонстрировало сильную политическую приверженность и активные инициативы по развитию цифровой трансформации. Они создали специальные агентства, такие как Агентство правительственных технологий (GovTech), для руководства и координации цифровых инициатив в различных секторах, что привело к целостному и стратегическому подходу к предоставлению цифровых услуг.

Заключение

Эти успешные проекты электронного правительства в Сингапуре демонстрируют стремление правительства использовать технологии на благо граждан и бизнеса. Благодаря ориентированному на пользователя дизайну, внедрению цифровой идентификации и использованию аналитики данных Сингапур создал экосистему бесперебойных, эффективных и ориентированных на граждан цифровых государственных услуг [4].

Литература:

1. Abbott, J. P. *Technological Empowerment: The Internet, State, and Society in China and Singapore*. — Stanford: Stanford University Press, 2007. — 232 с.
2. Andersson, A. *Electronic Government in Singapore — A Review of Planning and Implementation*. — [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/220402445_Electronic_Government_in_Singapore-A_Review_of_Planning_and_Implementation (Дата обращения: 03.06.2023)
3. Government Technology Agency. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tech.gov.sg/> (Дата обращения: 03.06.2023)
4. United Nations. *E-Government Development Index (EGDI)*. [Электронный ресурс]. URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/> (Дата обращения: 03.06.2023)

SWOT-анализ как один из методов оценки деятельности компании

Бязрова Лаура Алановна, студент магистратуры;
Асаева Диана Юрьевна, студент магистратуры;
Атаева Мадина Заурбековна, студент магистратуры;
Дзагоев Аслан Ахсарбекович, студент магистратуры;
Бикоев Аслан Витальевич, студент магистратуры;
Болатова Мадина Валерьевна, студент магистратуры

Северо-Осетинский государственный университет имени К. Л. Хетагурова (г. Владикавказ)

В данной статье рассматривается сущность метода SWOT-анализа, определяется его цель, методика проведения, а также преимущества и недостатки. Исследуется значимость использования данного метода для оценки конкурентоспособности компаний.

Ключевые слова: swot-анализ, фирма, конкурентоспособность, эффективность, конкуренция, методика, компания.

Условия функционирования современного рынка, экономики в целом требуют от компаний своевременного реагирования на происходящие изменения. В настоящее время компании функционируют в нестабильных условиях, и им приходится адаптироваться к различным переменам на рынке. Как известно, деятельность любой компании подвержена влиянию как внешних, так и внутренних факторов. В число внешних факторов входят экономическая обстановка в регионе, политические факторы, демографическая ситуация, а также уровень покупательской способности населения и пр. Внутренние факторы включают качество и уровень использования маркетинга, использование трудовых ресурсов, принципы деятельности компании, а также наличие конкурентов. Вследствие этого все большую актуальность приобретают вопросы, связанные с анализом конкурентоспособности организации на рынке [4].

SWOT-анализ является одним из важнейших аналитических инструментов, необходимых для комплексной оценки деятельности компании, определения ее сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз со стороны внешней среды. [1].

Понятие SWOT-анализа впервые предложил Кеннет Эндриус в 1963 г. на конференции по проблемам бизнес-политики в Гарварде.

Каждая буква аббревиатуры SWOT означает сторону деятельности компании:

S (strengths) — сильные стороны компании, которые дают ей преимущество по отношению к конкурентам. Для каждой фирмы они индивидуальны: высокое качество продукции, регулярная система скидок, более доступные цены для покупателей, имидж компании на рынке и т. д.

W (weaknesses) — слабые стороны, которые необходимо улучшить для более эффективного функционирования компании и снижения ее уязвимости.

O (opportunities) — возможности внешней среды, использование которых может благоприятно повлиять на развитие бизнеса. К примеру, освоение новых рынков, внедрение инноваций, рекламные каналы, требующие меньших затрат.

T (threats) — угрозы внешней среды, являющиеся деструктивными для работы компании и ухудшающие ее положение на рынке. В частности, уровень конкуренции в отрасли, снижение доходов населения, изменения в законодательстве.

Результаты SWOT-анализа используются менеджментом компании для определения своего текущего положения на рынке, выстраивания дальнейшей стратегии развития с учетом выявленных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз внешней среды.

Основные элементы SWOT-анализа представлены на рис. 1.

Объектом анализа могут являться коммерческие и некоммерческие предприятия, отдельные экономические отрасли, а также конкретные группы товаров и т. д. В числе прочего, SWOT-анализ можно использовать и по отношению к конкретным индивидам.

Как инструмент стратегического планирования, SWOT-анализ подходит и для крупных компаний и для начинающих. Оценка может проводиться на разных этапах деятельности компании: при подведении итогов года, запуске новой линейки товаров и т. д. Молодые предприятия могут использовать данный вид анализа для оценки перспектив при выходе на рынок, планирования маркетинговых стратегий. Крупному бизнесу рекомендуется проведение анализа хотя бы 1 раз в год, что связано с постоянно меняющейся средой компании. Главная особенность метода в том, чтобы по результатам его проведения были сформулированы конкретные решения по повышению эффективности деятельности компании.

SWOT-анализ обыкновенно проводится в несколько этапов. На начальном этапе дается общая характеристика объекту исследования, определяются цели компании, принципы её работы, а также основные виды деятельности. Следующий этап предполагает выявление сильных и слабых сторон бизнеса. Как правило, это факторы, на которые компания может повлиять для достижения определённых целей. Преимущества и факторы уязвимости компании тесно связаны с её финансами, со-

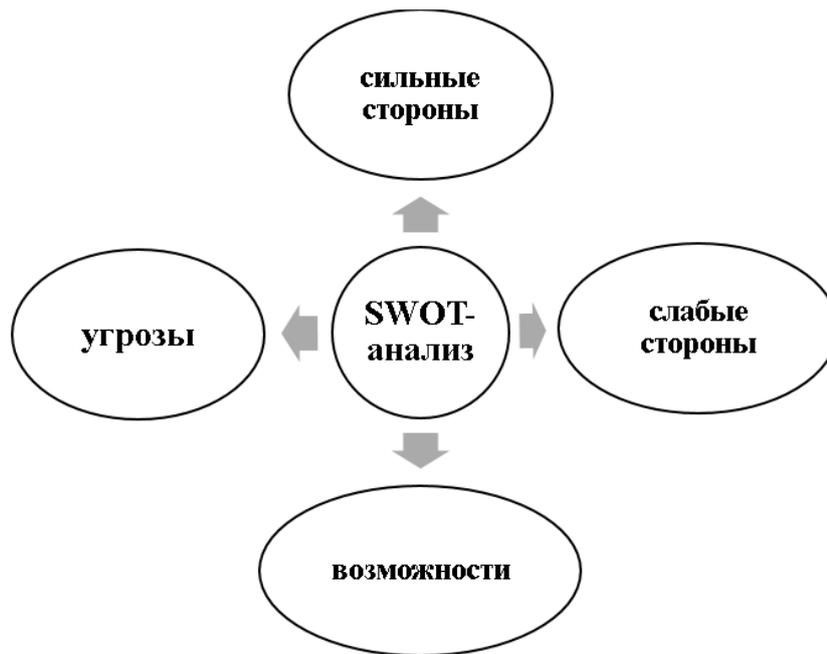


Рис. 1. Элементы SWOT-анализа

Источник: составлено автором

стоянием внутреннего маркетинга, использованием ресурсов. На третьем этапе необходимо определить возможности и угрозы бизнеса. Эти факторы внешней среды не поддаются контролю со стороны бизнеса, их воздействие оказывается извне (новые технологии, усиление конкуренции и пр.). Далее на основе полученных данных необходимо заполнить SWOT-матрицу. Конечная стадия предполагает разработку определённой стратегии и заполнение матрицы решений.

Комбинирование элементов SWOT-матрицы позволяет разработать для компании определённые стратегии. В литературе принято выделять четыре типа стратегий. Последние основаны на сопоставлении сильных сторон и возможностей, слабостей и возможностей, сильных сторон и угроз, слабых сторон и угроз.

Сильные стороны-возможности. Данная стратегия предполагает использование возможностей внешней среды для укрепления и улучшения сильных сторон компании.

Слабости-возможности. Эта стратегия является защитной, т.к. подразумевает использование возможностей для полной или частичной ликвидации уязвимых сторон компании, способствует предотвращению рисков.

Сильные стороны-угрозы. Указанная стратегия призвана помочь в преодолении сложностей за счёт преимуществ компании.

Слабости-угрозы. Цель использования данной стратегии — защита слабых сторон компании и предупреждение угроз.

SWOT-анализ, как и любой метод, имеет определённые достоинства и недостатки.

К достоинствам данного метода можно отнести следующие:

1. Универсальность и широта использования, то есть данный метод применим к различным отраслям экономики, по отношению к целому предприятию, отдельному филиалу, конкретному товару и пр.
2. Простота и эффективность использования
3. Возможность использования результатов анализа для краткосрочного и долгосрочного планирования

Минусы SWOT-анализа.

1. Субъективность показателей, т.к. учитываются оценки разных людей.
2. Устаревание результатов, т.е. данные анализа актуальны на конкретный момент времени. Если происходят серьёзные изменения на рынке или внутри компании, анализ необходимо провести заново.
3. Недостаточность показателей. Анализ может не включать необходимые показатели, так как они могут быть упущены из виду [2].

Резюмируя, отметим, что SWOT-анализ является действенным инструментом для оценки внешней и внутренней среды организации, выявления её сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Данный метод целесообразно применять для профилактики нежелательных событий в деятельности компаний.

SWOT-анализ рекомендуется проводить регулярно по причине быстро меняющейся ситуации на рынке. Его могут применять как крупные компании, так и малый и средний бизнес. Результаты SWOT-анализа служат источником информации о перспективах дальнейшего развития компании, а также дают представление о её конкурентоспособности.

Литература:

1. Степура, М.А. Использование SWOT-анализа в стратегическом управлении/М.А. Степура // Вектор экономики. — 2019. — № 1 (31). — с. 111. — EDN MLDBLV.
2. Мещерякова, Е.А. SWOT-анализ — метод оценки конкурентоспособности предприятия/Е.А. Мещерякова, М.В. Мещеряков. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 23 (418). — с. 551-553. — URL: <https://moluch.ru/archive/418/93030/>
3. Бачинский, А.Г., Дмитриев Н.А., Авласевич Д.В., Кириллов А.А. ТЕХНОЛОГИЯ SWOT-АНАЛИЗА // Форум молодых ученых. 2020. № 3 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-swot-analiza>
4. Менеджмент: учебник для вузов/Ю.В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю.В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 448 с.
5. Коротков, Э.М. Менеджмент: учебник для вузов/Э.М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 566 с.

Цифровизация бизнес-процессов малого и среднего предпринимательства в России

Гайворонская Светлана Анатольевна, кандидат технических наук, доцент;
Щеглова Анастасия Романовна, студент
Воронежский государственный университет

В статье авторы анализируют отечественный сектор малого и среднего предпринимательства на уровень цифровизации предприятий и вовлеченность государства в поддержке развития информационно-коммуникационной сферы страны.

Ключевые слова: цифровая трансформация, Российская Федерация, цифровая экономика.

В последние годы в Российской Федерации наблюдается значительный прогресс в области цифровой трансформации. Изменения масштабны, они касаются всех федеральных органов власти, экономической и социальной сфер, а также национальной безопасности. Цифровизация российской экономики в условиях глобальной трансформации сопровождается рядом проблем. Цифровая трансформация базируется на определенных принципах, в том числе на управлении и анализе данных. Хозяиствующие субъекты сами определяют приоритетные направления цифровизации: внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы; управление базами данных; управление процессами производства, продаж и рекламы.

Государство, в свою очередь, не игнорирует эту проблему и благодаря национальным программам способствует популяризации цифровизированных процессов в бизнесе малых и средних предприятий. В статье 127 Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике» сказано, что Правительство РФ учредило новый орган, который будет контролировать и способствовать развитию инновационной среды Российской Федерации и продвижению отечественного программного обеспечения.

Созданным органом является «Российский фонд развития информационных технологий» (РФРИТ). РФРИТ контролирует введение инициативы вместе с Министер-

ством экономического развития Российской Федерации с 2018 года, когда был разработан документ, регламентирующий проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [4]. Целью данного проекта является продвижение информационно-коммуникационной сферы страны, а именно продвижение и финансирование отечественных цифровых продуктов и услуг в B2B сегменте как на российском рынке, так и за пределами страны.

Вместе с паспортом проекта была утверждена национальная программа под названием «Цифровая экономика», которая направлена на интеграцию образовательных учреждений (школ, университетов и др.) в цифровую среду. Внутри данной программы разработаны целевые показатели развития эффективности цифровой экономики до 2024 года, а именно:

- 1) увеличение доли субъектов МСП в общем объеме ВВП с 22,3% до 32,5%;
- 2) рост численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства с 19,2 млн чел. до 25 млн чел.;
- 3) увеличение экспорта продукции субъектов МСП с 8,6% до 10%.

Ноябрь 2022 года был вызовом для экономической трансформации субъектов МСП, оказывая многофакторное внешнее давление на функционирование малого и среднего бизнеса. На тот момент большое количество

субъектов МСП успешно функционировали, обеспечивая почти 40% оборота и общего числа занятого населения. Минюль ухудшение экономической ситуации в стране под влиянием санкционного давления, официальные данные показывают увеличение числа субъектов малого и среднего предпринимательства (рис. 1).

С марта по сентябрь в 2022 году среднее число зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства на 20% больше показателя за январь-февраль этого же года и на 39% больше среднего показателя за 2021 год [1].

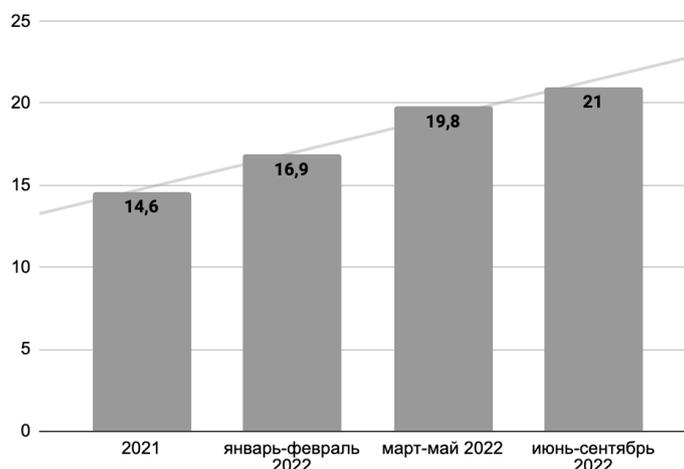


Рис. 1. Регистрация новых МСП в 2021-2022 гг., тыс. в среднем в месяц

В начале 2019 года аналитический центр НАФИ опросил 654 руководителей предприятий в восьми федеральных округах Российской Федерации с целью оценить готовность малого бизнеса к цифровой экономике [5]. По данным исследования, использование интернет-инструментов для продвижения товаров и продвижения товаров и услуг вошло в тройку самых популярных цифровых инструментов малого и среднего бизнеса в России. Например, 36% московских и 28% региональных компаний ведут свои профили в социальных

сетях. 41% и 31% соответственно продвигают свои сайты в поисковых системах.

Качественный и эффективный рост цифровой экономики возможен только при наличии информационных технологий, которые позволят максимально точно отслеживать и анализировать состояние рынка и секторов экономики. Цифровые платформы для управления экономикой станут основой для внедрения новых информационных и инновационных технологий. Эти меры обеспечат опережающее развитие России по сравнению с западными и европейскими странами.

Литература:

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] URL: <https://rmsp.nalog.ru/index.html>
2. Осиповская, А.В. Цифровизация и ее влияние на экономику // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы VII Междунар. науч. конф. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/329/14991/>
3. Полянин, А.В., Соболева Ю.П., Тарновский В.В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства. Управленческое консультирование. 2020; (4):80-96. [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2020-4-80-96>
4. Российский фонд развития информационных технологий [Электронный ресурс] URL: <https://рфрит.рф>
5. Индекс перемен: готовы ли российские компании к цифровой экономике: исследование. НАФИ — 2019 [Электронный ресурс] URL: <https://nafi.ru/analytics/index-peremen-gotovy-li-rossiyskie-kompanii-k-tsifrovoy-ekonomike-en-index-of-changes-are-russian-c/>

Особенности запуска стартапов: проблемы, факторы, нюансы

Головашкина Анастасия Алексеевна, студент магистратуры
 Научный руководитель: Раменская Людмила Александровна, кандидат экономических наук, доцент
 Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Стартапы становятся все более популярным видом бизнеса, особенно среди молодых предпринимателей, которые хотят преуспеть в новом и инновационном бизнесе.

Актуальность данной статьи заключается в следующем. Изучение проблем и нюансов запуска стартапа. Стартапы представляют собой новый и рискованный вид бизнеса, который имеет свои уникальные проблемы и нюансы. Научная статья поможет изучить эти проблемы и нюансы. Определение факторов, влияющих на успех стартапа. Стартапы зависят от множества факторов, например, отношения с инвесторами, управления ресурсами, маркетинга и т. д. Изучение этих факторов поможет стартапам увеличить свои шансы на успех. Поддержка молодых предпринимателей. Стартапы становятся все более популярным выбором среди молодых людей, которые хотят создать свой бизнес. Научная статья может помочь им, предоставив исследования, которые помогут им запустить свой стартап. Улучшение экономического положения. Стартапы могут иметь значительный экономический эффект, если они успешны. Изучение проблем и факторов, влияющих на успешный запуск стартапа, может улучшить экономическое положение в стране и увеличить количество рабочих мест. В целом, научная статья на данную тему может помочь в создании успешного стартапа, что в свою очередь, способствует улучшению экономического положения в стране и поддержке молодых предпринимателей. Также актуальность исследования этой темы проявляется в том, что у многих начинающих предпринимателей недостаточно знаний и опыта для успешного запуска своих стартапов. Для того чтобы им помочь, необходимо проанализировать процесс запуска стартапа и выявить его особенности.

Ключевые слова: запуск, экономический кризис, инвестор, ошибка, фактор, инновационный бизнес, проект, стартап, методика, инвестиции, команда, бизнес-модель, корпоративная культура, маркетинг

Запуск стартапа — сложный процесс, требующий учета множества факторов и вызовов. Успешное развитие стартапа зависит от качества идеи, бизнес-планирования, привлечения инвестиций, команды, разработки продукта и маркетинговых усилий. Осознание этих особенностей и активное использование доступных инструментов и ресурсов поможет предпринимателям повысить шансы на успешный запуск и развитие своего стартапа.

Перечислим факторы, затрудняющие запуск стартапов:

- Инвестиционные затраты (недостаток финансирования);
- Пробелы в бизнес-модели (структура затрат, потоки доходов, ключевые партнеры);
- Сложности в продвижении продукта;
- Неправильная идентификация потенциального заказчика;
- Построение команды;
- Не жизнеспособный продукт;
- Экономические кризисы в стране;
- Недооценивание роли корпоративной культуры;

Запуская стартап необходимо максимально предвидеть возможные проблемы.

Теперь подробно отразим каждый фактор.

Рассуждая о вложениях в создание стартапов, стоит отметить, что инвестиции являются значимым источником финансовых средств для запуска и роста новых бизнес-проектов. Они способны помочь стартапу осуществить задуманное, начать продвижение своей продукции на рынке, приобрести необходимое оборудование и привлечь к сотрудничеству дополнительных специалистов.

Благодаря инвестициям, стартапы находят возможность приобрести средства для достижения целей и получения успеха.

Таким образом, когда запускается стартап-проект, предпринимателю необходимо определить наиболее эффективные методы финансирования, чтобы обеспечить его жизнеспособность и долгосрочную успешность. Кроме того, бизнес-модель стартапа может измениться, поскольку необходимо приспособиться к потребностям инвесторов. В связи с этим, ключевую роль в формировании инвестиционной стратегии играет бизнес-модель [2, с. 122].

В Российской Федерации проблемой остается ограниченность финансирования для малого и среднего бизнеса. Привлечение различных типов финансирования, таких как заем, собственные средства, венчурный капитал, лизинг и другие, является решающим фактором в развитии таких предприятий. Однако, если бизнес только начинает свою работу, даже при наличии превосходной деловой идеи и хорошо проработанного бизнес-проекта, получить банковский кредит практически невозможно. В этом случае, финансирование проекта с помощью собственных средств может стать отличным выбором для запуска и развития стартапа. Это позволит избежать зависимости от финансовых обязательств перед инвесторами и банками [2, с. 122].

Существенную роль при запуске стартапа играет бизнес-модель. Существует множество исследований, посвященных бизнес-моделям. Наиболее ранние упоминания о бизнес-моделях мы находим у П. Друкера, М. Льюиса,

П. Тиммерса, Д. Магретта и др., хотя зачастую сам термин «бизнес-модель» не употребляется [2, с. 122].

На сегодняшний день также известны современные авторы, дающие четкое определение понятия «бизнес-модель». Это R Amit, C. Zott, D. J. Teece, В. Ю. Котельников, Г. Чесбро [1, с. 43-44]. Известны и в последних изданиях следующие авторы: О. Гассман, К. Франкен-

бергер, М. Шик, К. Линц, П. Хейг, Е.М. Каз, А.Д. Бобрышев [3,4,5,6,7].

Однако бесспорным основоположником идеологии бизнес-моделирования по праву считают Александра Остервальдера [5]. Вместе с Ивом Пинье [6] они разработали канву (шаблон) классической бизнес-модели, состоящую из 9 ключевых элементов (рисунок 1) [2, с. 122].

<i>Ключевые Партнеры</i> КТО ПОМОГАЕТ ВАМ	<i>Ключевые виды деятельности (Ключевые процессы)</i> ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ	<i>Предоставляемая ценность (Ценностное предложение)</i> КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ ОКАЗЫВАЕТЕ ПОМОЩЬ	<i>Взаимоотношения с клиентами (Технологии клиентских отношений)</i> КАК ВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТЕ	<i>Клиенты (Целевые группы потребителей)</i> КОМУ ПОМОГАЕТЕ ВЫ
	<i>Ключевые ресурсы</i> КТО ВЫ ЕСТЬ И ЧЕМ ВЛАДЕЕТЕ		<i>Каналы сбыта (Каналы продвижения)</i> КАК О ВАС УЗНАЮТ И КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ ДОСТАВЛЯЕТЕ ЦЕННОСТЬ	
Издержки <i>(Структура затрат)</i> ЧТО ВЫ ВКЛАДЫВАЕТЕ			Доходы <i>(Потоки доходов)</i> ЧТО ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ	

Рис. 1. Канва бизнес-модели в соответствии с подходом А. Остервальдера и И. Пинье [1, с. 46]

Для успешной инвестиционной стратегии необходимо учитывать ключевые элементы базовой бизнес-модели, включая ключевых партнеров и предполагаемых инвесторов. Особенно важными являются стратегические партнеры на разных стадиях инвестирования, такие как посевные инвесторы, бизнес-ангелы, фонды прямого инвестирования и венчурные фонды. При разработке инвестиционной стратегии необходимо уделить должное внимание этим ключевым элементам, чтобы обеспечить успешный запуск и развитие стартапа [2, с. 123].

Получить доступ к необходимым инвесторам можно, прибегнув к помощи образовательных учреждений, которые обладают большим объемом аналитических данных и проводят исследования в направлении поиска стратеги-

ческих партнерств между бизнесом, властью и университетами.

Если вы запускаете стартап-проект и планируете привлечение различных источников инвестирования, то для вашей компании будет важно установить долгосрочные деловые отношения с ключевыми инвесторами на всех стадиях финансирования проекта. Базой для данной бизнес-модели будут взаимные интересы между компанией и ее ключевыми партнерами [2, с. 124].

Изложим главную мысль о причинах, приводящих к провалу стартапов.

Причины условно делят на несколько блоков. Когда мы изучаем эти причины, мы одновременно ищем варианты, которых можно избежать или исправить на раннем этапе.

Таблица 1. Ошибки при запуске стартапа [8, с. 216-217]

№	Причина	Пояснение
1	Отсутствие баланса при выводе продукта на рынок	Если начать запуск стартапа слишком рано, можно получить впечатление, что он еще не готов к развертыванию. В то же время, слишком поздний запуск может привести к потере времени и возможностей на рынке
2	Отсутствие продвижения	Невозможно запустить стартап без продвижения своего продукта
3	Неправильная идентификация потенциального заказчика	Основатели проекта принуждены присоединяться к числу тех, кто ушел в «долину смерти», поскольку их бизнес не имеет конечной цели — прибыли

4	Недооценивание роли команды	Планирование и запуск стартапа остаются актуальными. Важно понимать, что просто сбор амбициозной команды профессионалов не является гарантией успеха проекта. Необходимо формировать команду сотрудников, способных решать конкретные задачи. Грамотное лидерство помогает управлять рисками, обеспечивая непрерывность деятельности организации без ущерба качеству производимых товаров и услуг
5	Не создан жизнеспособный продукт	Если ваши сооснователи не смогут создать жизнеспособный продукт без помощи сторонних специалистов, запуск стартапа не имеет смысла
6	У членов команды отсутствует устойчивая мотивация	Если для реализации идеи стартапа требуется работа с профессиональными тренерами, это может помочь определить направления, следующие которым, окажутся необходимыми для успешного запуска будущего бизнеса
8	Недостаток финансирования	Различные факторы могут привести к нехватке денег, включая неудачную смену концепции стартапа, неграмотную финансовую политику, неверную ориентацию на рынке и отсутствие дополнительного финансирования

Говоря о продвижении, важно отметить, что важную роль играет маркетинг.

Для каждого стартапа маркетинг является ключевым фактором успеха, поэтому выбор правильной маркетинговой стратегии является одним из наиболее важных решений. Маркетинг играет важную роль в процессе производства и продажи продукции, а также при оказании услуг клиентам. Ходы в области маркетинга должны привлекать постоянный поток потребителей, их необходимо тщательно продумывать и контролировать. Важно учесть, что расходы на маркетинг должны превышать расходы на продукцию, так как даже отличный продукт или услуга самостоятельно не могут продаваться. Необходимо экономно подходить к расходам на все этапы развития стартапа, даже если у вас есть начальный капитал. Но необходимые расходы могут привести к тому, что даже большая сумма денег не поможет достичь успеха.

К сожалению, многие перспективные идеи не реализуются, и начинающих бизнесменов останавливает множество факторов, таких как отсутствие финансирования, работа, семья и т. д. Таким образом, запуская стартапы, необходимо максимально предвидеть возможные проблемы.

Экономический кризис.

Кризис — это период времени, который может оказаться сложным для существования на рынке стартапов. Но, как показывает практика, многие выдающиеся предприниматели начинали свой бизнес именно в этот период. Несмотря на это, вопрос о целесообразности запуска стартапа во время кризиса остается спорным. Многие бизнесмены считают, что лучше следить за изменениями, происходящими на рынке, чем рисковать и начинать новое дело. Время кризиса не становится для большинства людей периодом, когда хочется осваивать бизнес. Даже те люди, кто задумывался над открытием своего дела до начала кризиса, могут оказаться несколько осторожными из-за возможных рисков. Их опасения вполне оправданы, ведь нестабильная экономика может привести к пересмотру курсов валют и пагубному влиянию на развитие бизнеса [9, с. 47].

Сейчас в деловых кругах активно обсуждается возможность запуска стартапа в условиях кризиса. Теоре-

тически, недостаточно изучены вопросы о целесообразности запуска стартапа и необходимости систематизации преимуществ и недостатков таких проектов. Это говорит о том, что этот вопрос еще требует более глубокого исследования [9, с. 47].

На данный момент, кризис в бизнесе ассоциируется с негативными последствиями для стартапов. Существующий стереотип гласит, что стартапы — это наиболее рискованный вид организации бизнеса.

Стартапы в период кризиса находятся в трудном положении, так как их работа связана с множеством неопределенностей, таких как правильное направление развития, экономия ресурсов, валютные колебания и другие проблемы.

Однако исследование показало, что запуск стартапа в период экономического кризиса может иметь и преимущества, и недостатки. вызовом, так и возможностью для стартапов. Несмотря на некоторые недостатки, кризис может стать стимулом для развития новых идей и технологий, а также для привлечения лучших специалистов и партнеров. Важно иметь четкий план и стратегию, а также готовность к неопределенности и изменениям на рынке. В целом, период кризиса может быть периодом возможностей для тех, кто готов рисковать и искать новые пути развития [9, с. 49].

Роль корпоративной культуры при запуске стартапа.

Успешный стартап зависит от множества факторов, включая умение привлечь внимание к продукту или услуге и эффективное использование начального капитала. Корпоративная культура является ключевым фактором успеха стартапа, который необходимо учитывать на всех этапах развития проекта. Положительная корпоративная культура может стать конкурентным преимуществом и помочь привлечь лучших специалистов, а отрицательная — привести к серьезным проблемам и даже краху бизнеса. Поэтому, руководители стартапов должны уделять достаточно внимания построению корпоративной культуры и созданию благоприятной рабочей атмосферы, чтобы обеспечить успешное развитие проекта. Они оставляют возможность случайностям формировать корпора-

тивную культуру, что может негативно отразиться на долгосрочной успех стартапа. [10].

Специфика запуска и развития стартапов в России.

Государство активно поддерживает развитие стартапов в России, предоставляя им не только финансовую помощь, но и инфраструктуру, образовательные программы и налоговые льготы. Это позволяет молодым предпринимателям успешно запускать и развивать свои проекты, что в свою очередь способствует развитию экономики страны и созданию новых рабочих мест. Из основных государственных институтов поддержки стартапов необходимо выделить Агентство стратегических инициатив, инновационный центр Сколково, Фонд развития интернет-инициатив. Российскую венчурную компанию, которая играет роль фонда фондов, являясь партнёром частных учреждений в процессе формирования венчурных фондов, и управляет собственным фондом посевных инвестиций. Также масштабные инкубаторы открываются при университетах, таких, как Высшая школа экономики, Финансовый университет при Правительстве РФ, Московский государственный университет. Технопарки и инновационные центры создаются в рамках интересных амбициозных проектов, например, Сколково или Иннополис [11, с. 144-145].

Многие стартаперы старшего возраста сталкиваются с проблемой привычного мышления, которое сформировалось в период СССР и не всегда соответствует современным требованиям рынка. Они могут отрицать необходимость использования новых стратегий и методологий, и строить свой бизнес на устаревших принципах, что может привести к неудачам и провалам. Поэтому важно осознавать необходимость изменения мышления и принятия новых подходов к бизнесу, чтобы успешно запустить и развивать стартап.

Литература:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов: учебник для вузов/Е. А. Спиридонова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/519896> (дата обращения: 09.06.2023).
2. Масюк, Н. Н. Бизнес-модель компании при поиске инвестора и запуске стартапа/Н. Н. Масюк, М. А. Бушуева, Е. А. Котовщикова // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2016. — Т. 5, № 3 (16). — с. 122-125. — EDN WXEYUV.
3. Линц, К. Радикальное изменение бизнес-модели: адаптация и выживание в конкурентной среде/Карстен Линц, Гюнтер Мюллер-Стивенс, Александр Циммерман; пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 311 с. — ISBN 978-5-96142-170-5. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078433> (дата обращения: 09.06.2023)
4. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство/Пол Хейг; пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 370 с. — ISBN 978-5-96142-492-8. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078477> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: по подписке.
5. Гассман, О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие/Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. — Москва: Альпина Пабл., 2016. — 432 с.: ISBN 978-5-9614-5665-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/912217> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: по подписке.
6. Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие: монография/Е. М. Каз, И. В. Краковецкая, Е. В. Нехода, Н. А. Редчикова; науч. ред. Е. В. Нехода. — Томск: Издательство Томского государственного университета, 2020. — 214 с. — ISBN 978-5-94621-943-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1865217> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: по подписке.

Методология запуска стартапа.

Для успешного запуска стартапа необходимо иметь ясное видение будущего проекта и свою личную точку зрения на его развитие. Это поможет ответить на важные вопросы, такие как целевая аудитория, продукт или услуга, этапы развития и конкурентные преимущества [11, с. 148-149].

Ответы на эти вопросы помогут определить цели и задачи, а также способы их достижения, которые могут быть представлены в виде дерева, где ствол — это цель, а ветви — задачи. Подразделять задачи следует на краткосрочные (от 6 месяцев до года) и долгосрочные (до 4-5 лет).

Бизнес-план должен опираться на реальные цифры, а для этого нужно проводить глубокое тестирование ниши, чтобы определить востребованность продукта или услуги у потребителей. Необходимым шагом является привлечение специалистов, например, маркетологов и продажников, а также учёт мнения покупателей и клиентов, что является ключевым критерием проверки. Следует избегать разработки продукта одним лишь на основе теоретических предположений, так как это может привести к неудаче.

В заключении можно обратить внимание на то, что запуск стартапа — это нелегкая задача, требующая огромных усилий и определенных навыков. Проанализировав особенности запуска стартапов, можно выделить две основные проблемы — нехватка ресурсов и недостаток опыта у предпринимателей. Тем не менее, присутствуют также и другие факторы, такие как конкуренция на рынке и изменяющиеся условия капитализации. В целом, успешный запуск стартапа зависит от многих факторов, поэтому крайне важно быть готовым к трудностям, проявлять настойчивость и готовиться к изучению новых идей и концепций.

7. Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий: учебник/А.Д. Бобрышев, В.М. Тумин, К.М. Тарабрин [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А.Д. Бобрышева, д-ра экон. наук, проф. В.М. Тумина. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 289 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5b519180563f24.57747020. — ISBN 978-5-16-014167-1. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1877050> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: по подписке.
8. Свирщевский, Д.А. Ошибки при запуске бизнеса/Д.А. Свирщевский // Проблемы развития современного общества: Сборник научных статей 7-й Всероссийской национальной научно-практической конференции, в 5-х томах, Курск, 20-21 января 2022 года. Том 2 Часть 2. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. — с. 215-217. — EDN CPLHIN.
9. Карабчук, Т.И. Преимущества и недостатки запуска стартапа во время экономического кризиса/Т.И. Карабчук, О.Г. Блажевич // Экономика, управление, право и общество: Материалы VI межрегиональной научно-практической сетевой интернет-конференции, Симферополь, 15 октября 2021 года. — Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2022. — с. 46-50. — EDN BIAKZN.
10. Новикова, А.Э. Роль корпоративной культуры при запуске «СтартАпа»/А.Э. Новикова // Аспирант. — 2015. — № 2 (7). — с. 88-89. — EDN TPZUGT.
11. Андрущенко, Д.В. Специфика запуска и развития стартапов в России/Д.В. Андрущенко // Актуальные вопросы и векторы развития современной науки и технологий. — Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И. И.), 2022. — с. 141-156. — EDN VLMPTJ.

Формирование культуры производственной безопасности

Дворцова Виктория Евгеньевна, студент магистратуры
Тюменский индустриальный университет

Вопрос безопасности на производстве стоит очень остро, так как до сих пор большое количество людей погибает на рабочих местах или получают производственные травмы. Из общего количества несчастных случаев порядка 80% происходит по причине нарушений со стороны работника.

Ключевые слова: производственная безопасность, производство, требование безопасности, безопасное поведение, культура безопасности.

В настоящее время проблема производственного травматизма имеет высокую приоритетность. Развитие промышленных технологий, безусловно, позволило сделать производственные процессы более безопасными с технической точки зрения. Применение средств защиты также выступает качественным барьером между работником и производственными рисками. Однако, когда с точки зрения технологий производственная деятельность уже является достаточно безопасной, особое внимание стоит уделить психологическим причинам травматизма, так называемому человеческому фактору.

Когда производственные риски определены, рассчитаны и учтены, важно выстроить правильное отношение работников к этим рискам, заложить в мировоззрение принципы безопасного поведения. Осуществить это возможно с помощью формирования культуры производственной безопасности.

Культура безопасности — система ценностей и убеждений, направленных на безопасное поведение, при которых безопасность является приоритетом и внутренней потребностью каждого работника, приводящей к личной ответственности и самоконтролю при выполнении производственных задач.

Культура безопасности является самым сложным компонентом в области обеспечения безопасности. Если иные компоненты управления безопасностью направлены на решение проблем технического, биологического, организационного и иного характера, то культура безопасности охватывает более сложные аспекты, такие как психология, мировоззрение, личность человека [1].

Формируя культуру производственной безопасности прежде всего необходимо определить основные причины несоблюдения правил безопасности работниками. Среди основных причин, по которым работники производств нарушают требования безопасности, можно выделить:

недостаточная осведомленность о потенциальных рисках и опасностях;

— отсутствие понимания рисков;

— отсутствие понимания последствий нарушения требований;

— отсутствие понимания ответственности за собственную безопасность и безопасность коллег;

— осознанное несоблюдение требований безопасности;

— перенос ответственности за безопасность на иных лиц (работодателя, специалиста по охране труда);

— недостаточная вовлеченность в управление рисками.

Основной целью формирования культуры производственной безопасности является устранение причин нарушения требований безопасности и недопущения возникновения их вновь.

Рассмотренные причины нарушений требований безопасности в основном носят психологический характер. Так что и методы их устранения должны быть психологическими.

Важным аспектом для достижения успеха в процессе формирования культуры безопасности на производстве является охват всех уровней сотрудников, от рядовых работников, исполняющих производственные задания, до руководителей. Это означает, что безопасность не должна быть требованием руководителей к работникам, а должна быть всеобщим принципом и ценностью, которую каждый сотрудник транслирует своим коллегам на личном примере, вне зависимости от статуса и должности.

Эффективным инструментом для формирования осознанного отношения к безопасности является проведение обучений в области производственной безопасности разной направленности и для разных уровней персонала.

Основной целью обучения для руководителей является развитие управленческих компетенций и работа с навыками коммуникации. Руководитель должен уметь общаться с психологически разными людьми, с разным отношением к рискам и безопасности, и на основе этого иметь способность управлять их поведением. Понимая, почему работники относятся к рискам определенным образом, выявив причину, становится возможной разработка управленческих решений, направленных на устранение этих причин. При этом, такие решения не должны заключаться в ужесточении мер наказаний за невыполнение требований, но должны исполняться посредством психологических приемов и инструментов.

Для рядовых сотрудников обучение необходимо в первую очередь для того, чтобы получить представление о том, какие вероятные опасности существуют на их рабочих местах, к каким последствиям для работника, его коллег и организации в целом они могут привести, как возможно выявить риски, сдерживать их и устранять. Основной задачей такого обучения является не просто объяснить работнику, почему он должен придерживаться принципов безопасного поведения, используя способы устрашения по схеме «нарушение — наказание», а привить ему желание соблюдать требования безопасности ис-

ходя из внутренней потребности к обеспечению безопасности на рабочих местах, и понимание, почему это должно стать приоритетом лично для него [2].

Развить понимание необходимости следования требованиям безопасности возможно посредством мотивации. Говоря о формировании культуры безопасности, можно выделить два возможных метода мотивации работников к обеспечению безопасности на рабочих местах:

- материальные;
- нематериальные.

Материальные методы мотивации представляют собой обеспечение материальных вознаграждений за активное участие в вопросах безопасности на производстве. Это могут быть, например, материальные призы и подарки за участие в различных конкурсах, соревнованиях, связанных с промышленной безопасностью или охраной труда, или денежные выплаты, такие как премии и надбавки.

Нематериальные методы мотивации заключаются в награждении сотрудников за их проявленную активность в вопросах безопасности, путем удовлетворения потребности в признании, уважении. Может выражаться в составлении досок почета, расположенных в местах массового пребывания работников, в публичных награждениях грамотами, призами, присвоении званий. Нематериальная мотивация позволяет человеку почувствовать, что он является частью системы управления безопасностью на производстве, его деятельность не остается незамеченной, его идеи учитываются руководством, а сам работник является важной и значимой частью трудового коллектива.

Формирование культуры безопасности посредством мотивации сначала вырабатывает простую связь «выполнишь требования — получаешь вознаграждение». Однако, в последствии, данный инструмент приведет к формированию привычки соблюдать правила, что в дальнейшем приведет к осознанию работником важности обеспечения безопасности на производстве и преобразуется во внутреннюю потребность [3].

Таким образом, можно сказать, что формирование культуры безопасности представляет собой работу с сознанием и психологией людей, конечной целью которой является искоренение устоявшегося и создание нового мировоззрения о вопросах безопасности на всех уровнях, от исполнителей до руководителей. Главной идеей этого мировоззрения является то, что идея безопасности на производстве должна быть возведена в абсолют.

Литература:

1. Прыгунов, П. В. Культура безопасности — приоритет производственной деятельности. — Молодой ученый. — 2019. — № 26 (264).
2. Тимофеева, А. Академия безопасности: формирование культуры безопасности в компании. — ЭКОПСИ. — 2019.
3. Маркелова, С. В. Мотивация работников как инструмент повышения качества работы системы культуры безопасности. — Научный лидер. — 2022. — № 52 (97).

Использование методов математической статистики в анализе потребительских расходов РФ

Егоров Василий Сергеевич, студент;

Карапуз Ирина Михайловна, студент

Научный руководитель: Прокопенко Максим Владимирович, кандидат экономических наук, доцент
Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В данной статье представлен математико-статистический анализ фактора, влияющего на величину номинального значения конечного потребления российских домохозяйств. В форме математической модели выдвинуты и объяснены основные гипотезы о влиянии представленного фактора на потребительские расходы РФ.

Ключевые слова: домашнее хозяйство, потребление, расходы, структура потребления, структура расходов, статистика, математическая статистика, гипотеза.

Математическая статистика как наука представляет собой один из разделов математики, разрабатывающий математические методы систематизации и применения статистических данных для практических и научных видов деятельности. То есть, в своей основе она изучает методы сбора и обработки *статистической информации* с целью выявления статистических закономерностей.

В рамках данного исследования главной задачей выделяется анализ факторов, влияющих на величину номинального значения конечного потребления домохозяйств при помощи методов математической статистики.

Перед сбором и обработкой информации нам следует выдвинуть гипотезу, которая в последствие может быть отвергнута или принята с определенным уровнем значимости.

Экономика России относится к экспортно-ориентированному типу. Из данного утверждения мы можем выдвинуть две конкурирующие гипотезы о влиянии цены нефти марки Brent на величину конечного потребления РФ.

Пускай гипотеза H_0 : Средний уровень цен на нефть марки Brent является значительным фактором для размера конечного потребления домохозяйства в РФ.

Гипотеза H_1 : Данный фактор является незначительным или вовсе не играет роль в величине конечного потребления.

На основании выдвинутых гипотез составляем таблицу, содержащую входные данные для дисперсионного анализа.

В данном случае факторами выступают цены на нефть, скорректированные на три группы относительно конъюнктуры цены.

F_1 — цена на нефть марки Brent меньше 55 долларов за баррель

F_2 — цена на нефть марки Brent в диапазоне 55-80 долларов за баррель

F_3 — цена на нефть марки Brent больше 80 долларов

Таблица 1. Зависимость уровня потребления домашних хозяйств от цен на нефть

	F_1	F_2	F_3
1	3582,9	5353,1	8561,8
2	4490	6842,6	11715,1
3	15295,4	9054,1	13066,3
4	16632,5	10513,4	14153,8
5	17319,9	18040,6	15094,3
Средняя	11464,14	9960,76	12518,26

Таблица 2. Квадраты зависимости уровня потребления домашних хозяйств от цен на нефть

	F_1	F_2	F_3
1	12837172,41	28655679,61	73304419,24
2	20160100	46821174,76	137243568
3	233949261,2	81976726,81	170728195,7
4	276640056,3	110531579,6	200330054,4

5	299978936	325463248,4	227837892,5
Сумма	843565525,8	593448409,1	809444129,9

Произведем расчеты на основании данных таблицы 1 и таблицы 2:

После расчетов имеем ряд следующих первичных коэффициентов:

1) Значение общей суммы:

$$R_{\text{общ}} = 326227880,2$$

2) Находим значение факторной суммы квадратов отклонения:

$$R_{\text{факт}} = 16520211,08$$

3) Сумма остаточных факторов:

$$R_{\text{ост}} = R_{\text{общ}} - R_{\text{факт}} = 326227880,2 - 16520211,08 = 309707669,1$$

4) Посчитаем дисперсию:

$$S^2_{\text{факт}} = R_{\text{факт}}/2 = 16520211,08/2 = 8260105,541$$

$$S^2_{\text{ост}} = R_{\text{ост}}/3(5 - 1) = 309707669,1/3(5 - 1) = 412943558,8$$

Проведенные расчеты дали необходимое для нас значение

$$F_{\text{набл}} = 0,020002989$$

И

$$F_{\text{крит.}} = 19,41$$

Т.к. $F_{\text{крит.}} > F_{\text{набл.}}$ то мы можем говорить о недостаточных основаниях отвергнуть гипотезу при уровне значимости $\alpha = 0.05$. Следовательно, мы принимаем гипотезу о влиянии среднегодовой цены нефти марки Brent на номинальное значение конечного потребления РФ.

Таким образом, мы смогли доказать вероятностную правдивость выдвинутой гипотезы о зависимости между уровнем потребления домашних хозяйств и ценой на нефть марки Brent. Мы можем сделать вывод, что данный фактор является одним из влияющих на величину номинального значения конечного потребления домохозяйств. Гипотеза доказана.

Литература:

1. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13271> (Дата обращения: 18.05.2023)
2. Цена на нефть марки Brent по годам: 1983-2023 [Электронный ресурс]. <http://global-finances.ru/tsena-na-neft-marki-brent-po-godam/> (Дата обращения: 18.05.2023)

Развитие системы оценки кредитоспособности заемщика и совершенствование регулирования бухгалтерского учета и отчетности в РФ

Ершов Артем Игоревич, студент магистратуры;
Щербаков Алексей Александрович, студент магистратуры
Тамбовский государственный технический университет

Ключевые слова: отчетность, кредитоспособность, бухгалтерский учет.

В настоящее время финансовые риски являются неотъемлемой частью в экономике. Кредитование является одним из способов инвестирования, который используется практически всеми, от малого бизнеса до крупных корпораций. Кредитная система — это социально значимая институция, которая необходима для поддержки эффективности рынков капитала и экономического роста страны. Однако кредитование всегда сопряжено с риском, и кредиторы должны определять кредитоспособность потенциального заемщика. [1]

Оценка кредитоспособности заемщика — это процедура, которая позволяет оценить способность заемщика выполнять обязательства по кредиту. Она основывается на анализе финансовой отчетности заемщика, его финансовых потоков и истории займов. Оценка кредитоспособности является важным инструментом для оценки финансового риска и принятия решения о выдаче кредита.

В настоящее время в России действует система оценки кредитоспособности заемщика, которая включает в себя оценку кредитного риска и оценку финансовой устойчивости.

чивости заемщика. Однако, эта система является недостаточно развитой и не учитывает множество факторов, которые могут повлиять на финансовое положение заемщика.

Другой важным аспектом кредитования является бухгалтерский учет и отчетность. Регулирование бухгалтерского учета и отчетности представляет собой важный элемент в управлении финансовыми рисками. Бухгалтерская информация является основой для принятия управленческих решений и оценки финансового положения компании. [2]

В связи с этим, в России проводятся работы по совершенствованию системы бухгалтерского учета и отчетности. Как часть этой работы, в 2013 году была разработана новая редакция Федерального закона «О бухгалтерском учете». Новый законопроект предлагает ряд изменений в системе бухгалтерского учета и отчетности, которые направлены на снижение расходов на бухгалтерский учет и повышение качества бухгалтерской информации.

Предполагается, что новая система бухгалтерского учета и отчетности будет более прозрачной и удобной для использования. Она также будет способствовать упрощению отчетности для малых и средних предприятий. Кроме того, новые правила будут способствовать повышению качества бухгалтерской информации и снижению рисков, связанных с финансовыми операциями. [4]

Также важно отметить, что одним из возможных направлений развития системы оценки кредитоспособности заемщика является использование альтернативных данных. Это могут быть данные об использовании социальных сетей, репутации в интернете, а также другие источники информации, которые могут дополнить традиционные методы оценки кредитоспособности. Внедрение таких инновационных методов может значительно снизить риски кредиторов, обеспечить более эффективную оценку кредитоспособности заемщиков и повысить уровень конкурентоспособности рынка кредитования.

Таким образом, развитие системы оценки кредитоспособности заемщика и совершенствование регулирования бухгалтерского учета и отчетности в России — это важная задача для всей экономической системы страны, которая может привести к улучшению финансовых показателей компаний и повышению эффективности кредитного рынка. Реализация этой задачи требует скоординированных усилий со стороны государства и коммерческих структур, направленных на обеспечение качества финансовой отчетности, разработку новых методов оценки кредитоспособности заемщиков и повышение эффективности отрасли кредитования в целом.

Кредитование является фундаментальным элементом современной экономики. Банки предоставляют кредиты не только компаниям, но и частным лицам для приобретения жилья, автомобилей и других нужд. Кредиторы берут на себя определенный риск, выдавая заемщикам деньги. Этот риск определяется степенью надежности за-

емщика, его кредитной историей и кредитоспособностью в целом. [6]

Оценка кредитоспособности заемщика является важным этапом процесса выдачи кредита. Банки и другие кредиторы должны быть уверены в том, что заемщик имеет возможность вовремя погасить свой кредит. В противном случае, кредиторам придется рисковать своими деньгами и терпеть потери.

Существует несколько методов оценки кредитоспособности заемщика. В качестве основных параметров банки часто используют кредитную историю, доходы и расходы заемщика, а также его текущие обязательства. Кредитная история включает в себя информацию о том, как заемщик возвращал предыдущие кредиты и платежи по кредитным картам. Это позволяет банкам определить степень риска, связанного с выдачей кредита конкретному заемщику. [5]

Однако традиционные методы оценки кредитоспособности заемщика не всегда являются достаточно эффективными. Например, в случае молодых предпринимателей, которые только начинают свой бизнес, кредитная история может быть не очень хорошей. Или при выдаче кредитов для приобретения недвижимости заемщик может предоставить ложную информацию о своем доходе, что позволит ему получить кредит, но увеличит риск для кредитора.

В таких случаях, банки могут использовать альтернативные методы оценки кредитоспособности заемщика. Например, такие как анализ социальных сетей и других онлайн-ресурсов, где заемщик может оставлять следы своей активности. Использование альтернативных данных позволяет более точно определить кредитоспособность заемщика и уменьшить риск для кредитора.

Также важным моментом является совершенствование системы бухгалтерского учета и отчетности. Учет должен быть веден строго по общепринятым стандартам, а отчетность должна содержать полную информацию обо всех операциях компании. Благодаря этому, банки и другие кредиторы смогут более точно оценить финансовое положение заемщика.

В России проводится работа по совершенствованию системы оценки кредитоспособности заемщиков и законодательства в области бухгалтерского учета и отчетности. В рамках этой работы рассматриваются возможности использования новых технологий и инновационных методов оценки.

Одними из возможных новых методов могут быть использование аналитики данных и машинного обучения. Эти технологии могут помочь улучшить точность оценки риска, учесть дополнительные параметры и показатели, которые ранее не были учитывали.

Важным моментом является также обеспечение прав заемщиков. Банки и другие кредиторы должны соблюдать законодательство и регулятивные требования по выдаче кредитов. Заемщики, в свою очередь, должны внимательно изучать условия кредитования, свои права и обязанности перед кредитором, а также стараться

не брать кредиты, если они не уверены в своей способности погасить их в срок.

Важно понимать, что кредитование, хоть и является неотъемлемой частью современной экономики, всегда сопряжено с рисками. Избежать этих рисков полностью невозможно, но можно уменьшить их вероятность, используя новые технологии и методы оценки кредитоспособности заемщиков.

Кроме того, важно понимать, что кредитование не является панацеей от всех финансовых проблем, а лишь инструментом, который может помочь достичь целей в коротком и среднесрочном периодах. Поэтому, прежде чем брать кредит, нужно тщательно оценить свои возможности и потенциальные риски, чтобы избежать долговой ямы в будущем.

В заключении, можно сказать, что кредитование является неотъемлемой частью экономики и может помочь людям достичь своих целей быстрее. Однако, для того чтобы минимизировать риски, связанные с выдачей кредитов, необходимо использовать новые технологии и методы оценки кредитоспособности заемщиков, соблюдать законодательство и регулятивные требования и тща-

тельно оценивать свои возможности и потенциальные риски перед тем, как брать кредит.

В заключение, можно сказать, что кредитование имеет как плюсы, так и минусы. С одной стороны, это может помочь людям реализовать свои мечты и достичь целей быстрее, чем это было бы возможно в случае отсутствия доступа к кредитам. С другой стороны, кредитование всегда сопряжено с рисками, как для кредиторов, так и для заемщиков.

Для того, чтобы минимизировать риски, связанные с кредитованием, необходимо использовать новые методы оценки кредитоспособности заемщиков, следовать законодательству и регулятивным требованиям, а также тщательно оценивать свои возможности и потенциальные риски перед тем, как брать кредит.

В целом, кредитование является неотъемлемой частью современной экономики, и его роль будет продолжать увеличиваться в будущем. Однако, для того чтобы сбалансировать риски и преимущества кредитования, необходимо принимать обоснованные финансовые решения и быть готовыми к тому, что каждый кредит может иметь свои уникальные особенности и риски. [3]

Литература:

1. Абрамова, О. В. Система оценки кредитоспособности заемщика//Банковский вестник. — 2015. — № 9 (398). — с. 14-18.
2. Белова, Е. Н. Развитие системы оценки кредитоспособности заемщика в условиях российской экономики// Наука и образование. — 2017. — № 11. — с. 185-188.
3. Гаврилова, И. К. Кредитный рейтинг заемщика: основные подходы и методы оценки// Бухгалтерия и налоги. — 2016. — № 2. — с. 12-17.
4. Гладкова, Е. В. Регулирование бухгалтерского учета и отчетности в РФ: история и современное состояние// Финансовый журнал. — 2018. — № 2. — с. 54-58.
5. Емельянова, О. В. Система оценки кредитоспособности заемщика в коммерческих банках: проблемы и перспективы развития// Экономический журнал ВШЭ. — 2017. — Т. 21. — № 3. — с. 385-397.
6. Грицук, А. В. Проблемы регулирования бухгалтерского учета и отчетности в России// Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. — 2019. — № 3. — с. 45-53.

Важность системы оценки кредитоспособности заемщика и использование современных технологий в совершенствовании регулирования бухгалтерского учета и отчетности

Ершов Артем Игоревич, студент магистратуры;
Щербаков Алексей Александрович, студент магистратуры
Тамбовский государственный технический университет

Ключевые слова: отчетность, оценка кредитоспособности, бухгалтерский учет, финансовая информация.

Современная экономическая ситуация в Российской Федерации требует совершенствования регулирования бухгалтерского учета и отчетности, чтобы обеспечить развитие системы оценки кредитоспособ-

ности заемщика. Этот процесс чрезвычайно важен для финансовой стабильности и устойчивости рынков кредитования. Регулирование бухгалтерского учета и отчетности в России является комплексным и мно-

гоуровневым процессом, требующим использования сильных

Важность системы оценки кредитоспособности заемщика

Определение кредитоспособности заемщика является одной из ключевых задач финансовых организаций. Банки и другие кредитные учреждения должны иметь возможность определять, могут ли заемщики вернуть заем, и определять риски, связанные с выдачей кредитов. Система оценки кредитоспособности в России основывается на финансовых показателях, таких как доходы, расходы и кредитная история заемщика.

Однако существующая система оценки кредитоспособности не всегда является эффективной. Некоторые заемщики допускают мошенничество при заполнении анкет и представлении финансовой информации. Кроме того, многие банки не обладают необходимой экспертизой для анализа такой информации и принятия правильного решения. В результате банки часто вынуждены выдавать кредиты без должной действительности, что приводит к увеличению заболеваемости и невозвратных задолженностей.

Решение этих проблем включает в себя совершенствование регулирования бухгалтерского учета и отчетности в России.

Регулирование бухгалтерского учета и отчетности в России

Российская Федерация имеет нормативную базу, которая регулирует бухгалтерский учет и отчетность. Такие нормы, как «Об учете», «Об основах бухгалтерского учета» и «Об отчетности» устанавливают требования к организации бухгалтерского учета и ежегодной отчетности компаний. Безусловно, эти правила важны, но совершенствование их выполнения возможно. Бухгалтерский учет должен быть выполнен более эффективно, чтобы обеспечить точную и своевременную отчетность, которая будет полезна для оценки кредитоспособности заемщика.

Участие государственных органов в регулировании бухгалтерского учета и отчетности также является ключевым фактором в обеспечении достоверности финансовой информации.

Изучение лучших практик за рубежом является одним из инструментов, которые могут помочь России совершенствовать регулирование бухгалтерского учета и отчетности. Например, использование методологии IFRS (Международные стандарты финансовой отчетности) может помочь содействовать достоверности и прозрачности финансовой отчетности. Это даст возможность дополнительных критериев для оценки кредитоспособности заемщика.

Использование современных технологий также может сдвинуть процесс совершенствования регулирования бухгалтерского учета и отчетности. Многие банки и финансовые учреждения уже используют технологии, такие как искусственный интеллект (AI) и блокчейн (Blockchain) для анализа информации и обеспечения защиты данных.

Применение таких технологий может помочь дополнительно защитить финансовые данные, улучшить точность оценок рисков и обработку информации заемщика, снижая время обработки кредитной заявки.

Процесс совершенствования регулирования должен также включать обучение бухгалтерского персонала и сотрудников кредитных учреждений. Значительная часть проблем с нарушениями в соответствии финансовых отчетов является ошибками, допущенными в процессе подготовки отчетности и тому, что многие компании не имеют квалифицированных специалистов для выполнения задач по учету.

В целях развития системы оценки кредитоспособности заемщика, Российская Федерация должна совершенствовать регулирование бухгалтерского учета и отчетности. Это будет способствовать обеспечению точности финансовой информации и повышению прозрачности. В конечном итоге, это приведет к повышению достоверности оценки кредитоспособности заемщика и снижению рисков для банков и кредитных учреждений. Использование лучших практик, современных технологий и обучение персонала сыграют важную роль в этом процессе, что поможет России двигаться вперед и соответствовать международным требованиям.

Кроме того, налоговая система также играет важную роль в оценке кредитоспособности заемщика. Поэтому необходимо развивать налоговую политику, которая предоставляет банкам достаточно информации для оценки кредитоспособности заемщика.

Важно также заботиться о социальном и экономическом развитии в стране, потому что в условиях низкого уровня жизни и высокой безработицы заемщик может иметь большие проблемы с выплатой кредита. Поэтому государство должно обеспечить стабильность экономической сферы и уровень жизни, что поможет уменьшить количество невозвратных кредитов и повысить вероятность возврата займа.

В целом, улучшение регулирования бухгалтерского учета и отчетности, привнесение современных технологий, обучение бухгалтерского персонала и укрепление налоговой политики помогут России повысить надежность оценки кредитоспособности заемщика. Это позволит банкам и кредитным учреждениям принимать более обоснованные решения и уменьшить риски, связанные с выдачей кредитов.

Кроме этого, важно улучшать работу кредитных бюро и внедрять новые методы и технологии в анализе данных заемщиков. Например, использование искусственного интеллекта и машинного обучения позволит проводить более точный анализ кредитоспособности клиентов и прогнозировать вероятность выплаты кредита.

Также необходимо улучшать юридическую базу, связанную с кредитованием. Это поможет ускорить процесс взыскания долгов и снизить количество невозвратов, что снова повысит уровень надежности оценки кредитоспособности заемщика.

И, конечно, важно обратить внимание на финансовую грамотность населения, особенно при проведении массовых кредитных кампаний, таких как микрокредитование. Обучение и консультации по управлению личными финансами могут помочь снизить количество невозвратных кредитов и повысить кредитоспособность потенциальных заемщиков.

Все эти меры в совокупности помогут повысить эффективность работы банков и кредитных учреждений, а также снизить риски, связанные с выдачей кредитов.

Еще одним важным фактором, влияющим на оценку кредитоспособности заемщика, является его предыдущая кредитная история. Если заемщик имеет задолженности по ранее выданным кредитам, это может негативно отразиться на его шансах получить новый кредит. Поэтому

важно вести регулярную проверку кредитной истории и своевременно выплачивать задолженности.

Также важно учитывать риски, связанные с отдельными отраслями экономики. Например, если экономика какого-то региона или сектора находится в кризисе, выдачу кредитов в эту сферу следует ограничить или полностью приостановить, чтобы снизить риски для банка.

И наконец, необходимо активно сотрудничать с финансовыми организациями других стран, чтобы обмениваться опытом и знаниями в области кредитной политики и улучшения процессов оценки кредитоспособности заемщиков. Это позволит сократить расходы на разработку собственных методик и технологий, а также снизить количество невозвратных кредитов и риски для банков.

Литература:

1. Анисимов, А. И. «Развитие системы бухгалтерского учета и контроля кредитоспособности в России» // Бухгалтерский учет. — 2015. — № 7. — с. 28-34.
2. Галиченко, Е. И. «Формирование системы оценки кредитоспособности заемщиков в коммерческих банках» // Финансовая аналитика. — 2014. — Т. 8. — № 3. — с. 37-41.
3. Данилова, О. В. «Использование современных технологий в регулировании бухгалтерского учета и отчетности» // Бухгалтерский учет. — 2017. — № 9. — с. 40-46.
4. Егорова, Е. Н. «Система оценки кредитоспособности заемщика в условиях рыночной экономики» // Финансы и кредит. — 2016. — Т. 22. — № 12. — с. 28-34.
5. Завадская, Н. А. «Современные технологии в бухгалтерском учете и отчетности предприятий» // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — Т. 12. — № 9. — с. 34-39.
6. Костюк, Н. В. «Оценка кредитоспособности заемщика: методология и практика» // Финансы и кредит. — 2018. — Т. 24. — № 4. — с. 68-75.
7. Лапшина, О. В. «Регулирование бухгалтерского учета и отчетности: теория и практика» // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2019. — № 1. — с. 99-104.

Влияние коронавируса на рынок автомобилей

Каленчук Илья Русланович, аспирант
Санкт-Петербургский государственный университет

В данной статье рассматривается влияние пандемии коронавируса (COVID-19) на развитие рынка автомобилей в мире. Данная проблема актуальна, так как пандемия возникла в 2020 году и ни одна из отраслей экономики не была готова к тому, чтобы приспособиться к такому явлению, в частности рынок автомобилей. Отсюда возникает вопрос о том, как будет развиваться рынок автомобилей, и каковы дальнейшие перспективы в условиях пандемии. Эта проблема уникальна тем, что она не изучена тщательно. Единственными достоверными источниками, благодаря которым можно сделать выводы — это новостные порталы.

Ключевые слова: рынок автомобилей, мировая экономика, карантин, COVID-19

Насколько известно, сердцем распространения коронавируса стал город Ухань провинции Хубэй, который называют «китайским Детройтом», поскольку там сосредоточены предприятия крупнейших производителей автомобилей и комплектующих. И когда эпидемия в Китае была почти побеждена, хотя не исключалась ее

вторая волна, местный авторынок постепенно восстанавливал работу, в то время как в Европе, Америке, Южной Корее, Японии и ЮАР автомобильные предприятия были массово закрыты на карантин.

Вспышка коронавируса COVID-19 в Китае нанесла серьезный удар по мировому автомобильному рынку.

В Швейцарии из-за первых случаев заражения правительство решило отменить все крупные мероприятия, включая ежегодный Женевский автосалон [3].

Большинство автопроизводителей прекратили производство автомобилей из-за эпидемии коронавируса. Конвейеры были остановлены почти на всех европейских заводах. Однако работа в некоторых цехах продолжалась, но вместо аппаратов для автомобилестроения здесь собирали аппараты искусственной вентиляции легких, шили маски, а некоторые предприятия решили переоборудовать в больницы. Автопроизводители один за другим присоединились к общей борьбе с COVID-19 [4].

Автомобильный рынок сильно пострадал от коронавируса: продажи замедлились, многие шоу были отменены или перенесены, запуски автомобилей были отложены, а спрос в Китае резко был снижен, сообщил International Business Times. Аналитики не ожидали улучшения в ближайшем будущем и понизили целевые показатели для 22 компаний, уточнял Bloomberg со ссылкой на исследователей RBC Capital Markets [10].

Ситуация на российском рынке автомобилей

Российский авторынок мог столкнуться с последствиями остановки производства из-за коронавируса в апреле 2020 года — именно в течение этого месяца запасы комплектующих с китайскими компонентами и подкомпонентами на автозаводах и у российских поставщиков подходили к концу. Отечественные автомобильные компании искали срочную замену китайским запчастям. Ситуация осложнялась тем, что замена китайских автокомпонентов требовала много времени. Из-за этой задержки, как полагали эксперты, у некоторых автомобильных компаний могла возникнуть нехватка автомобилей. Прекращение работы китайских поставщиков напрямую не могло привести к росту цен на новые автомобили, но ослабление рубля могло привести к росту стоимости автомобилей и запасных частей [3].

В России автозаводы все еще работали, но им не удалось избежать остановок производства. Так, предприятия Volkswagen Group Rus в Калуге и Нижнем Новгороде с 30 марта 2020 года перешли на двухнедельный простой из-за нехватки комплектующих, поставляемых с европейских заводов [11].

О нехватке комплектующих из Южной Кореи также было объявлено на заводе «Автотор» в Калининграде, где производятся модели Kia и Hyundai. В результате компания ожидала снижения производства примерно на 8000 автомобилей в первом квартале 2020 года и не исключала дальнейшего падения объемов производства. На «Автоторе» были приняты меры по корректировке режима работы предприятия, чтобы предотвратить остановку конвейера [11].

Завод Mazda Sollers, который получал все комплектующие с основного завода Mazda Motor в Японии, не испытывал проблем с поставками, однако с 27 апреля 2020 года он планировал остановить конвейер в связи с модернизацией производства, которая занимала не менее трех не-

дель. Завод АвтоВАЗ приостановил сборку автомобилей с 30 марта 2020 года. Такие меры были приняты в рамках указа Президента России по предотвращению распространения коронавируса. 6 апреля 2020 года АвтоВАЗ возобновил работу отдельных подразделений. Российская компания «АвтоВАЗ» возобновила производство автомобилей с 13 апреля 2020 года. Об этом сообщила пресс-служба предприятия [1].

В первом квартале 2020 года в России было продано 328518 новых легковых и легких коммерческих автомобилей, что на 1,8% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В марте 2020 года, до введения мер, связанных с пандемией коронавируса, продажи выросли на 4% до 162321 автомобиля. Соответствующие данные приведены в отчете Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) [6].

Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ Томас Штарзель отметил, что март 2020 года оказался сильным месяцем с неожиданным увеличением продаж на 4% по сравнению с аналогичным месяцем прошлого 2019 года, что привело к увеличению объема рынка на 1,8% в первом квартале по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В марте 2020 года многие бренды продемонстрировали двузначный рост. Такое сильное начало года не отражало реальной тенденции, а скорее было связано с искусственно вызванным увеличением продаж в марте из-за ослабления валюты. В конце марта продажи автомобилей и деятельность дилеров были внезапно прерваны из-за мер, связанных с ситуацией с COVID-19 [6].

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), в марте 2020 года Lada продала 32808 своих автомобилей, что на 3% меньше, чем в 2019 году. Самой популярной моделью АвтоВАЗа в первый весенний месяц стала Lada Granta с результатом 11631 штука, за ней следует Lada Vesta. — 11172 россиянина остановили свой выбор на этом автомобиле [7].

Было бы трудно ожидать, что глобальный сбой в цепочке поставок комплектующих обошел стороной Россию. Автомобильный рынок, будучи капиталоемкой отраслью, функционировал без больших запасов комплектующих, что делало его чрезвычайно уязвимым для дальнейшего распространения коронавируса. Малейший скачок в цепочке поставок мог вызвать массовые сбои и быстро привести к потере миллиардов долларов. Российские компании, опрошенные газетой «Известия», уже пытались найти замену китайским комплектующим.

АвтоВАЗ сообщил, что некоторые мировые поставщики АвтоВАЗа поставляли им небольшие партии комплектующих со своих китайских заводов. Но в то время завод располагал необходимым запасом этих деталей. Тем не менее, у российских поставщиков АвтоВАЗа могли возникнуть проблемы, компания обладает самым высоким уровнем локализации в российской автомобильной промышленности. Директор по коммуникациям АвтоВАЗа Сергей Ильинский сообщил, что АвтоВАЗ оценивал потенциальные риски для местных поставщиков,

Таблица 1. Статистика продаж автомобилей в России за январь/март 2019 и 2020 годов

ПРОДАЖИ НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В РФ ПО МОДЕЛЯМ ЗА ПЕРИОДЫ МАРТ 2020/2019 и ЯНВАРЬ — МАРТ 2020/2019											
	Марка	Модель	Март				Марка	Модель	Март — Январь		
			2020	2019	Измен.				2020	2019	Измен.
1	Lada	Granta	11 631	10 422	1 209	1	Lada	Granta	29 660	28 626	1 034
2	Lada	Vesta	11 172	12 850	-1 678	2	Lada	Vesta	26 785	27 888	-1 103
3	KIA	Rio	8 274	8 927	-653	3	KIA	Rio	22 899	22 275	624
4	Hyundai	Creta	6 803	6 498	305	4	Hyundai	Creta	18 815	16 770	2 045
5	VW	Polo	5 371	4 283	1 088	5	VW	Polo	12 820	11 801	1 019
6	Toyota	RAV 4	5 293	2 609	2 684	6	Hyundai	Solaris	12 106	14 199	-2 093
7	Hyundai	Solaris	4 245	5 945	-1 700	7	Toyota	RAV 4	11 595	5 903	5 692
8	Lada	Largus VP	3 782	3 981	-199	8	Lada	Largus VP	8 884	9 431	-547
9	VW	Tiguan	3 568	3 120	448	9	VW	Tiguan	8 765	7 298	1 467
10	Nissan	Qashqai	3 392	2 988	404	10	Renault	Logan	7 806	7 892	-86
11	Renault	Duster	3 268	3 536	-268	11	Nissan	Qashqai	7 538	6 627	911
12	Toyota	Camry	3 133	3 405	-272	12	Toyota	Camry	7 530	8 251	-721
13	Renault	Logan	3 066	3 549	-483	13	KIA	Sportage	7 261	7 657	-396
14	Škoda	Octavia A7	2 951	2 077	874	14	Renault	Duster	7 084	8 268	-1 184
15	Renault	Sandero	2 923	2 988	-65	15	Škoda	Rapid	6 811	7 963	-1 152
16	Lada	4x4	2 821	3 044	-223	16	Lada	4x4	6 651	7 723	-1 072
17	Škoda	Rapid	2 813	2 966	-153	17	Renault	Sandero	6 627	6 581	46
18	Mazda	CX-5	2 592	1 771	821	18	Nissan	X-Trail	6 481	6 677	-196
19	Mitsubishi	Outlander	2 554	2 640	-86	19	Škoda	Octavia A7	6 360	5 388	972
20	KIA	Sportage	2 538	2 440	98	20	Škoda	Kodiaq	5 743	4 724	1 019
21	Nissan	X-Trail	2 422	2 790	-368	21	Mazda	CX-5	5 590	4 388	1 202
22	Škoda	Kodiaq	2 406	1 768	638	22	Renault	Kaptur	5 490	6 256	-766
23	Lada	XRAY	2 393	2 674	-281	23	Mitsubishi	Outlander	5 407	5 692	-285
24	Renault	Kaptur	2 363	2 764	-401	24	Lada	XRAY	5 170	6 451	-1 281
25	Hyundai	Tucson	2 064	1 868	196	25	Hyundai	Tucson	5 016	5 569	-553

Источник: новостной портал Autonews <https://www.autonews.ru/news/5e8db6f69a794713e0d52407>

некоторые из которых также получали запчасти из Китая. В компании был создан оперативный штаб, который совместно с поставщиками первого и последующих уровней оценивал потенциальные риски для поставок и разработал сценарии действий в случае негативного развития ситуации. Завод работал по графику [3].

УАЗ был полностью обеспечен китайскими комплектующими на март 2020 года, компания не собиралась пересматривать производственный план в том месяце. Однако уже в следующем месяце 2020 года компания ожидала увеличения потенциальных рисков для себя. Пресс-служба Ульяновского автомобильного завода сообщила, что из-за вспышки коронавируса возникли риски перебоев с поставками в апреле 2020 года. При неблагоприятном сценарии развития событий УАЗ планировал переключиться на альтернативных поставщиков внутри России — позже были проработаны варианты. Угрозы длительного простоя не было, отгрузка автомобилей в дилерские центры шла по графику [3].

Российский производитель грузовиков «КамАЗ» также ранее объявил о возможной корректировке производственных планов в марте 2020 года. Группа ГАЗ изучила ситуацию. Российский офис Renault сообщил, что на тот момент на российских сборочных площадках (в Москве и Тольятти) имелся необходимый запас запчастей для обеспечения бесперебойной работы завода, но горизонт прогнозирования вероятных событий был ограничен несколькими неделями [3].

Анна Гемеш из отдела коммуникаций Renault Russia отметила, что Renault Russia совместно с поставщиками различного уровня, в том числе местными, тщательно проанализировала ситуацию и проработала различные сценарии развития ситуации с вирусом [3].

Ситуация на международном рынке автомобилей

О проблемах с поставками комплектующих из провинции Хубэй объявили многие крупные автомобильные компании. В частности, из-за проблем с комплектующими частично остановился завод концерна Hyundai-Kia в Южной Корее. Непосредственно в Поднебесной GM, Tesla, Nissan, Ford и PSA Peugeot-Citroen объявили о приостановке производства [3].

16 марта 2020 года Fiat Chrysler Automobiles (FCA) объявила о приостановке работы заводов на две недели. Это делалось для защиты персонала от пандемии коронавируса и адаптации к снижению спроса, говорится в сообщении компании. Производство марок Fiat и Maserati должно было быть остановлено до 27 марта на итальянских заводах в следующих городах: Мельфи, Помильяно, Кассино, Мирафьори, Грульяско и Модена. Заводы FCA в Сербии и Польше также были закрыты, сообщил автопроизводитель. Временное прекращение производства позволило группе эффективно отреагировать на перебои в рыночном спросе путем оптимизации поставок, говорилось в заявлении FCA. Когда рыночный спрос возобновился, компания будет готова обеспечить запланированный уровень производства [8].

Позже итало-американская Fiat Chrysler Automobiles (FCA) и французская PSA Group должны были постараться максимально ускорить сделку по полному слиянию. Об этом со ссылкой на главу PSA Карлоса Тавареса сообщалось в Automotive News [8].

Ранее сообщалось, что сделка между двумя автопроизводителями не смогла состояться в связи с пандемией нового коронавируса. Это было связано с коллапсом экономики на ведущих мировых рынках, включая США и Европу, с остановкой производства на крупнейших автомобильных заводах по всему миру, а также падением продаж новых автомобилей [9].

Карлос Таварес сказал, что рабочие группы PSA и FCA, созданные в конце 2019 года, максимально ускорят работу над проектом. Предполагалось, что полное слияние позволило FCA и PSA значительно снизить затраты на разработку будущих автомобилей, а также снизить себестоимость производства автомобилей. Согласно предварительному прогнозу, новый альянс в первый год своего существования должен был продать 8,7 млн автомобилей по всему миру и уступить по объему продаж только Volkswagen, Toyota и Renault-Nissan-Mitsubishi. В феврале 2020 года Toyota предупредила акционеров, что вспышка коронавируса может оказать серьезное влияние на мировые продажи и производство автомобилей в течение всего года, сообщали англоязычные издания [9].

Акции автопроизводителей пострадали сильнее всего со времен финансового кризиса и банкротств General Motors и Chrysler. Зарубежные СМИ указали, что активная продажа финансовых инструментов была вызвана растущим беспокойством по поводу вспышки коронавируса COVID-19 по всему миру. Акции GM, Ford, Fiat Chrysler Automobiles, Tesla и Ferrari снизились, поставив под сомнение бум продаж автомобилей, который привел к пяти рекордным или почти рекордно низким годам продаж в США. В частности, акции GM и Ford Motor упали двукратными числами в 2020 году, снизившись на 12%. Даже доля Tesla, которая выросла на 59,7% в 2020 году, упала на 25,9% с 21 февраля 2020 года [10].

16 марта 2020 года многие мировые издания вышли с громкой новостью о том, что автомобильные заводы по всей Европе останавливают производство, поскольку коронавирус влиял на предложение и доступность рабочей силы. Так, СМИ сообщили, что крупнейший в мире производитель автомобилей Volkswagen Group приостановил производство на заводах по всей Европе, поскольку пандемия коронавируса повлияла на продажи и нарушила цепочки поставок. Немецкий автопроизводитель, которому принадлежат бренды Audi, Bentley, Bugatti, Ducati, Lamborghini, Porsche, Seat и Skoda, заявил, что неопределенность в отношении воздействия коронавируса не позволяла прогнозировать показатели в 2020 году. Автопроизводитель добавил, что 2020 год был очень трудным, писал Business Insider [10].

Также 17 марта британская газета The Guardian и ряд других изданий сообщили, что Nissan прекратил работу

на заводе в Сандерленде, на котором работало 6000 человек и производилось около 440000 автомобилей в год. Компания заявила, что в то время изучались дальнейшие меры, поскольку она оценивала перебои в цепочке поставок и внезапное падение рыночного спроса, вызванное чрезвычайной ситуацией с COVID-19 [10].

Чтобы хоть как-то справиться с кризисом, компании начали проявлять инициативы в надежде оживить продажи. Согласно американским публикациям, автопроизводители начали внедрять программы стимулирования, призванные убедить клиентов в том, что они могут купить новый автомобиль, не беспокоясь о потере платежеспособности во время пандемии коронавируса. В частности, Hyundai заявила, что возобновит свою программу защиты от потери работы Hyundai Assurance, чтобы обеспечить владельцам «душевное спокойствие в неопределенные времена», поскольку вспышка COVID-19 вызывала опасения, что американцы могут перестать покупать новые легковые и грузовые автомобили. Программа была впервые запущена во время Великой рецессии, когда она помогла Hyundai отвоевать долю рынка у своих конкурентов, несмотря на кризис продаж в автомобильной промышленности в тот период [10].

Fox News объявила о решении Ford запустить программу помощи в получении кредитов для покупателей новых автомобилей и тех, кто пострадал от коронавируса [10].

Сообщалось также, что General Motors (GM) стимулировало продажи и предлагало потребительские льготы, которые включали отсрочку платежей на четыре месяца и финансирование под 0% в течение семи лет, начиная с 2020 года [10].

Кроме того, правительства активно стремились вовлечь автомобильный рынок в борьбу с распространением COVID-19. СМИ сообщали, что Великобритания обратилась к таким производителям, как Ford Motor, Jaguar Land Rover и Honda, с просьбой помочь в производстве медицинского оборудования, включая аппараты искусственной вентиляции легких, для борьбы со вспышкой коронавируса [10].

Остановка конвейеров в Европе и США произошла на фоне пустых выставочных залов из-за пандемии коронавируса, как это когда-то произошло в Китае. В то же время в Америке дилеры новых автомобилей пытались заманить покупателей в автосалоны большими скидками и кредитами с нулевыми процентами или трехмесячной отсрочкой первого платежа.

Выводы

Неопределенность в отношении последствий пандемии COVID-19 означает, что невозможно делать какие-либо прогнозы прибыли в 2020 году. Об этом заявляли многие автопроизводители, в частности Volkswagen Group, которой принадлежат бренды Audi, Bentley, Bugatti, Ducati, Lamborghini, Porsche, Seat и Skoda. Пандемия коронавируса поставила автомобильный рынок перед неясными

Таблица 2. Статистика рынка автомобилей в мире в условиях карантина

FORTUNE RANKINGS ▾ MAGAZINE NEWSLETTERS VIDEO CONFERENCES PODCASTS SEARCH SIGN IN [Subscribe Now](#)

WORLD'S MOST ADDED COMPANIES
 FEMALE CEO
 GROWTH IN JOBS
 CHANGE THE WORLD
 FASTEST GROWING COMPANIES
 FORTUNE 500
 BEST COMPANIES
 NON-U.S. COMPANIES

RANK	NAME	REVENUES (\$M)	REVENUE PERCENT CHANGE	PROFITS (\$M)	ASSETS (\$M)	PROFITS PERCENT CHANGE	EMPLOYEES	CHANGE IN RANK	COUNTRY / TERRITORY
9	Volkswagen	\$278,341.50	7%	\$14,322.50	\$523,672.30	9.3%	664,496	-2	Germany
10	Toyota Motor	\$272,612.00	2.8%	\$16,982.00	\$469,295.60	-24.6%	370,870	-4	Japan
18	Daimler	\$197,515.30	6.6%	\$8,555.00	\$321,890.50	-27.9%	298,683	-2	Germany
30	Ford Motor	\$160,338.00	2.3%	\$3,677.00	\$256,540.00	-51.6%	199,000	-8	U.S.
32	General Motors	\$147,049.00	-6.5%	\$8,014.00	\$227,339.00	-	173,000	-11	U.S.
34	Honda Motor	\$143,302.90	3.4%	\$5,504.60	\$184,504.60	-42.4%	219,722	-4	Japan
39	SAIC Motor	\$136,392.50	5.9%	\$5,443.80	\$114,011.70	6.9%	147,738	-3	China
53	BMW Group	\$115,042.80	3.4%	\$8,399.30	\$238,864.10	-13.6%	134,682	-2	Germany
66	Nissan Motor	\$104,390.60	-3.2%	\$2,878.40	\$171,251.00	-57.3%	148,513	-12	Japan

Источник: информационно-аналитический журнал РУБЕЖ <https://ru-bezh.ru/blog-5685/33529-koronavirus-atakuet-mirovoj-avtoprom>

операционными и финансовыми проблемами. Существуют также опасения по поводу долгосрочных последствий для экономики [8].

Помимо воздействия на производственную часть, вирус также ограничил передвижение руководства автомобильных компаний. Так, несколько источников газеты «Известия» в автобизнесе отмечали, что большая часть иностранного руководства российских дочерних компаний китайских автокомпаний по-прежнему находилась на карантине в Китае. Те, кто приехал после вспышки вируса, были помещены на карантин в России. В частности, были пересмотрены планы поездок в Россию для большинства китайских сотрудников, и после китайского Нового года в страну въехало менее 20 представи-

телей. Все они находились в карантинной зоне, в специализированных общежитиях, где пробыли не менее 14 дней для всестороннего наблюдения [3].

В общем и целом, рынок автомобилей продолжал развиваться даже несмотря на сложившиеся обстоятельства с пандемией. Каковы дальнейшие перспективы — трудно предугадать, поскольку феномен коронавируса так и не изучен полностью, но известно одно: рынок автомобилей, как и многие другие отрасли в экономике претерпевали спад. Тем не менее благодаря тому, что автокомпании сотрудничают друг с другом и всячески придумывают способы поддержания работоспособности происходят хоть небольшие, но продвижения вперед, что давало импульс для развития.

Литература:

1. Общественно-политическая газета Вечерняя Казань: <https://www.evening-kazan.ru/news/avtovaz-polnostyuvozobnovit-proizvodstvo-s-13-aprelya.html>
2. Новостной портал Рамблер: <https://finance.rambler.ru/business/43965033-avtovaz-chastichno-vozobnovit-deyatelnost-s-6-aprelya/>
3. Интернет-газета Известия: <https://iz.ru/982904/timur-khasanov/stop-mashina-koronavirus-postavil-rossiiskomu-avtopromu-dedlain>
4. Новостной портал AUTONEWS: <https://www.autonews.ru/news/5e8ed3f19a79470470770bb3>
5. Интернет-портал Российская Газета: <https://rg.ru/2020/03/24/chem-strashen-koronavirus-dlia-rossijskogo-avtorynka.html>
6. Новостной портал AUTONEWS: <https://www.autonews.ru/news/5e8db6f69a794713e0d52407>
7. Новостной портал AUTONEWS: <https://www.autonews.ru/news/5e9412899a79477aada343ea>
8. Новостной портал ВЕДОМОСТИ: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/03/17/825473-ostanavlivaetsya-vipusk-avtomobilei>

9. Новостной портал AUTONEWS: <https://www.autonews.ru/news/5e907f2e9a7947d0510e8bf0>
10. Информационно-аналитический журнал РУБЕЖ: <https://ru-bezh.ru/blog-5685/33529-koronavirus-atakuet-mirovoj-avtoprom>
11. <https://www.autostat.ru/articles/43392/>

Modern Trends in Development of Automotive Market

Kalenchuk Ilya Ruslanovich, graduate student
St. Petersburg State University

Automotive market is rapidly developing and changing from time to time. In the past cars were not equipped with technologies. Nowadays cars are not only a mean of transport. They are multifunctional, which means they cannot only be used to transport people from one point to another but also can be used for entertainment purposes, relaxing and so on. Innovations have a significant impact on development of automobiles, which means that the automotive market and technologies influence each other and together they are making perspectives for the future development.

Keywords: *Automotive market, Innovations, Technologies, Cars, Transport*

Outline

The car market is going through one of the most difficult periods in its development. There have already been a lot of discussions about how it got to this point, but what about the future ahead? What will be the trends that will determine the future of the automotive industry, and what are the prospects for the next evolutionary step in the automotive industry? [1]

The industry continues to face major global disruptions caused not only by COVID-19 but by many other elements of the global economy. Factors such as tensions in the Asia-Pacific region and the war in Ukraine have created an atmosphere of uncertainty and indecision. Then, of course, shortages — from microchips to labor — affect virtually every touchpoint in the automotive supply chain [1].

However, one of the most significant global trends continues to be the industry's focus on electric vehicle (EV) development, whether it's improving battery performance or expanding charging infrastructure. These ambitions are leading to a significant increase in research and development (R&D) by vehicle manufacturers, who seem to be making headway in electric vehicles despite many other challenges they currently face [1].

The breakneck pace of development is a sign that manufacturers remain optimistic about the future of electric vehicles. In fact, each month seems to bring new achievements that bring closer to the stated promise of «Vehicles 2.0». However, there is one aspiration, the realization of which may have to wait a little longer [1].

The development of autonomous vehicle technology has slowed down as manufacturers refocus on improving electric vehicles. This is certainly driven by the regulatory framework, which is currently accelerating the move towards widespread adoption of electric vehicles. Governments in North America, Europe and Asia-Pacific are pursuing their own initiatives, not to mention the UN, and automakers are under pressure to implement them [1].

The staggering number of employees who have recently quit and never returned has been another hurdle affecting the auto industry. Factories suddenly struggled to fill shifts, and original equipment manufacturers (OEMs) were short of manpower at a time when the industry was racing to get its equipment back up and running. In addition to this, there has also been a shift in the skill sets needed to cater for the transition from internal combustion engine (ICE) models to evaluation [1].

As a result of labor shortages, supply-based robotics and automation, as well as other technologies at the OEM level, may continue to grow [1].

While the automotive market has been using robots on its assembly lines for over 50 years, automakers are now exploring the possibilities of using robotics in all aspects of the supply chain. The use of this technology has allowed the automotive industry to remain one of the most automated supply chains in the world and one of the largest users of robots. It will also drive the further development of artificial intelligence (AI) and virtual intelligence (VI) tools to help ensure quality, speed to market, and manufacturer's ability to meet consumer needs [1].

Today's economy is undergoing dramatic changes driven by the development of emerging markets, the accelerated adoption of new technologies, sustainable development policies and changing consumer preferences for property. Digitization, increasing automation and new business models have revolutionized other industries, and the automotive industry will be no exception. These factors are driving four disruptive technology trends in the automotive sector: diverse mobility, autonomous driving, electrification and internet connectivity [5].

The automotive market serves as a barometer of the state of the manufacturing sector, thanks in large part to its dependence on complex global supply chains. With the recent rise in environmental, social and governance (ESG) initiatives, automakers are under new pressure to monitor and self-audit [1].

Almost all vehicle manufacturers, by the nature of their production, are active internationally, and as such, they constantly face international challenges and are forced to develop a global approach instead of being content with a local approach [1].

With the ESG trend shedding light on processes and equipment around the world, the automotive industry is committed to keeping everything clean and making its investors satisfied. Technology is likely to play a central role in helping auto companies monitor their supply chains and adapt to major disruptions [1].

A comprehensive overview of the automotive industry trends to look forward to in 2023 shows that information-centric technology is central to the future of the industry. The industry is incorporating new technologies into its operations on an unprecedented scale. In addition to technologies such as artificial intelligence (AI) and big data and analytics that have been around for some time, new technologies such as the internet of things (IoT) and blockchain are also finding many applications in the automotive industry [4].

The innovation map shows the top 10 trends in the automotive industry. For this in-depth study of the leading trends and startups in the automotive industry, we analyzed a sample of 4859 global startups and large companies. The result of this research is innovative data-driven analytics that improves strategic decision making by providing you with an overview of new technologies and startups in the automotive industry. This data comes from our Startups Insights Discovery platform, powered by big data and AI, spanning over 2500000 startups and scalable companies worldwide. The platform quickly provides a comprehensive overview of new technologies in a particular field and also identifies relevant startups and scalable projects at an early stage [4].

Trends in Development

Top 10 Automotive Industry Trends & Innovations [4]:

1. Autonomous Vehicles (AVs) [4]

Self-driving or autonomous vehicles minimize the need for human drivers and seem poised to transform everyday transportation. AVs fleets are expanding last-mile delivery options, reducing downtime and aiming to make public transport relatively safer. For example, by reducing the number of accidents caused by driver fatigue or negligence. The drones are equipped with advanced recognition technologies, such as AI-enhanced computer vision, to identify obstacles along the route.

American startup Intvo is developing technology to predict pedestrian behavior. Unlike two-dimensional (2D) and three-dimensional (3D) object detection technologies, which take into account limited parameters, their solution checks the head position, eye contact and foot movements of pedestrians, weather conditions and assigns a risk level. This reduces false positives when detecting pedestrians and improves the safety of autonomous vehicles.

American startup Udelv provides autonomous vehicles for the last mile delivery of goods. It combines advanced AI algorithms and ultra-fast telecontrols for human-assisted control in unique situations. The startup's vans have a payload capacity of around 360kg (800+ pounds) and reach speeds of

around 100km/h (60mph). Vans deliver groceries from nearby stores and send a push notification when an order arrives.

2. Vehicle Connectivity [4]

Vehicles currently come with a tamper-proof digital ID that distinguishes them from other vehicles on the network. This makes it easy to track vehicle data for various purposes such as insurance, driver safety, preventive maintenance, and fleet management. Sharing vehicle data not only helps an individual customer, but also rebuilds the entire mobile ecosystem. Startups and scalable companies are developing vehicle connectivity solutions that enable them to connect and share data with other vehicles (V2V), electric vehicle network (V2G), public infrastructure (V2I), and new and emerging ways to use vehicle data (V2X).

British startup V2X Network offers a vehicle-to-everything (V2X) platform for offline transactions that combines geo-networking and caching to enable low-latency, real-time communication. The platform is based on distributed ledger technology (DLTS) and provides a high degree of scalability. The startup uses enterprise-grade encryption to give users control over their data to improve security and privacy measures.

Israeli startup NoTraffic is developing an AI-powered traffic light platform that digitizes road infrastructure management and connects drivers to city roads to solve various traffic-related problems. Data from all road users is streamed and processed in real time to enhance smart mobility. The solution also serves as the basis for additional services such as micropayments and micromobility.

3. Electrification [4]

The dwindling supply of fossil fuels and the environmental damage caused by their use requires the encouragement of the use of solutions for electric vehicles. For wider adoption of electric vehicles, problems such as high price, poor battery, inadequate charging infrastructure, fleet electrification, and the connection of charging networks based on renewable energy sources need to be addressed. These challenges, along with the need to tackle rising greenhouse gas emissions around the world, are forcing startups to work on electrification solutions.

American startup Lordstown Motors Corps makes an all-electric pickup truck. The Endurance™ Truck is designed to be a reliable work vehicle with fewer moving parts than traditional commercial vehicles, making maintenance easier. It is equipped with 4-wheel electric motors providing all-wheel drive and is capable of driving over 250 miles (400 km) on a single charge.

German startup ChargeX offers a modular electric vehicle charging solution that turns parking spaces into charging stations. The Aqueduct startup platform is easy to install, has 4 charging modules up to 22kW, provides monthly reports, and uses a Typ² charging cable. The solution recognizes the power requirements of each vehicle and automatically adjusts the charging rate for each vehicle.

4. Shared Mobility [4]

With the advent of connected vehicles, new business models have emerged that focus on shared mobility as an alternative to traditional vehicle ownership. This enables mobility as a ser-

vice (MaaS) and discourages the use of unused vehicles. Such solutions meet the requirements of a city or business without adding new vehicles, thereby reducing fleet waiting times and environmental pollution caused by the use of gasoline or diesel vehicles.

American startup Launch Mobility is developing a platform for a range of collaborative mobility solutions. The LM Mission Control™ platform offers free-float or station-based car sharing, enhanced transfer services, shared keyless scooters, keyless rental programs, and peer-to-peer mobility. The LM Mission Control™ control panel allows business users to manage their fleet. In addition, their drivers use off-the-shelf or white-labeled apps to manage bookings or remotely access vehicles.

Singapore-based startup Beam specializes in e-scooters to promote shared mobility in the Asia-Pacific region. Their scooters use an aircraft-grade aluminum frame and are built to be shared, safe, reliable and durable. Users find the nearest Beam scooter in the app and park it in visible public places after their ride. In addition, the micromobility platform offers a sustainable alternative to short-distance travel and helps to regulate traffic flow in cities.

5. Artificial Intelligence [4]

Artificial intelligence technologies such as machine learning, deep learning and computer vision are finding applications in robotic automation in the automotive industry. They guide self-driving cars, manage fleets, help drivers improve safety and improve services such as vehicle inspections or insurance. Artificial intelligence is also finding applications in the automotive industry, where it speeds up production and reduces costs.

Indian startup RevitsOne offers AI-powered fleet management software that is suitable for fleets of various sizes. The startup's vehicle management system provides speed, vitals and health information. Drivers benefit from Voicera ID, a voice-assisted virtual assistant that helps them keep track of the information they need. In addition, the built-in speed recorder limits the speed to prevent dangerous driving behavior.

American startup Apex AI allows automotive companies to implement complex solutions using artificial intelligence. The operating system runs on automotive electronic control units (ECUs) and offers robust and secure APIs for developing autonomous mobility solutions. ApexAutonomy offers modules for creating 3D perception, localization and control of autonomous vehicles. Finally, MARV. Automotive is a customizable and extensible data management platform that securely transfers vehicle data to the cloud.

6. Big Data & Analytics [4]

In the era of big data and advanced analytics, various decisions are made throughout the life cycle of a vehicle. Data collected from vehicles enables predictive maintenance, informs managers about their fleet and alerts the relevant authorities in the event of an accident. What's more, customer automotive data is being used to drive sales, optimize supply chains, and improve product design for new vehicles. Startups and emerging companies are developing big data solutions to help

automakers and ancillary industries streamline their operations and maximize profits.

American startup Procon Analytics is using big data to offer a solution to finance the automotive industry. The solution collects millions of data points in real time and analyzes them so that lenders can instantly assess and mitigate risk. This allows Buy Here Pay Here (BHPH) dealers to expand their business and provide loans to high-risk customers. In addition, it also offers fleet and asset tracking software solutions as well as connected vehicles.

Swiss startup Unit8 uses big data and analytics to offer digital solutions for various industries. For the automotive sector, the startup develops predictive models that encourage automotive companies to improve their marketing or operations and increase their revenues. These models give insight into product assembly, price as well as after-sales service.

7. Human-Machine Interfaces (HMI) [4]

As self-driving cars and connected cars transform the automotive landscape, it will fundamentally change how drivers interact with vehicles. Human-machine interfaces use voice or tactile feedback to control vehicles. They expand the scope of how and what aspects of the vehicle are controlled by users. Therefore, such interfaces make driving safer and more enjoyable. Another form of HMI includes intelligent virtual assistants that help drivers interact with vehicles and other service providers.

American startup Awayr develops human-machine interfaces for vehicles, unmanned aerial vehicles (UAVs) and robots. The startup is working with original automotive equipment manufacturers (OEMs) to reduce HMI development cycle times and improve interface security. Awayr also develops solutions to manage driver attention in non-traditional situations, such as autonomous vehicles, which may sometimes require human intervention.

German startup Apostera offers an advanced driver assistance system (ADAS). The startup's platform combines augmented reality (AR), a smart camera, and 3D monitoring to illuminate the route around curves, curves, slopes, and complex intersections. This helps drivers keep their lane, prevents collisions and enables autonomous driving. In addition, the solution is customizable to any car model or manufacturer's specific requirements.

8. Blockchain [4]

Blockchain enables many applications in the automotive market. These include sharing vehicle data over a secure network for connectivity and general mobility solutions such as taxi hailing, public transport and delivery. Moreover, blockchain has applications in verifying the supply chain of spare parts or ensuring that raw materials and spare parts come only from legal and reliable sources.

British startup Cube Intelligence is developing a blockchain-based security platform for autonomous vehicles. The startup's technology uses hash codes to block malicious attacks or hacking attempts on autonomous cars and connected cars. The equipment used collects real-time mobility and emissions data. In addition, Cube Intelligence offers taxi call and

valet services for AVs, as well as intelligent parking management systems.

Israeli startup DAV offers a decentralized autonomous vehicle platform based on blockchain technology. The platform allows autonomous vehicles to detect AVs, service providers or customers around them. Vehicle-to-vehicle (V2V) communication takes place either on the blockchain using smart contracts or off-chain using DAV protocols. Startup develops protocols for drone charging networks, drone flight planning and open mobility.

9. 3D Printing [4]

3D printing is helping the automotive industry in three main ways. First, it allows rapid prototyping with 3D printed models, which speeds up the design and testing phases of production. Secondly, it allows manufacturers to print spare parts according to their requirements. Finally, additive manufacturing of composite materials results in automotive parts that are lighter, stronger and more durable.

Swiss startup 9T Labs is using additive manufacturing to produce carbon composites for use in the automotive industry. Startup Fibrify's design software optimizes fiber placement and automates machine manufacturing using additive synthesis technology to mass-produce carbon fiber products. 3D printed composites are more affordable, lightweight, dimensionally stable, corrosion resistant, and have increased strength and stiffness.

Italian startup Moi combines thermosetting composite materials and 3D printing to produce high-performance parts for the automotive industry. Moi uses continuous fiber manufacturing (CFM) technology, robotic intelligence and digital manufacturing to lay down fibers. As a result, the solution is easily scalable for the production of composite materials for panels, frames and internal components. The startup also serves other industries such as aerospace, construction and biomedical.

10. Internet of Things [4]

In the automotive market, the Internet of Things enables secure communication between vehicles as well as vehicles and infrastructure components. The technology improves road safety, eliminates traffic congestion and reduces pollution and energy costs through better fleet management. Startups and emerging companies are developing advanced sensor technologies to collect more vehicle data and also enable the vehicle to understand its surroundings. The technology also automates fuel and toll payments.

Based in Germany and the US, the EcoG startup offers an IoT-based operating system and an electric vehicle charging platform. The startup provides manufacturers with the tools to make developing and maintaining EV charging infrastructure simple, fast and scalable. It also allows operators to integrate services and microservices into chargers to make the charging process profitable. In addition, the solution works with any EV charger and allows new features to be distributed throughout the network.

Canadian startup KonnectShift provides IoT solutions for fleet optimization and asset management. The startup is devel-

oping the Konnect-GS01, an automatic electronic data logger (ELD) for continuous vehicle health monitoring. The solution includes route planning and optimization for real-time dispatching, advanced analytics to provide driving, vehicle and fuel alerts, predictive maintenance alerts to reduce downtime, and development of driver management applications.

Motivation Factors

There are three main drivers driving sustainability in the automotive industry. Some of the most important factors include [3]:

1. Government Interventions [3]

Government institutions are playing an influential role in the growing push for sustainable practices. New directives such as the European Green Deal and the Paris Agreement are forcing car companies to look for more sustainable solutions to meet stringent carbon neutral targets.

For example, the European Commission is proposing to reduce vehicle CO₂ emissions by 55% by 2030 and 100% by 2035, making it almost impossible to sell fossil fuel vehicles in the European Union. These agreements are in addition to various carbon taxes, incentives and subsidies offered by various levels of government to encourage the use of electric vehicles.

As a result, the automotive industry is working closely with the oil and gas industry to build a sustainable future as oil and gas companies transform into energy companies specializing in the development of car charging stations and other alternative fuels to support the growing mobility sector.

2. Changing Expectations [3]

The expectations of customers, investors and even employees are changing, which makes a huge impact on the industry. Tech-savvy and environmentally conscious consumers are increasingly demanding intuitive technology in cars, while putting pressure on automakers to focus on green practices and alternative fuel models such as electric vehicles.

In addition to external pressure from customers and investors, many auto companies also face internal pressure from their rotating employees. Longtime employees retire with their traditional methods and mindset. They are often replaced by a new generation of tech-savvy, environmentally conscious employees who are challenging traditional practices.

Consequently, a growing number of employees are now asking their own employers if they produce vehicles in the most environmentally friendly way possible and suggesting alternative ways to save energy and reduce material use. As a result, the drivers of sustainable change are strengthened both from outside and within the organizations themselves.

3. Megatrends [3]

Several megatrends in the automotive market are powerful drivers of innovative change. These include the development of autonomous vehicles and fleets, the use of data from connected vehicles, car-sharing programs, on-demand alternative transportation initiatives, and, of course, the industry's paradigm shift towards electric vehicles.

The increased use of advanced technology and the expansion of electric vehicle production have completely changed

the traditional way of producing cars. The move to electric vehicles has led to some job losses, as well as the obsolescence of traditional assembly line manufacturing.

Employees are being retrained to acquire advanced technical skills, and in-line manufacturing operations are being replaced by modular production methods, in which the vehicle stays in one place, while specialized, highly trained teams come to the vehicle to work on it at different stages of the process. This has a positive impact on sustainable measures as it reduces the amount of space, energy and labor needed in the production process.

Conclusion

The digital transformation is affecting the industry in several ways. Whether it's high-tech product design and development, mass customization, automated manufacturing, or digital sales channels, automakers and suppliers have been forced to expand their software capabilities and adapt to rampant digitalization. The growing number of technologies used in cars is

itself forcing developers to modernize the way they create new products [2].

In such a fast-paced, software-intensive environment, the use of agile (iterative and incremental) processes is becoming a priority both in mobile software development and how organizations behave in the marketplace. Business agility, the use of cloud solutions, and agile development methods are increasingly seen as key to providing the flexibility and on-demand scalability needed to thrive in today's (and tomorrow's) automotive market. They enable automakers to respond to change and new opportunities, launch new business models and adopt new technologies as they become available [2].

All things considered there is a huge tendency for implementing innovations into the automotive market. Nowadays it is almost impossible to pretend any vehicle without modern technologies. Despite the fact that although not all of innovations might be useful, they are still attending moderations for being implemented in appropriate way of using them.

References:

1. Assuring, Tax and Consulting Services RSM Global: <https://www.rsm.global/insights/2023-outlook-rising-trends-automotive-industry>
2. Integrated Platform for Enterprises INTLAND Software: <https://content.intland.com/blog/the-top-6-automotive-technology-trends-in-2022-and-beyond>
3. Research Online Journal FORBES: <https://www.forbes.com/sites/sap/2021/12/01/how-the-automotive-industry-is-driving-toward-a-sustainable-future/?sh=6ff2927f8f1b>
4. Research database StartUs Insights: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/automotive-industry-trends-10-innovations-that-will-impact-automotive-companies-in-2020-beyond/#:~:text=Top%20Automotive%20Industry%20Trends%20%26%20Innovations%201,Human-Machine%20Interfaces%20%28HMI%29%208%208.%20Blockchain%20%D0%94%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%B8%D0%B5%20%D1%8D%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B>
5. Global Management Consulting Company McKinsey&Company: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/disruptive-trends-that-will-transform-the-auto-industry/de-de>

Рынок автомобилей как отдельный вид искусства в экономике

Каленчук Илья Русланович, аспирант
Санкт-Петербургский государственный университет

Дизайн настолько прочно вошел в нашу жизнь, что кажется, будто существовал всегда. Автомобиль уже давно стал частью нашей обычной жизни. А сегодня он уже является частью окружающей среды, а не просто средством перемещения. Однако автомобиль не всегда был таким какие они есть сегодня. Первые автомобили были действительно прежде всего инженерными конструкциями. Позже они стали приобретать уникальные черты характера и эстетику, что в свою очередь привело активному развитию экономики рынка автомобилей.

Ключевые слова: рынок автомобилей, мировая экономика, искусство, дизайн, эстетика

От создания до потребления

Автомобильный рынок в первой половине двадцатого века все больше наполнялся новыми идеями. Казалось, что буквально все были заняты разработкой новой модели автомобиля. В некотором смысле это похоже на всплеск интернет-волны, который пришелся на начало 2000-х

годов. Большинство автомобилей были недоступны для основной массы общества, а качество оставляло желать лучшего. Однако они стали показателем нового этапа в техническом развитии человечества [1].

Важным аспектом любого товара, и, возможно, автомобиля в первую очередь, является его внешний вид, прак-

тичность и удобство. Эти факторы являются решающими для того, чтобы продать автомобиль. И именно над такими вещами работают специалисты в узком кругу — автомобильные дизайнеры. Их задача — создать продукт, сочетающий в себе художественную, промышленную и инженерную синергию. Сегодня обсуждаются особенности и определяются тенденции в развитии автомобильного дизайна [8].

Автомобильный дизайн как массовое явление начал проявляться с середины 20 века. Хотя дизайн автомобиля разрабатывался и раньше [8].

История Cadillac и ее влияние на объемы продаж

GM стала пионером в области автомобильного дизайна, который начал создавать концепты — дальновидные автомобили, которые не способны передвигаться по дорогам общего пользования, но определяют стратегию бренда и повышают интерес к компании [8].

Пришло понимание, что в автомобильном дизайне внешний вид и функциональность так же важны, как и инженерные разработки при создании унифицированного продукта. Их объединяет автомобильный дизайнер. Это превращает автомобили из транспортных средств в желанные функциональные произведения искусства на колесах [8].

С развитием капитализма в 19 веке первым промышленным дизайнерам было, конечно, не до искусства. Они решили проблему объединения научных и инженерных знаний. Так было в автомобильной промышленности до 1927 года, когда впервые в истории Cadillac пригласил дизайнера для разработки внешнего вида LaSalle. Более того, для этой цели было создано новое подразделение, не имевшее аналогов в Европе — Cadillac Art & Color (Кадиллак Арт энд Колор). Возглавлял подразделение Харли Эрл, который позже стал президентом корпорации General Motors. А созданный им отдел превратился в мощный дизайнерский кластер, известный сегодня как центр дизайна General Motors [12].

Славная история бренда Cadillac насчитывает десятки не менее значительных достижений, которые произошли в течение многих годов. Параллельно с развитием рынка автомобилей, совершенствованием технологий менялось и восприятие людьми дизайнерских объектов. Раньше потребитель имел хорошее представление о том, чем искусство отличается от дизайна. Искусство было в музеях и галереях, дизайн — в магазинах и торговых центрах. Однако в конце века этот взгляд радикально изменился. На самом деле, как выбираются вещи при покупке? Всегда это делается по прагматическим соображениям, исходя из технических характеристик и т. д.? Самые последние исследования показывают, что все чаще и чаще выбор предопределяется непосредственно дизайном, все остальное отходит на второй план. Что почти неотличимо от восприятия искусства, когда картина художника, по совершенно необъяснимым причинам, начинает нравиться. Неудивительно, что нынче многие работы известных промышленных дизайнеров официально считаются произ-

ведениями искусства. Они существуют в единственном экземпляре или в очень ограниченной серии, стоят баснословных денег и продаются на аукционах. Точно так же, как, например, картины Энди Уорхола или Фрэнсиса Бэкона [12].

Главным препятствием на пути производства автомобилей было отсутствие стандартов комплектующих для них, поэтому детали от одной модели совершенно не подходили к другой. Дизайн автомобиля считался авантюрным, поэтому контролировать качество производства было практически невозможно. По той же причине не удалось наладить серийное производство моделей. Но однажды Генри Лиланду пришла в голову идея. При производстве оружия одной и той же марки он видел, как однородные и идентичные детали собирались на конвейере, тем самым поддерживая высокую производительность. Он решил унифицировать автомобильные детали и использовать эту технологию при их производстве [10].

Слухи о качестве продукции Лиланда быстро распространились по всему автомобильному сообществу. Инвесторы в выдающегося автомобильного дизайнера Ford начали присматриваться к Лиланду. Сам Форд им не подходил по нескольким причинам. Во-первых, Ford хотел донести автомобиль до широких масс, старался сделать его как можно дешевле, чтобы любой гражданин мог позволить себе купить транспортное средство. Во-вторых, Генри Форд хотел производить автомобили с помощью сборочной линии. У инвесторов была иная точка зрения. Они хотели производить автомобили для состоятельного населения. Лиланд немедленно приступил к разработке. Но он не был согласен ни с инвесторами, ни с Генри Фордом. Он хотел поставить производство автомобилей для высших слоев населения на конвейер. Когда он присоединился к компании, то дал ей название «Кадиллак» в честь основателя Детройта. Так началась история производителя «Кадиллак» [10].

Новая двигательная установка была высокотехнологичной, но Лиланд продолжал совершенствовать свои навыки точного изготовления. Он понимал, что если ему удастся подогнать детали одной из своих машин под другую, у него будет преимущество на рынке. Стандартизация была ключевым элементом. Решение было найдено с помощью измерительного набора Йохансена. Лиланд купил его, чтобы проверить свою продукцию на соответствие стандартам. Точность, которую обеспечивал этот набор, позволила воплотить в жизнь идею взаимозаменяемости деталей. Следующим шагом стал переход к массовому производству. Королевский автомобильный клуб Англии протестировал его машину и наградил его Кубком Дьюара. Его автомобили были признаны мировым стандартом. Продажи Cadillac были на подъеме. Основатель General Motors решил взять под свое крыло бренд автомобилей класса люкс. Он предложил пять миллионов долларов инвесторам бренда и купил компанию. Лиланд остался в компании и вскоре понял, что теперь у него больше ресурсов для инноваций. Одним из главных препятствий

на пути дальнейшего роста популярности было наличие кривошипа. Люди были ранены, а некоторые даже погибли, получив отдачу при запуске двигателя. В те дни заводить автомобили вручную было непросто. Поэтому Лиланд попросил своего друга Чарльза Кейтеринга, который усовершенствовал пружинный механизм для открывания кассовых аппаратов, поработать над этим вопросом. Он считал, что при должной доработке этот механизм можно было бы использовать для запуска автомобилей [10].

«Cadillac-Ewok» не только пробуждает воспоминания о великих автомобилях прошлого, но и связывает нас с будущим бренда», — главный дизайнер проекта Кип Васенко, казалось, не мог оторвать глаз от своего детища. Американец русского происхождения произнес эти слова всего два года назад. «Кадиллак» только что представил стратегию «Искусство и наука», воплощенную в футури-

стическом концепт-каре «Эвок». Трудно было поверить, что подобный автомобиль когда-нибудь станет серийным. Но компания уверенно двигалась к цели и, показав еще несколько концептуальных разработок, наконец отважилась на серийное производство Cadillac 21 века — CTS [11].

Сегодня Cadillac, следуя своим вековым традициям, по-прежнему полон решимости изменить мир и автомобильную промышленность. Философия бренда «Для тех, кто осмеливается» по-прежнему является главной и основополагающей для этого автомобильного гиганта. Не так давно компания представила новый концепт-кар будущего — Cadillac Escala. А позже представители производителя даже озвучили свое желание разработать серийную версию концепта Escala. Если все пойдет хорошо, производство автомобиля начнется на заводе в Детройте в декабре 2021 года [9].

Итоги продаж Cadillac за 2022 год

ПРОДАЖИ ПРОИЗВОДСТВО



Рис. 1. Статистика продаж автомобилей Cadillac за 2022 год (Источник: статистический портал AutoVERCITY <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/marks/2022/cadillac/>)

Исходя из данных рис. 1, можно сделать вывод о том, что марка Cadillac действительно имеет успех на мировом рынке. Однако учитывая историю его создания стоит заме-

тить, что модели данной марки пользуются спросом у тех, у кого есть достаточно денежных средств, чтоб себе позволить данную марку. Также по-прежнему модели имеют свои

некоторые недостатки, которые нужно доработать для того, чтоб увеличился объем продаж в дальнейшем. Это касается прежде всего для того, чтоб Cadillac могли позволить себе приобрести среднестатистические покупатели.

Объемы продаж автомобилей марки Cadillac на российском автомобильном рынке по итогам 2021 года показали рекордное значение. По данным пресс-службы указанного производителя, за этот год российские автомобилисты приобрели 2377 автомобилей рассматриваемой марки [7].

Указанный результат годовых продаж свидетельствует об увеличении объемов продаж автомобилей марки в России. По сравнению с показателем за 2020 год продажи автомобилей в России выросли на 67% [7].

История Toyota и ее влияние на объемы продаж

История бренда началась в 1924 году с изобретения креста для производства тканей и ковров. Сакичи Тойода изобрел ткацкий станок. Устройство остановилось само по себе, когда возникла проблема. Позже принцип автоматической остановки стал одним из основополагающих пунктов производственной системы бренда. Toyota продала патент на текстильную машину. Полученные деньги руководство потратило на создание цеха по производству автомобилей на бензиновом двигателе [3].

В 1936 году Toyota Motor запускает сборочную линию, с которой сходят первые модели легковых и грузовых автомобилей. Первенцы были концептуально похожи на Chevrolet и Power Wagon. 1937 год — важный год для компании, которая стала независимой компанией, названной в честь основателя [3].

Коррективы в производство концерна Toyota Motor были внесены Второй мировой войной. Бренд в основном занимается производством грузовиков для военных нужд. История компании на данный момент не может похвастаться изобретениями. Сырьевая база испытывает серьезные трудности: грузовики часто выезжают на фронт в упрощенном виде, например, с одной фарой [3].

Катастрофа в Японии и бренд Toyota имеют схожий характер. Японская императорская армия потерпела поражение, производство главной автомобильной компании страны подверглось жесточайшей бомбардировке. Некоторые историки полагают, что гибель производственных мощностей ускорила капитуляцию Страны Восходящего Солнца [3].

История разработки продолжилась выпуском модели SA. Экономический кризис, забастовка рабочих заставили руководство компании пересмотреть корпоративные принципы. Расцвет Toyota пришелся на 1960-е годы. Своим успехом компания обязана уникальной системе управления производством, которая действует и по сей день [3].

1962 год был важной вехой в истории фирмы Тойота, когда было выпущено 1 млн. автомобилей [3].

С 1970 года компания совершенствовала агрегаты, перенося инновации с дорогих автомобилей на более дешевые модели. Был запущен брендов Sprinter, Celica, Tercel [3].

Успешная история бренда Toyota невозможна без строгого соблюдения принципов менеджмента. Философия бренда заключается в том, чтобы вносить свой вклад в развитие мира. Это можно сделать за счет выпуска безупречно качественных автомобилей. С этой целью на всех этапах создания машин используется поэтапное управление, оптимизируются операции и снижаются затраты. Производственная система включает следующие элементы [3]:

— штамповка — предварительная промывка на автоматизированной линии, затем подготовленные листы подаются на резку, гибку, пробивку отверстий;

— сварка — осуществляется в три этапа: сборка платформы, ее соединение с боковинами и крышей, сварка багажника, капота, крыльев, дверей. Сварка концерна Toyota Motor сочетается в себе автоматизированный и ручной режимы;

— покраска — перед покраской кузов моют, обезжиривают, покрывают фосфатным слоем, антикоррозийной грунтовкой и запекают в духовке. Дальнейшая обработка осуществляется герметиком, антигравийным покрытием, установкой звуконепроницаемых матов. За этим следует этап покраски, покрытия лаком, сушки, контроля стружки, финишной обработки краской;

— сборка — в сборочном цехе устанавливаются двери, окна, подушки безопасности и ремни безопасности, собирается подвеска и прокладывается электропроводка. Все операции регламентированы и выполняются в определенном порядке;

— контроль качества — тщательная проверка функциональности и внешнего вида, настройка развала/схождения колес и правильная работа системы ABS.

Концепция развития Toyota подчинена экологическому принципу. Экологический фактор оказал большое влияние на историю создания Toyota. Компания минимизирует негативные последствия своей деятельности, создает транспортные средства с возможностью стопроцентной утилизации автомобилей. Гибридные автомобили Prius, RAV4, Coaster, произведенные в рамках программ по охране окружающей среды [3].

Компания успешно развивается. Модельный ряд марки включает в себя около семидесяти типов автомобилей. Пикапы, минивэны, купе, седаны, кроссоверы продаются в Европе, Азии, Северной Америке, включая США и Канаду. В 2016 году Toyota Motor продала и экспортировала около семи миллионов автомобилей на своем собственном рынке, обогнав Ford и Volkswagen [3].

В наши дни слово «японский» — это слово, которое обозначает «качество», и это относится и к автомобилям. Это стало возможным во многом благодаря Toyota. В конце концов, именно эта компания когда-то развязала настоящую войну за повышение эффективности производства и качества продукции. Правда, метод «точно в срок», согласно которому компоненты для сборки не хранились на складе, а доставлялись непосредственно на конвейер, был запланирован Киитиро Тойодой на начальном этапе, когда завод в Коромо только строился [4].

Чем славились японцы, так это своей способностью доводить все до совершенства, что было достигнуто на заводах Toyota. Однако компания не остановилась на этом средстве повышения эффективности производства и снижения затрат. Следующим шагом был простой, но очень эффективный метод, пришедший из текстильного прошлого Киитиро и его отца. Этот опыт заслуживает особого упоминания [4].

Тайчи Оно, который в начале 1950-х годов был начальником цеха окончательной сборки машин на той самой первой фабрике, однажды вспомнил о такой особенности прядильных машин, как самопроизвольное выключение при случайном обрыве нити. Эта способность позволила значительно уменьшить количество дефектных тканей. Правда, автомобильный конвейер тех лет немного напоминал ткацкий станок и был автоматизирован лишь частично: большую часть работы приходилось выполнять вручную [4].

Однако Тайчи Оно это не остановило, и ему удалось адаптировать эту «идею из текстильного прошлого» к ав-

томобильной промышленности. Новый принцип получил название «Дзидока», что можно перевести с японского на русский как «автоматизация с человеческим обликом». Суть «джидоки» заключалась в повышенной ответственности каждого сотрудника завода. В том случае, если рабочий замечал неисправную деталь или неправильно установленный компонент, его обязанностью было потянуть за «андон» (так называемый специальный шнур) и тем самым остановить конвейер. Благодаря этому дефектные детали можно было выявить и устранить на ранней стадии производства, затратив на это минимум времени и денег [4].

Сочетание изобретения Тайчи Оно «дзидоки», поставки компонентов Ford непосредственно на конвейер и постоянного внедрения рационализаторских предложений от сотрудников компании, ставшее чуть ли не визитной карточкой компании, объясняет, почему качество продукции невероятно возросло за очень короткое время, став образцом для подражания качества японских товаров [4].

Итоги продаж Toyota за 2022 год

ПРОДАЖИ ПРОИЗВОДСТВО

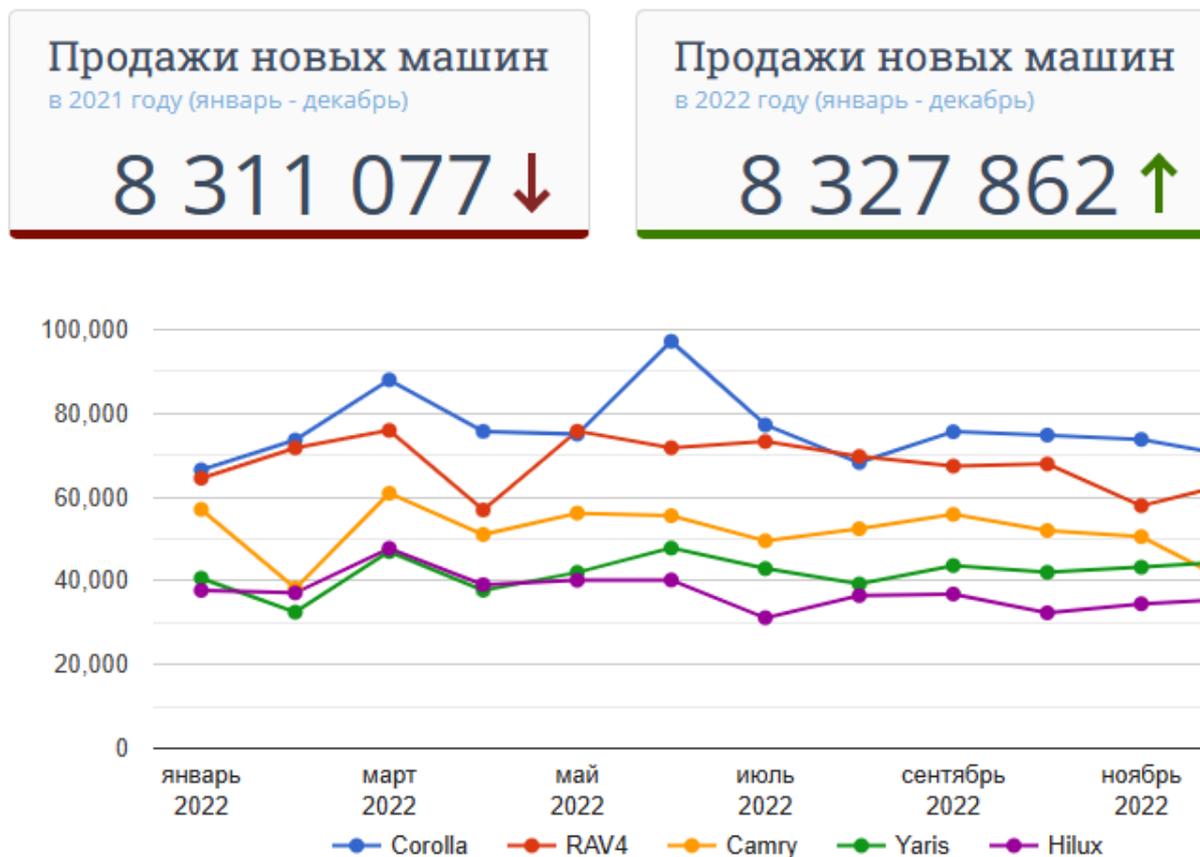


Рис. 2. Статистика продаж автомобилей Toyota за 2022 год (Источник: статистический портал AutoVERCITY <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/marks/2022/toyota/>)

Согласно рис. 2 можно сделать вывод о том, что благодаря насыщенной истории Toyota, четко выраженной философии бренда и продуманности всех событий — в совокупности это привело к тому, что данная марка имеет колоссальный объем продаж. Также данная компания готова преодолевать любые кризисные состояния экономики, не претерпевая значительных потерь. А даже если они и значительные, то компания готова быстро регенерировать в любых условиях.

В России автомобили Toyota Motors Corporation занимают первое место по популярности среди других японских брендов. Ежегодно в нашей стране через официальных дилеров продается более 98 тысяч автомобилей марки. Toyota продолжает придерживаться главного принципа: самостоятельно решать свою судьбу, веря в себя и свои возможности [3].

Ранее эксперты прогнозировали, что в 2022 году цены на автомобили в России продолжат расти из-за проблем с логистикой и нехватки полупроводников. Максим Кабаков, главный редактор журнала «За рулем», полагал, что автомобили могут подорожать на 10-20 процентов [2].

Сравнение компаний Cadillac и Toyota и выводы

Литература:

1. Информационный автопортал AUTOGEAR: <https://autogear.ru/article/421/842/kadillak-strana-proizvoditel-istoriya-sozdaniya-tehnicheskie-harakteristiki-i-foto/>
2. Информационный портал Лента. ру: <https://lenta.ru/news/2021/11/29/toyota/>
3. Автомобильный блог 25 CARS: <https://25cars.ru/istoriya-marok/toyota.html>
4. Технический центр НИВЮС: <https://toyota.nivus.ru/info/articles/istoriya-toyota/>
5. Статистический портал AutoVERCITY: <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/marks/2022/toyota/>
6. Статистический портал AutoVERCITY: <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/marks/2022/cadillac/>
7. Сетевое издание «Городэй»: https://goroday.ru/economy/brend_cadillac_v_2021_godu_ustanovil_rekord_prodazh_v_rossii_51248
8. Новости науки и техники TechInsider: <https://www.techinsider.ru/vehicles/1537683-dizayn-avtomobilya-kak-iskusstvo/>
9. Онлайн-журнал SOMANYHORSES: <https://somanyhorses.ru/istoriya-marki-cadillac-o-filosofii-dlya-teh-kto-smee/>
10. Новостной портал FB: <https://fb.ru/article/421842/kadillak-strana-proizvoditel-istoriya-sozdaniya-tehnicheskie-harakteristiki-i-foto>
11. Автомобильный портал «За рулем»: https://www.zr.ru/content/articles/8651-kadillak_cts/
12. Новостной портал Коммерсантъ: <https://www.kommersant.ru/doc/2467686>

Сравнивая компании Cadillac и Toyota — безусловно следует отметить, что у них у обоих своя насыщенная история. Тем не менее при том, что даже в некоторых моментах обе компании могут быть схожи, Toyota в разы успешнее, чем Cadillac. Это вызвано благодаря тщательной продуманности, созданию собственной философии, постоянному контролю за процессом и преданности своему делу. Обе компании имеют собственный дизайн автомобилей, разработку и тенденцию к совершенствованию с использованием современных технологий. Все эти параметры вместе взятые ведут к развитию экономики, так как при улучшении и совершенствовании автомобилей происходит увеличение объема продаж, что влечет за собой увеличение прибыли компаний и их дальнейшее расширение.

Подводя итоги, можно сказать о том, что искусство автомобильного рынка и экономика имеют свою особенную связь, которая может взаимно дополнять обе сферы. Чем лучше продумана идея, тем лучше и насыщеннее будет развитие истории, что в свою очередь приведет к активному росту в экономике и содействию благоприятному мировому климату.

Цифровизация бизнес-процессов

Мельничук Юлия Николаевна, студент

Научный руководитель: Бухарова Евгения Александровна, старший преподаватель
Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники

В данной статье рассматриваются основные аспекты цифровизации бизнес-процессов, обоснована актуальность внедрения цифровых решений, рассмотрены инструменты цифровизации, определены возможные сложности, которые возникают у компаний в процессе цифровизации бизнес-процессов и варианты их решения.

Ключевые слова: цифровизация, процессы, ВМР-системы, проблема, инструменты, бизнес.

В настоящее время цифровые технологии внедряются во все сферы жизни, включая бизнес. Цифровизация бизнес-процессов стала ключевым фактором для развития и выживания предприятий в современной конкурентной среде. Это понятие охватывает широкий спектр изменений, связанных с внедрением цифровых инструментов и технологий в различные аспекты бизнеса.

Одной из главных причин, почему компании стремятся к цифровизации своих бизнес-процессов, является потребность в повышении эффективности. Например, внедрение цифровых систем управления складом позволяет оптимизировать процессы хранения, отслеживания и отгрузки товаров, что улучшает общую эффективность логистики и сокращает время доставки клиентам.

Цифровизация также способствует более эффективному управлению ресурсами и улучшению коммуникации

внутри предприятия. Современные инструменты для управления проектами и совместной работы, такие как облачные платформы, системы электронного документооборота и CRM-системы решают различные задачи, начиная от формирования документации по шаблону и заканчивая распределением задач между сотрудниками в режиме онлайн. Это особенно актуально в условиях удаленной работы, которая стала обычной практикой после пандемии COVID-19.

Однако компании часто сталкиваются с трудностями в процессе цифровой трансформации. Около 70% цифровых преобразований терпят неудачу, чаще всего из-за сопротивления сотрудников [1].

В таблице 1 представлены наиболее распространенные проблемы, с которыми сталкиваются компании при цифровизации бизнеса, и решения, предложенные для их устранения.

Таблица 1. Основные проблемы компаний при цифровизации и их решения

Проблема	Решение
Сопротивление и нежелание сотрудников принимать изменения	Проведение собраний для сотрудников для объяснения выгоды и целей цифровизации.
	Вовлечение сотрудников в процесс принятия решений и обсуждения новых изменений.
	Постепенное внедрение новых технологий, предоставление сотрудникам поддержки и помощи в использовании.
Отсутствие четкой стратегии	Разработка долгосрочной стратегии цифровизации с учетом бизнес-целей и потребностей компании.
	Создание подробного плана внедрения, включающего этапы, сроки, ресурсы и ответственных лиц.
	Проведение анализа текущих процессов и выявление приоритетных областей для цифрового преобразования.
Недостаточные ресурсы	Постепенное внедрение, начиная с наиболее критичных и выгодных областей, и последующее масштабирование.
Беспокойство за безопасность и конфиденциальность данных	Разработка и внедрение политики безопасности информации с учетом цифровых решений.
	Использование надежного программного обеспечения с высокими стандартами безопасности.
	Регулярное обновление и мониторинг системы защиты данных.
Отсутствие необходимых компетенций и навыков у сотрудников	Проведение обучающих программ и тренингов для повышения цифровой грамотности сотрудников.
	Привлечение внешних экспертов или консультантов для помощи во внедрении и обучении.

Существует множество видов программных систем и инструментов, позволяющих компаниям цифровизировать бизнес-процессы. Все они имеют различное назначение, и выбор зависит от того, какие цели преследует компания и какие процессы планирует цифровизировать. Некоторые из них представлены ниже:

1. CRM-система (Customer Relationship Management System) — система управления взаимоотношениями с клиентами. Такая система может помочь компании упорядочить все данные о клиентах и сделках с ними, сохраняет всю историю взаимодействий с клиентами, записи звонков и различные документы. Одной из самых распространенных CRM-систем в России признана система «Битрикс24» [2].

2. ERP-система (Enterprise Resource Planning) — это интегрированная система управления предприятием, которая помогает управлять всеми аспектами бизнеса, включая процессы в таких сферах, как финансы, учет, снабжение, производство и т.д. Лидерами среди ERP-систем на российском рынке являются «Галактика ERP» и «1С: ERP Управление предприятием» [3].

3. DMS-система (Document Management System) — система управления документооборотом. Позволяет электронно управлять документами, обеспечивая централизованное хранение, доступ и контроль документов.

4. BPM-система — это система управления бизнес-процессами. Она предоставляет комплексный набор инструментов для управления процессами в организации и обладает широким спектром возможностей:

Моделирование процессов. Система позволяет создавать графические модели бизнес-процессов с использованием специальных инструментов и нотаций, таких как BPMN (Business Process Model and Notation). Модели отображают последовательность шагов, задач, ролей и связей между ними.

Автоматизация и выполнение процессов. После моделирования процессы могут быть автоматизированы. Система предоставляет возможность создавать электронные

формы, определять правила автоматической маршрутизации задач и устанавливать сроки выполнения. Участники процесса получают доступ к цифровым рабочим местам, где они могут выполнять свои задачи, взаимодействовать с другими участниками и отслеживать прогресс.

Мониторинг и контроль. BPM-система позволяет отслеживать текущее состояние процессов и задач. Менеджеры и участники могут видеть список задач, сроки выполнения, ответственных лиц и другую информацию. Это обеспечивает более прозрачное и эффективное управление процессами, а также возможность своевременно реагировать на задержки или проблемы.

Оптимизация и анализ. BPM-системы предоставляют инструменты для анализа процессов и выявления узких мест, задержек или неэффективных шагов. Пользователи могут собирать данные о производительности, времени выполнения, ошибках и других показателях. Это позволяет идентифицировать области для улучшения и принимать обоснованные решения на основе фактической информации.

Постоянное совершенствование. BPM-системы поддерживают цикл постоянного совершенствования бизнес-процессов. Пользователи могут вносить изменения в модели процессов, оптимизировать их на основе полученных данных и анализа результатов [4].

Примерами BPM-систем, представленных на рынке, являются ELMA, Creatio, Monday, Process Bliss, Comindware [5].

В заключение, цифровизация бизнес-процессов является неотъемлемой частью современного бизнеса. Она позволяет компаниям повысить эффективность, улучшить коммуникацию, создать новые возможности для инноваций и роста. Однако успешное внедрение цифровых технологий требует тщательного планирования, анализа и подготовки. Компании, которые смогут адаптироваться и использовать потенциал цифровых инструментов, займут лучшее положение для успешной конкуренции и дальнейшего развития.

Литература:

1. The «how» of transformation. — Текст: электронный // McKinsey & Company: [сайт]. — URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-how-of-transformation> (дата обращения: 07.06.2023).
2. Что такое CRM-система: виды, задачи, сервисы. — Текст: электронный // SendPulse: [сайт]. — URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/crm> (дата обращения: 07.06.2023).
3. Системы ERP: что это такое простыми словами, как работает и как выбрать. — Текст: электронный // Kokoc: [сайт]. — URL: <https://kokoc.com/blog/cto-takoe-erp-sistemy/> (дата обращения: 07.06.2023).
4. BPM (Business Process Management). Процессный подход к управлению и BPM-системы. — Текст: электронный // Docsvision: [сайт]. — URL: <https://docsvision.com/info-centr/articles/bpm-business-process-management.html> (дата обращения: 07.06.2023).
5. Лучшие BPM-системы для контроля бизнес-процессов. — Текст: электронный // Инсайдер: [сайт]. — URL: https://xn--80aidjgwzd.xn--p1ai/news/luchshie_bpm_sistemy_dlya_kontrolya_biznes_protsesov_v_2022_godu/ (дата обращения: 07.06.2023).

Совершенствование форм участия населения в местном самоуправлении

Миронов Кирилл Олегович, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Воронежский филиал

В статье рассматриваются пути совершенствования форм участия населения, которые актуальны для местного самоуправления.

Ключевые слова: самоуправление, государственное и муниципальное управление, народовластие, гражданские инициативы.

Совершенствование форм участия населения в местном самоуправлении является одной из ключевых задач в области развития гражданского общества в современном мире. Оно связано с тем, что эффективность управления на местном уровне во многом определяется не только профессионализмом и качеством работы муниципальных служащих, но и уровнем вовлеченности граждан в процесс местного самоуправления.

Изучение проблемы участия населения в местном самоуправлении показывает, что данный процесс имеет как положительные, так и отрицательные моменты. С одной стороны, участие граждан в местном самоуправлении позволяет повысить уровень демократии и качество принимаемых решений, что является основой гражданского общества. [1]

С другой стороны, некоторые формы участия населения могут быть неэффективными, вызвать конфликты в обществе и привести к обострению социальных противоречий. Стремление к повышению эффективности участия населения в местном самоуправлении связано с такими задачами, как повышение общественной активности и вовлеченности граждан в процесс принятия решений, формирование открытых и прозрачных механизмов управления, создание условий для развития гражданского общества и сдерживание конфликтов в обществе.

Современные формы участия населения в местном самоуправлении включают в себя следующие: общественные слушания, выборы, референдумы, объединение в территориальное общественное самоуправление, регулярные и электронные консультации с гражданами путем направления в органы власти жалоб, обращений, предложений, организация координационных советов и комитетов.

Одной из наиболее эффективных форм участия населения в местном самоуправлении являются публичные слушания. Данная форма позволяет гражданам принимать активное участие в процессе принятия решений в социальных и экономических вопросах. [2]

Главным преимуществом данной формы является её демократический характер и возможность учета мнения всех заинтересованных сторон. Кроме того, электронная демократия, как новый инструмент участия населения в местном самоуправлении, позволяет существенно упростить процесс обсуждения и принятия решений.

Благодаря широкому доступу к Интернету, граждане могут принимать участие в обсуждениях и голосованиях в режиме онлайн, что позволяет существенно повысить их эффективность и привлекательность для граждан. [3]

Например, в городском округе город Воронеж активным образом функционирует интернет-платформа «Активный электронный гражданин». На данной площадке граждане могут участвовать в голосовании за разные инициативы, предлагать свои идеи, освещать проблемные ситуации по самым разным направлениям.

С другой стороны, одной из главных проблем современных форм участия населения в местном самоуправлении является отсутствие информирования и активного участия граждан в принятии решений. В этом случае необходимо разработать механизмы информирования и привлечения граждан к процессу управления, включая открытость информации, доступность и четкость общественных консультаций и слушаний.

Изучение проблемы форм участия населения в местном самоуправлении показывает, что существует определенный потенциал для развития гражданского общества, он позволяет улучшить качество управления и принимаемых решений, а также снять некоторые конфликты в обществе. Однако для достижения этих целей необходимо обеспечить эффективность и прозрачность форм участия населения, повысить информированность и удалить информационные барьеры.

Для достижения этих целей необходимо также развивать культуру диалога и консенсуса, чтобы участие граждан в местном самоуправлении не превращалось в конфликт, а становилось эффективным механизмом принятия решений и достижения общих целей. Поскольку от органов местного самоуправления также зависит, насколько они открыты и активны с точки зрения привлечения граждан к решению тех или иных вопросов.

Более того, решение проблемы совершенствования форм участия населения в местном самоуправлении не может быть представлено одним типом мер и инициатив. Достигнуть успеха возможно только при использовании комплекса инструментов и форм участия, а также дополнительных механизмов, включающих, например, общественные контрольные советы и проведение мониторинга относительно деятельности органов местного самоуправления. [4]

Следует отметить, что формы участия населения в местном самоуправлении развиваются на фоне тенденций формирования информационного общества. Это создает новые возможности, которые могут быть использованы для участия и вовлечения граждан в процесс местного самоуправления.

Таким образом, можно заключить, что совершенствование форм участия населения в местном самоуправлении — это сложный, многоаспектный процесс. Однако современные механизмы и технологии позволяют перейти

к модели управления, включающей в себя широкое вовлечение граждан в решение текущих задач управления. Ключевым фактором успеха в данном направлении является учет и удовлетворение потребностей и интересов граждан, создание условий, подталкивающих и поддерживающих значимость и особую роль населения в процессе принятия решений и нахождения конструктивных путей решения проблем, а также изменения социально-экономической жизни территории.

Литература:

1. Мустафина, Э.У. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления: правовое регулирование и практик применения // Вопросы студенческой науки. 2020. — № 12. — с. 328-331.
2. Губайдуллин, И.С. Публичные слушания как форма участия населения в осуществлении местного самоуправления // Colloquium-journal. 2019. — № 5. — с. 11-13.
3. Гагарина, С.Н. Организация интернет-коммуникаций в сфере государственного управления // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. — № 1. — с. 182-187.
4. Михеева, Т.Н. Формы непосредственной муниципальной демократии: грядущие трансформации // Известия Саратовского университета. 2022. — № 3. — с. 304-309.

Роль этики в работе государственного гражданского служащего

Миронов Кирилл Олегович, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Воронежский филиал

В приведенной статье анализируется этическая сторона государственной гражданской службы, ее место, значение и роль.

Ключевые слова: государственная гражданская служба, этика, нравственность, государственное управление.

Работа государственного гражданского служащего требует не только высокой квалификации и знания законодательства, но и непреложного следования нормам морали и нравственности.

Этика в повседневной деятельности государственного гражданского служащего играет важную роль и имеет свои особенности. Так, например, одной из основных задач этики является защита общества от коррупции и злоупотреблений со стороны служащих. Государственный гражданский служащий обязан строжайше соблюдать законы и нормы, в противном случае он не может рассчитывать на доверие со стороны граждан и должностных лиц. Нарушение этики может привести к отставке, потере доверия и даже уголовной ответственности. [1]

Помимо этого, этика помогает государственному гражданскому служащему сохранить высокий уровень профессиональной компетентности. Соблюдение этических принципов позволяет сберечь хорошие отношения с коллегами и руководством, которые могут помочь при выполнении сложных управленческих задач.

Кроме того, этика является гарантией уважения к правам и свободам граждан, которые государственный

гражданский служащий обязан защищать. Соблюдение этики укрепляет деловую репутацию служащего и в целом улучшает имидж государственной службы. Наконец, этика имеет важное значение для повышения уровня качества государственных услуг. [2]

Государственный гражданский служащий, который соблюдает этические нормы, более компетентен и ответственен при выполнении своих обязательств, что говорит о соответствии высоким стандартам работы и удовлетворении насущных потребностей граждан наилучшим образом.

Этические нормы государственных гражданских служащих можно сказать прямо закреплены на высшем юридическом уровне путем существования указа Президента РФ от 12.08.2002 N 885 (ред. от 25.08.2021) «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих».

В нем, по сути, прописываются важные нравственные постулаты, которым каждый служащий обязан придерживаться (например, добросовестно выполнять поставленные задачи, иметь приоритетом признание, соблюдение и защиту прав и свобод человека, гражданина

и т. д.). Следовательно, этика является ключевым компонентом профессионального поведения государственного гражданского служащего. [3]

Безусловно, этические вопросы, возникающие при работе государственных служб, могут быть непростыми и вызывают острые споры, критику и контроль. Однако, государственный гражданский служащий несет огромную ответственность за выполнение своих обязанностей и защиту интересов граждан. В этой связи, значение этики и соблюдение ее норм не может быть преуменьшено.

Государственный гражданский служащий должен оставаться верным своему обязательству сохранению принципов этики и принципов работы государства в целом. Важно помнить, что работа государственного гражданского служащего — это не только работа, но и ответственность, и его деятельность прямо влияет на жизнь и благополучие граждан.

Наконец, в работе государственного гражданского служащего этика имеет значение не только для выполнения его конкретных задач, но и для формирования общественного сознания и доверия, что является фундаментом для развития государственности и демократии в стране. Поэтому, соблюдение этических принципов является не только необходимостью, но и нормой в работе государственных служб и общественной жизни в целом.

Кроме того, государственный гражданский служащий должен быть готов к ответственности за свои поступки в соответствии с этическими нормами. Это подразумевает возможность проверки соответствия действий государственного служащего требованиям законодательства и этическим принципам. Для этого государственным гражданским служащим необходимо регулярно повышать свою квалификацию и быть в курсе изменений в законодательстве и этических стандартах.

Важно отметить, что этика должна быть не только формальным требованием для государственных служащих, но и частью их мировоззрения и профессиональной идентичности. Государственный служащий должен осознавать свою роль и ответственность перед гражданами и обществом в целом, стремиться к истинности и справедливости в своих решениях и действиях. Он должен быть готов к самокритике и готовности изменить свою позицию при необходимости. [4]

Кроме того, этика также играет важную роль в межличностных отношениях на рабочем месте. Конструктивный диалог, уважение к коллегам и их мнениям — все это составляет этическую основу работы команды государственных служащих. Конфликты и недоверие между сотрудниками могут привести к негативному влиянию на работу службы и ее результативность.

В заключение, роль этики в работе государственного гражданского служащего не может быть переоценена. Она обеспечивает эффективное функционирование государственной службы, сохраняет доверие граждан и высокий уровень профессионализма. Важно, чтобы государственные гражданские служащие строго придерживались этических принципов не только во время работы, но и за ее пределами, чтобы стать надежными охранниками законности и обеспечить защиту интересов граждан и благополучие общества в целом. Таким образом, этика является фундаментальным элементом работы государственного гражданского служащего, который требуется для обеспечения государственной службы наивысшего уровня и защиты интересов общества. Ее соблюдение, в сочетании с высоким уровнем профессионализма и компетентности должно стать ключевым девизом государственных служб и гарантией их эффективности и устойчивости.

Литература:

1. Бобрешов, А. Г. О роли кодекса этики и служебного поведения государственных гражданских служащих в формировании их профессиональной культуры // Академическая публицистика. 2022. — № 12. — с. 633-635.
2. Лисицина, М. П. Особенности профессиональной этики государственного гражданского служащего // Инновационные идеи молодых исследователей. 2021. — № 1. — с. 120-125.
3. Зарицкий, Д. Г. Нормативно-правовая основа регулирования этики государственной службы в России // Студенческий вестник. 2022. — № 3. — с. 6-9.
4. Титков, М. Р. Этика государственного служащего // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. — № 4. — с. 143-145.

Особенности инициативного бюджетирования как механизма продвижения общественных инициатив

Миронов Кирилл Олегович, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Воронежский филиал

В статье рассматривается сущность и специфика института инициативного бюджетирования с точки зрения участия населения в государственном и муниципальном управлении.

Ключевые слова: инициативное бюджетирование, местное самоуправление, гражданские инициативы, государственное управление.

Инициативное бюджетирование является относительно новой практикой в государственном и муниципальном управлении, и эта практика набирает все большую популярность, особенно в государствах, где коммуникативная демократия является важной составляющей политической жизни страны.

В рамках этой статьи мы рассмотрим особенности инициативного бюджетирования и то, как оно может использоваться для определения приоритетных направлений развития экономики.

Инициативное бюджетирование — это процесс, при котором граждане и организации могут предложить свои проекты, которые уже будут включены в планирование бюджета государства, региона, муниципалитета. Подобная практика позволяет учитывать интересы общества при определении направлений бюджетной политики.

Главной целью инициативного бюджетирования является повышение уровня прозрачности и вовлечение граждан в процесс принятия решений по распределению бюджетных средств. Однако, возможности инициативного бюджетирования зачастую ограничены, и процесс принятия решений является более длительным по сравнению с обычным бюджетированием. Тем не менее, организации и граждане могут внести значительный вклад в экономическое и социальное развитие страны.

Еще одной особенностью инициативного бюджетирования является предоставление возможностей для реализации инновационных проектов, непредусмотренных в общем бюджетном плане. Это может способствовать развитию новых отраслей и повышению уровня конкурентоспособности страны уже в глобальной экономике. Также инициативное бюджетирование может помочь улучшению качества жизни в населенных пунктах. Например, граждане могут внести предложения о ремонте дорог, сетей водоснабжения и канализации, обновлении инфраструктуры в общественных местах и прилегающих территориях.

В целом, инициативное бюджетирование — это процесс, который может оказать важное влияние на развитие экономики и социального благополучия страны. Безусловно, этот процесс занимает больше времени и требует более широкого участия граждан и организаций. Однако,

используя инициативное бюджетирование, представляется возможным создание более прозрачной и отвечающей интересам общества бюджетную систему.

Вместе с тем, возможность участия граждан и организаций в процессе инициативного бюджетирования позволяет выразить свои потребности и предпочтения, а также участвовать в принятии решений по вопросам, которые имеют важное значение. Таким образом, инициативное бюджетирование может не только повысить эффективность расходования бюджетных средств, но и способствовать активному участию граждан в жизни страны.

Одним из самых ярких примеров инициативного бюджетирования является практика, применяемая в Бразилии. Там инициативное бюджетирование было запущено в 1989 году, и сегодня, более чем за 30 лет, оно стало одной из важных составляющих политической и социальной жизни страны. Одна из многих польз, которую получила Бразилия из-за внедрения этой практики, это улучшение функционирования государственного механизма. Результатом стало более высокое качество общественных услуг, сокращение коррупции, а также более тесное взаимодействие граждан с органами власти.

Инициативное бюджетирование — это процесс, который может иметь огромный потенциал для трансформации будущего любой страны. Однако, для того чтобы оно стало эффективным, необходимо проводить обширные общественные и информационные кампании, проводить консультации с гражданами, выстраивать открытые и прозрачные процессы принятия решений. Только таким образом можно обеспечить широкое участие граждан и организаций в процессах управления страной и добиться результата, положительно влияющего на все аспекты жизни общества.

Кроме того, инициативное бюджетирование может стать важным фактором для развития малого и среднего бизнеса. Многие микро- и малые предприятия не имеют доступа к кредитам от банков и, как следствие, не могут реализовать свои бизнес-идеи. Инициативное бюджетирование предоставляет им возможность получить необходимые инвестиции, что помогает в запуске новых проектов и развивать бизнес.

Также можно отметить, что инициативное бюджетирование обладает потенциалом для улучшения экологи-

ческой ситуации в стране. Граждане и организации могут предлагать проекты по созданию экологически чистых промышленных предприятий, внедрению новых технологий в обработке и утилизации отходов и т.д. Таким образом, можно добиться уменьшения негативного воздействия на окружающую среду и создания более благоприятных условий для жизни и здоровья людей.

Несмотря на все вышеописанные позитивные аспекты, инициативное бюджетирование также имеет свои недостатки. Например, может возникнуть нехватка кадров, а именно экспертов, готовых оценить проекты, предло-

женные гражданами и организациями. Кроме того, возможны случаи злоупотребления средствами, выделенными из инициативного бюджета.

В заключение, можно сказать, что инициативное бюджетирование — это процесс, который становится все более популярным в развивающихся странах. Эта практика позволяет более широко вовлекать граждан и организации в процесс принятия решений по распределению бюджетных средств. Она способствует более открытому и прозрачному управлению государством и может повысить эффективность использования бюджетных средств.

Литература:

1. Иванова, К.И. Основные проблемы и особенности развития инициативного бюджетирования в России // Colloquium-Journal. 2020. — № 6. — с. 29-31.
2. Коречков, Ю.В. Инициативное бюджетирование как элемент социально-экономической политики региона // Бизнес. Образование. Право. 2023. — № 1. — с. 120-125.
3. Фадейкина, Н.В. Инициативное бюджетирование как инструмент системы общественных финансов // Сибирская финансовая школа. 2020. — № 1. — с. 52-57.
4. Гоцко, Т.В. Инициативное бюджетирование — стимул устойчивого развития территорий // Современное образование: наука и практика. 2022. № 2 (19). с. 7-10.

Инновационные подходы к совершенствованию системы менеджмента качества на нефтегазодобывающих предприятиях

Раганов Егор Сергеевич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Научная статья исследует инновационные подходы к совершенствованию системы менеджмента качества в нефтегазодобывающих предприятиях. В современной нефтегазодобывающей отрасли существует постоянная потребность в повышении эффективности и конкурентоспособности, что требует применения новых подходов в управлении качеством. В данной статье представлен обзор современных тенденций и методологий в области менеджмента качества, а также анализ и оценка их применимости к нефтегазодобывающим предприятиям.

Ключевые слова: инновационные подходы, система менеджмента качества, нефтегазодобывающие предприятия, управление качеством, эффективность, конкурентоспособность, iso 9000, data-driven quality management, интернет вещей, iot, цифровые двойники, digital twins, автоматизация и роботизация, коллаборативные платформы, облачные решения.

Нефтегазодобывающая отрасль является важным сектором экономики и требует высокого уровня качества в процессе добычи, производства и поставки продукции. Традиционные подходы к управлению качеством, основанные на стандартах серии ISO 9000 и методах контроля, имеют свои ограничения и не всегда способны полностью удовлетворить требования современной индустрии. В связи с этим, необходимо исследовать и внедрять инновационные подходы, которые могут обеспечить более эффективное управление качеством в нефтегазодобывающих предприятиях.

В данной статье применяются методы литературного обзора, анализа и сравнительного анализа существующих

подходов к управлению качеством в нефтегазодобывающей отрасли. Также проводится оценка применимости инновационных подходов на основе реальных примеров и сценариев.

Обзор инновационных подходов: Статья представляет обзор следующих инновационных подходов к совершенствованию системы менеджмента качества в нефтегазодобывающих предприятиях:

1. Управление качеством на основе данных (Data-driven Quality Management): Использование анализа больших данных, машинного обучения и искусственного интеллекта для обнаружения паттернов, выявления несоответствий и оптимизации процессов качества.



2. Интеграция технологий Интернета вещей (IoT) и цифровых двойников (Digital Twins): Применение датчиков и сенсоров для мониторинга параметров добычи и производства, создание виртуальной копии объекта для моделирования и оптимизации процессов.

3. Автоматизация и роботизация процессов: Внедрение автоматизированных систем и роботов для выполнения задач контроля качества, улучшения точности и сокращения времени на выполнение операций.

4. Коллаборативные платформы и облачные решения: Использование цифровых платформ и облачных сервисов для обмена информацией и координации дея-

тельности между различными структурами и подразделениями предприятия.

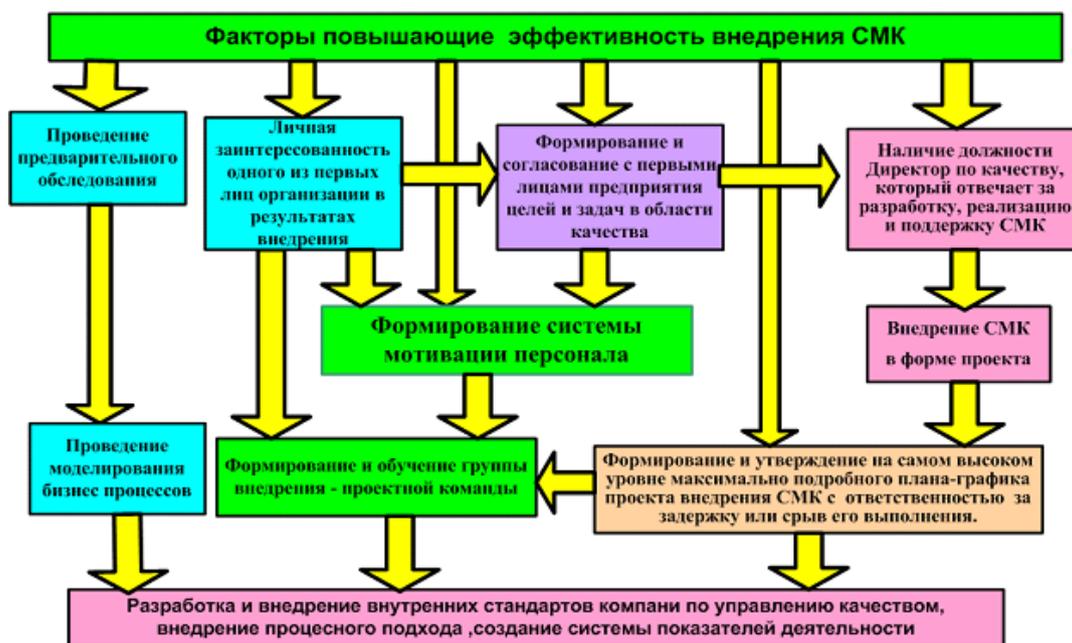
Каждый из представленных инновационных подходов имеет свои преимущества и ограничения, а их применимость может зависеть от конкретной ситуации и особенностей предприятия. В статье проводится сравнительный анализ выгод и рисков, связанных с внедрением этих подходов, а также оценка необходимости адаптации и учета специфических требований нефтегазодобывающей отрасли.

Инновационные подходы к совершенствованию системы менеджмента качества в нефтегазодобывающих



предприятиях представляют значительный потенциал для улучшения эффективности и конкурентоспособности отрасли. Внедрение этих подходов требует тщательного анализа, планирования и адаптации к особенностям каждой организации. Дальнейшие исследования

и практическое применение инновационных подходов в сфере нефтегазодобычи могут способствовать развитию современных методов управления качеством и повышению результативности предприятий данной отрасли.



Литература:

1. Фоксвелл, К. Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в строительстве; пер. с англ. А. Л. Раскина. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2021. — 160 с.
2. Ходыревская, В.Н. Формирование пространства стратегии организации через менеджмент устойчивого развития и стандартизованную систему стратегического управления. Трансформация процессов управления: менеджмент и инновации, цифровизация и институциональные преобразования: сб. материалов международной науч.-практич. конф. Курск, 25 ноября 2021 г./под ред. канд. экон. наук, доц. С. А. Гальченко; Курск. гос. ун-т. — Курск, 2021, с. 256-263.
3. Чайка, И. И. В будущее стандарта ISO 9001 через его прошлое. Контроль качества продукции, 2019, № 2, с. 5-9.
4. Глазунов, А.В. Постоянное улучшение. Подходы, методы и приемы. Методы менеджмента качества, 2020, № 1, с. 24
5. Копнов, В. А., Рогов А. А. Измеряем эффективность СМК. Стандарты и качество, 2018, № 3, с. 60-64.

Анализ результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи

Раганов Егор Сергеевич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Целью данной научной статьи является проведение анализа результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи. В статье рассматриваются основные принципы и методы менеджмента качества, а также предлагается подход к анализу результативности системы на основе ключевых показателей эффективности. Исследование позволяет выявить проблемные области в системе менеджмента качества и предложить рекомендации по их улучшению. Результаты данного исследования могут быть использованы предприятиями нефтегазодобычи для повышения эффективности своей системы менеджмента качества.

Ключевые слова: система менеджмента качества, нефтегазодобыча, результативность, анализ, ключевые показатели эффективности, принципы менеджмента качества, методы контроля качества, улучшение качества продукции, проблемные области, рекомендации по улучшению.

Система менеджмента качества является одним из важных инструментов управления предприятием нефтегазодобычи. Ее целью является обеспечение постоянного улучшения качества продукции и услуг предприятия. В данной статье рассматриваются основные аспекты анализа результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи.

Для эффективной работы системы менеджмента качества необходимо учитывать ряд принципов, таких как ориентация на клиента, лидерство, вовлечение сотрудников и постоянное улучшение. Кроме того, существует ряд методов, позволяющих осуществлять контроль и управление качеством продукции и услуг, таких как статистический контроль процесса, анализ причин несоответствий и т. д.



Для анализа результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи предлагается использовать ключевые показатели эффективности (KPI). К таким показателям можно отнести процент брака продукции, время, затрачиваемое на исправление несоот-

ветствий, уровень удовлетворенности клиентов и другие. Сбор и анализ данных по этим показателям позволяют выявить проблемные области и определить необходимые меры по их улучшению.



На основе результатов анализа результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи можно предложить ряд рекомендаций по ее улучшению. Например, внедрение дополнительных процедур контроля качества, проведение обучения сотруд-

ников по принципам менеджмента качества, совершенствование системы обратной связи с клиентами и другие меры. Реализация этих рекомендаций поможет повысить эффективность системы менеджмента качества на предприятии.



Анализ результативности системы менеджмента качества на предприятии нефтегазодобычи является важным шагом в повышении эффективности предприятия. В данной статье был предложен подход к анализу системы менеджмента качества на основе ключевых показателей эффективности. Результаты анализа позволяют выя-

вить проблемные области и предложить рекомендации по улучшению системы. Данное исследование имеет практическую значимость для предприятий нефтегазодобычи и может быть использовано в их работе по повышению качества продукции и услуг.



Литература:

1. Горячев, В. Г. Оценка результативности системы менеджмента качества. Методы менеджмента качества, 2009, № 12, с. 14
2. Гизитдинова, Г.Р. Методика оценки результативности системы менеджмента качества. Apriori, серия: Естественные и технические науки. — Краснодар: Индивидуальный предприниматель Акелян Нарине Самадовна, 2016, № 3, 13 с.
3. Степанов, А. В. Результативность процессов СМК. Методы менеджмента качества, 2008, № 2
4. Терещенко, Н. В., Яшин Н. С. Модель комплексной оценки результативности СМК, Методы менеджмента качества, 2006, №.4, с. 12
5. Фоксвелл, К. Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в строительстве; пер. с англ. А. Л. Раскина. — М.: РИА «Стандарты и качество», 2001. — 160 с.

Проблемы и перспективы применения МСФО в России

Саргсян Лаура Вагановна, студент магистратуры

Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова (г. Нальчик)

В данной статье отражены основные проблемы, которые связаны с применением международных стандартов финансовой отчетности в России. Также определены перспективы применения МСФО в России.

Ключевые слова: международные стандарты финансовой отчетности, бухгалтерский учет.

В настоящее время международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) являются одним из основных инструментов для оценки финансового состояния компаний в мировом масштабе. В России МСФО также

получили широкое распространение и стали использоваться многими компаниями, особенно теми, которые имеют зарубежных инвесторов или планируют выход на международный рынок.

Одним из главных преимуществ использования МСФО является возможность сравнения финансовых результатов компаний в разных странах, что позволяет инвесторам принимать более обоснованные решения. Кроме того, МСФО обеспечивают более прозрачную и надежную отчетность, что повышает доверие к компаниям со стороны инвесторов и рынка в целом.

Достаточно важной темой для современной российской экономики является проблема ведения существующей системы бухгалтерского учета и составления отчетности в нашей стране в соответствии с международными стандартами и требованиями рыночной экономики. Есть различия между отчетами в РФ и странах Запада. Различия между российскими и международными стандартами влекут за собой следующие основные особенности, являющие частью дальнейшего направления развития финансовой отчетности международных стандартов: приоритет баланса → замена концепции собственности концепцией контроля → отказ от регулирования учета в пользу регулирования отчетности [5, с. 128].

Одним из основных отличий между МСФО и РСБУ является их географическое распространение. МСФО используются в более чем 120 странах мира, в то время как РСБУ применяются только в России. Это означает, что компании, работающие за пределами России, должны использовать МСФО для составления финансовой отчетности.

Еще одним отличием между МСФО и РСБУ является их подход к оценке активов и обязательств. В МСФО используется принцип «справедливой стоимости», который означает, что активы и обязательства оцениваются по рыночной стоимости на дату отчета. В РСБУ используется принцип «исторической стоимости», который означает, что активы и обязательства оцениваются по стоимости приобретения.

Еще одним отличием между МСФО и РСБУ является их подход к расходам. В МСФО расходы относятся к периоду, в котором они были понесены, в то время как в РСБУ расходы относятся к периоду, в котором они были списаны.

Важными элементами сближения с МСФО является принятие следующих законов:

— Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» [1];

— приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н [2] (утверждены новые формы бухгалтерской отчетности);

— приказ Минфина России от 02.02.2011 № 11н [3] (утверждено новое ПБУ «Отчет о движении денежных средств»);

— приказ Постановления Правительства РФ от 25.02.2011 № 107 «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации» [4].

В России МСФО применяются с 1998 года, однако до сих пор существуют определенные проблемы, связанные с их использованием.

Одной из главных проблем применения МСФО в России является отсутствие единой методологии и стандартов для их применения. В настоящее время МСФО применяются в России на добровольной основе, и каждая компания может выбрать свой собственный подход к их использованию. Это может привести к различным интерпретациям и разночтениям в финансовой отчетности, что затрудняет сравнение финансовых результатов различных компаний.

Еще одной проблемой является отсутствие квалифицированных кадров, способных правильно применять МСФО. Для того чтобы использовать международные стандарты финансовой отчетности, необходимо иметь глубокие знания в области бухгалтерского учета. Однако в России не хватает специалистов, которые могут правильно применять МСФО, что может привести к ошибкам в финансовой отчетности.

Также следует отметить, что МСФО не всегда соответствуют российскому законодательству. Например, в России существует определенный порядок оценки запасов, который отличается от того, что предписывают МСФО. Это может привести к тому, что финансовая отчетность компании, составленная в соответствии с МСФО, не будет соответствовать российскому законодательству.

Не стоит забывать и об языковой проблеме. Данная проблема связана с тем фактом, что официальным языком МСФО является английский. Языковой барьер препятствует работе с дополнениями и обновлениями, которые вносят в стандарты. При переходе на систему новых стандартов у компаний, несомненно, возникнут дополнительные расходы, связанные с ведением учета или получением консультационных услуг, а также на обучение сотрудников, заработную плату высококвалифицированных специалистов по МСФО.

Однако, несмотря на эти проблемы, применение МСФО в России имеет свои перспективы. Во-первых, это связано с тем, что мировой рынок становится все более интегрированным, и компании, желающие выходить на международный уровень, должны соответствовать международным стандартам.

Во-вторых, внедрение МСФО может способствовать повышению прозрачности и эффективности финансовой отчетности в России, что в свою очередь может привести к увеличению доверия инвесторов и росту инвестиционной активности.

В-третьих, применение международных стандартов финансовой отчетности может помочь российским компаниям привлечь иностранных инвесторов. Многие иностранные инвесторы предпочитают инвестировать в компании, которые используют МСФО, так как это позволяет им лучше понимать финансовую отчетность компании и сравнивать ее с отчетностью других компаний.

Таким образом, применение МСФО в России имеет свои сложности и препятствия, однако оно также имеет и свои перспективы. Для того чтобы успешно использовать МСФО, необходимо разработать единую методологию и стандарты для их применения, а также обучить

квалифицированных кадров, способных правильно применять МСФО. Если эти проблемы будут решены, то применение международных стандартов финансовой отчетности может стать важным инструментом для улучшения прозрачности финансовой отчетности компаний в России.

Литература:

1. Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.2010 N 208-ФЗ (последняя редакция).
2. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023) (с изм. и доп., вступ. в силу с отчетности за 2020 год).
3. Приказ Минфина РФ от 02.02.2011 N 11н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 29.03.2011 N 20336).
4. Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 N 107 (ред. от 21.06.2022) «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации».
5. Кесян, С. В., Жердева О. В., Назарова К. Д., Бригида Д. А. Международные стандарты финансовой отчетности: проблемы и перспективы внедрения в России//Вестник Академии знаний. 2022. № 49 (2). с. 127-131.

Особенности применения теории ограничения систем на мясоперерабатывающих предприятиях

Соколова Екатерина Сергеевна, студент магистратуры
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

В данной работе рассмотрена теория ограничения систем, разработанная Э. Голдраттом. Выявлены последовательные шаги управления ограничениями, основные сферы применения методологии теории ограничения систем. А также выделены особенности применения теории ограничения систем на мясоперерабатывающих предприятиях.

Ключевые слова: теория ограничения систем, организация производства, мясоперерабатывающие предприятия.

Теория ограничений систем позволяет эффективно и оперативно улучшать результаты деятельности систем (предприятий, организаций), путем выявления ограничений, являющихся «ключом» к управлению системой.

Теория ограничения систем на практике нашла свое применение в управлении производством, управлении проектами (например, строительство масштабных проектов, разработка новой линии продукции и другие), управлении закупками. [1]

Широкое применение методологии отражается в следующих сферах:

1. Транспортная логистика
2. Банковское дело
3. Система здравоохранения
4. Образование, IT-сфера
5. Промышленность (обрабатывающая, химическая, пищевая)

Помимо представленных областей применения, внедрение данной теории в сельскохозяйственном производстве, а также в отрасли пищевой и перерабатывающей

промышленности необходимо для их развития, обеспечения конкурентоспособности производимой продукции и эффективного производства.

На практике внедрение теории ограничений в сельскохозяйственном производстве эффективно в период сезонных сельскохозяйственных работ, связанных с проведением предпосевных операций и посевной и уборочной кампаний, когда возникает большое количество ограничений в процессе осуществления данных работ.

Важный принцип эффективного управления на основе теории ограничений — отказ от традиционного подхода к управлению производственными системами, которые формируются на сбалансированности имеющихся производственных мощностей и приведение пропускной способности каждого элемента системы (рабочего центра) в соответствии со спросом. [2]

На сегодняшний день это популярная методология, которой пользуются во всем мире, поскольку она проста в применении и ее можно использовать для устранения

ограничений любых систем и повышения их эффективности.

Некоторые организации и крупные предприятия используют данную систему в качестве основного управленческого подхода к организации работы целой системы (предприятия, организации) либо отдельными подразделениями (производством, логистикой, поставками), некоторые — как дополнительный инструмент управления.

По мнению Э. Голдратта, все системы (предприятия, организации), несмотря на различия по отраслевым признакам и особенностям рынка, на которых они работают, осуществляют свою деятельность по одинаковым принципам. [3] И главное, если подобрать правильные точки приложения сил и возможностей, то можно значительно улучшить эффективность осуществляемых процессов и производства.

Популярность данная теория имеет до сих пор, хоть и сформирована в начале 1980 годов, поскольку представляет собой простой и практичный подход к управлению и улучшению функционирования системы на основе ее ограничений (препятствий на пути к высшим целям, «слабым» звеньям системы).

Практика применения предприятиями, которые внедряют данную теорию, показывает увеличение прибыли, сокращение сроков вывода на рынок новых видов товаров и услуг, сокращение производственных циклов, улучшение финансового состояния, достижение желаемых экономических показателей деятельности.

Для достижения таких результатов необходимо придерживаться пяти последовательным шагам, сформулированных Э. Голдраттом для выявления и управления ограничениями [1]:

1) Найти ограничения системы (в мясоперерабатывающей отрасли это могут быть ограничения мощности, физические ограничения, например, слишком большой поток производства, поступающий в определенный цех, который не может обработать такой объем изделий).

2) Ослабить влияние ограничения системы.

3) Сосредоточиться на ограничении системы.

4) Расширить (снять) ограничение.

5) Повторить цикл заново в поисках нового ограничения.

Сложность состоит в том, чтобы верно определить ограничения системы, поскольку таковыми могут быть как конкретное оборудование (его низкая производительность), так и процедуры управления, например производственного планирования, в случае нехватки рабочих единиц на производстве.

Деятельность предприятий мясоперерабатывающей отрасли зависит в большей степени от процесса производства, при этом все процессы от стадии создания мясных изделий до реализации и сбыта имеют различные особенности и целевое назначение, в каждой из которых могут появляться ограничения, влияющие на весь производственный процесс, то есть на всю систему в целом.

В каждом из этих процессов существуют «слабые места», производительность которых ограничивает производительность всего производства в целом. На них необходимо концентрироваться для достижения максимальной производительности и повышения эффективности деятельности предприятия.

Обычно большинство предприятий мясоперерабатывающей отрасли делают акцент в своей деятельности на максимальной загрузке всех рабочих центров, что, в конечном итоге, приводит к накоплению высоких объемов запасов полуфабрикатов, которые не успевают обрабатываться на производстве.

Все это приводит к возрастанию потенциального риска порчи, потери надобности в накопленных запасах полуфабрикатов, что является прямой потерей выручки предприятия и сказывается на финансовых показателях деятельности.

Также традиционно предприятия мясоперерабатывающей отрасли пытаются увеличить объемы обрабатываемых партий полуфабрикатов, но могут возникнуть физические ограничения, когда с большим объемом справиться невозможно. [2]

В таких ситуациях, теория ограничения систем предполагает иные способы работы — не накапливать запасы полуфабрикатов на производстве, а обеспечить максимально быстрое прохождение мясной продукции через все стадии производственного процесса, в том числе — путем уменьшения партий обработки.

Такой подход дает возможность достигнуть меньшего времени производства от исходных материалов до конечной продукции. Запасы полуфабрикатов при этом не накапливаются в большом количестве, что уменьшает риски их скопления на складах и дает возможность быстро их выпускать в реализацию.

Предложенный Э. Голдраттом метод «Барабан-буфер-веревка», который служит одним из методов синхронизации процессов производства и ограничения при снижении материально — производственных запасов и незавершенного производства товаров, является наиболее подходящим в данном случае.

Для решения основных задач предприятий мясоперерабатывающей отрасли необходимо решение двух основных задач — не допускать простоев и необходимо сокращение временных издержек в производственных процессах.

С помощью методики «Барабан-буфер-веревка» можно:

1) Выделить рабочие центры (процессы), являющиеся «слабыми звеньями» или ограничениями, в данном методе они называются «барабанами».

2) Сформировать наиболее эффективную загрузку барабанов. Чтобы это осуществить, необходимо составить детальное расписание обработки разных изделий на ключевых рабочих центрах. Простой важных рабочих центров (производственных процессов) при этом необходимо исключить или свести к минимуму. Расписание стоит соста-

вить так, чтобы сократить время переналадок процессов, если они необходимы между обработкой разных мясных изделий.

3) Подчинить выполнение работы на прочих рабочих центрах работе барабана.

Запуск производства мясного изделия должен планироваться так, чтобы оно успело по времени поступить на барабан не позже запланированного времени начала обработки на барабане, то есть время запуска производства мясных изделий зависит от времени их прохождения через «барабан». В методе «Барабан-буфер-веревка» «барабан» дергает за «веревку», чтобы производство мясного изделия началось на первом рабочем центре.

Перед барабаном нужно в строгом порядке придерживаться очередности выполняемых работ, ведь проставление «барабана» ведет к полной или частичной остановке всего производственного процесса мясных изделий.

Для обеспечения такого рода очереди работ перед «барабаном» используются следующие инструменты данного метода:

— «Буфер», формирующий запас времени на завершение процессов, предшествующих «барабану»;

— «Веревка», которая связывает, как обычная веревка, ритм работы «барабана» с темпом отпуска сырья и материалов в производство, при этом ее задача состоит в ограничении скопления полуфабрикатов в цепочке, не допуская выдачу сырья и материалов в процесс раньше установленного времени. [1]

Данная модель эффективно внедряется на производстве, где существуют несколько связанных между собой процессов для получения готовой продукции. На примере

мясоперерабатывающей отрасли — от разделки и переработки мяса до выпуска готовой продукции (колбасно-кулинарных изделий, мясных полуфабрикатов).

Постепенное устранение «слабых» мест производства позволит за короткие сроки увеличить производительность всей системы в целом.

Практика применения теории ограничений на российских предприятиях показывает, что большинство ограничений устраняются в период от одного до шести месяцев с начала внедрения данной методологии.

Для устранения выявленных ограничений, как правило, не требуется большого объема средств, поскольку во многих случаях «слабые» места устраняет совершенствование производственного планирования с использованием оптимизированных производственных технологий.

Нередко главным ограничением системы, блокирующим путь к эффективной осуществляемой деятельности производственных систем, является использование традиционных подходов к управлению или применение усилий ко всем проблемным местам системы одновременно для их минимизации или полного устранения. Метод, основанный на теории ограничений, может быть применен в любой организации, не только в производстве, но в том числе, в непромышленной сфере.

Таким образом, основной принцип применения теории ограничения систем на практике состоит в оптимизации осуществляемых процессов и улучшении эффективности деятельности путем сосредоточения на критических проблемах и «слабых местах» деятельности, а не охвате всех процессов системы в целом.

Литература:

1. Детмер, У. Теория ограничений Голдратта. Системный подход к непрерывному совершенствованию/У. Детмер. — М: ООО «Альпина Паблишер», — 2018, — 157 с.
2. Егоров, Д.А. Управление запасами в цепях поставок. Как обеспечить наличие и не морозить деньги на складах?/Д. А. Егоров, А. А. Тоноян. — 2-е изд. исправленное и дополненное — 2022, — 320 с.
3. Основные концепции теории ограничений [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studentopedia.ru/menedzhment/osnovnie-konceptcii-teorii-ogranichenij—obshaya-harakteristika-teorii-ogranichenij—teoriya.html>
4. Шкарупета, Е. В. Практические аспекты применения методов бережливого производства в рамках концепции теории ограничений // Воронежский государственный технический университет, 2018, — 4 с.

К вопросу об эволюции принципов налоговой системы РФ

Тарасова Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;
 Меркулов Никита Александрович, студент;
 Швецов Артем Олегович, студент
 Самарский государственный технический университет

В статье сделана попытка отразить взаимосвязь между принципами налоговой системы и эффективностью ее работы.

Ключевые слова: налоговая система, принципы налоговой системы.

В налогах воплощено все экономически выраженное существование государства.
 К. Маркс

В любой стране налоги являются основным источником ее доходов, обеспечивая бюджет государства, как неотъемлемый атрибут и финансовую основу его суверенитета. Кроме фискальной функции налоги также обеспечивают экономическое воздействие государства на структуру и направления социально-экономического развития. Поэтому эффективное функционирование налоговой системы, как механизма по налогам, крайне важно. Этим и обусловлена актуальность темы исследования.

Налоговая система наравне с налоговым законодательством РФ была основана в период реформенных преобразований экономики страны в декабре 1991 года.

По поводу дефиниции «налоговая система» нет однозначного толкования. Поэтому было принято решение сделать обзор ряда действующих определений.

Абашев А.О. определяет налоговую систему как «совокупность налогов, взимаемых с налогоплательщиков на территории государства в соответствии с его налоговым законодательством, и фискальных органов, которые контролируют правильность исчисления, полноту и своевременность их уплаты в бюджет налогоплательщиками» [1, с. 4].

Близкое по содержанию толкование налоговой системы как «совокупность всех налогов и сборов, методы и принципы их построения, способы исчисления и взимания, налоговый контроль, устанавливаемые в законодательном порядке» приведено в работе авт. Шадуrowsкой М. М., Смородина Т. В., Бакуновой Т. В. и др. [5, с. 58]

Следует согласиться с пояснениями Майбурова И. А. [6, с. 53] и Агабекяна О. В. [2, с. 9], которые в своих работах характеризуют налоговую систему как целостное единство взаимосвязанных элементов, включающих систему налогов и сборов, систему законодательства о налогах и сборах, плательщиков налогов и сборов и систему налогового администрирования.

Логичным продолжением в пояснении искомого феномена можно принять выражение Давлетшина Т. Г. [3], что налоговая система — это система общественных отношений, складывающихся в процессе установления, исчисления, взимания и уплаты налогов и сборов, и определение авт. Ивановой А. А. и Журавлевой И. А. о том, что «налоговая система государства — один из векторов управления в структуре экономической системы страны» [4].

Таким образом, следует принимать налоговую систему как основополагающую систему страны по обеспечению государства финансовыми ресурсами в единстве взаимосвязанных элементов — налогов и сборов, плательщиков, администрирования и системы законодательства.

Налоговая система, как любая другая система в своей деятельности, руководствуется рядом принципов. Обращение к истории позволяет понять, как развивались регулятивные функционирования налоговой системы.

Адам Смит, шотландский ученый и экономист, в 1776 г. одним из первых сформулировал принципы построения налоговой системы в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» [10], выразив их в составе 4-х принципов, таблица 1.

Таблица 1. Принципы построения налоговой системы по А. Смиту

Принцип	Содержание принципа
Соразмерности	подданные государства должны участвовать в покрытии расходов правительства, каждый по возможности, т. е. соразмерно доходу, которым он пользуется под охраной правительства
Определенности	размер и сроки уплаты налогов должны быть точно определены ещё до начала налогового периода
Удобства	время и способ взимания налогов должны быть удобными для налогоплательщика
Экономии	налоги должны быть задуманы и разработаны так, чтобы они брали из кармана народа как можно меньше сверх того, что они приносят казначейству страны

Эти принципы впоследствии стали основой налоговой и финансовой политики.

Немецкий экономист Адольф Вагнер, работая в данном направлении, в конце XIX века несколько расширил со-

став принципов и предложил 4 группы принципов, состоящие из 9-ти правил [7, с. 59], таблица 2.

Таблица 2. Состав принципов налоговой системы по А. Вагнеру

Группа принципов	Содержание (правила)
Финансовые	достаточность налогообложения, т. е. налоговых поступлений должно быть достаточно для покрытия государственных расходов; эластичность, или подвижность, налогообложения, т. е. государство должно иметь возможность вводить новые и отменять действующие налоги, а также варьировать налоговые ставки
Экономико-хозяйственные	надлежащий выбор объекта налогообложения, т. е. государство должно иметь возможность устанавливать объект налогообложения; разумность построения системы налогов, считающейся с последствиями и условиями их предложения
Этические	всеобщность налогообложения; равномерность налогообложения
Налогового администрирования	определенность налогообложения; удобство уплаты налогов; максимальное уменьшение издержек взимания

Русский экономист Николай Иванович Тургенев, один из первых основателей российской теории налогов,

в 1818 году в своей работе «Опыт теории налогов» предложил 5 принципов (правил) налоговой системы, таблица 3.

Таблица 3. Принципы (правила) налоговой системы по Н. И. Тургеневу

Принцип	Содержание принципа
Равное распределение налогов	налоги должны быть распределены между всеми гражданами в одинаковой соразмерности: «Пожертвования каждого на пользу общую должны соответствовать силам его, то есть доходу. От неравного распределения податей между гражданами рождается ненависть одного класса к другому, от чего происходит и ненависть к самому правительству»
Определенность налогов	количество налога, время и образ платежа должны быть определены, известны платящему и независимы от власти собирателей
Собирание налогов в удобное время	«подать с поземного дохода или с дохода от домов, требуемая в то время, когда сии доходы обыкновенно получают, есть подать, требуемая в самое удобное время для платящего. Все преимущество податей с потребления состоит в том, что каждый платит их тогда, когда ему заблагорассудится»
Дешевое собирание налогов	количество жертвований, делаемых народом, должно равняться доходу, получаемому от того правительством
Общее правило при взимании налогов	налог должен всегда быть взимаем с дохода и притом с чистого дохода, а не с самого капитала, дабы источники доходов государственных не истощались

Следует отметить, что на современном этапе принципы налоговой системы Российской Федерации законодательно не сформулированы. Однако в статье 3 Налогового Кодекса РФ определены основные начала законодательства о налогах и сборах, которые можно принять в качестве действующих принципов налоговой системы государства [8].

Таким образом, система принципов, сформированная исторически, сочетает в себе интересы, как государства, так и налогоплательщиков.

Вместе с тем, задачи государства трансформируются, цифровая экономика все больше проникает во все сферы жизнедеятельности общества, налоговая система в изменяющихся условиях должна оставаться действенной, т. е., с одной стороны, обеспечивать государство необходимыми финансовыми средствами, и с другой, не снижать стимулы налогоплательщиков в реализации своих прав и обязанностей, в том числе в поиске более эффективных практик ведения бизнеса.

Рассмотрение эволюции принципов позволяет сформулировать актуальные принципы налоговой системы Российской Федерации:

- принцип законности;
- принцип всеобщности;
- принцип определенности;
- принцип справедливости;
- принцип гибкости и эластичности;
- принцип экономического приоритета;

- принцип единства;
- принцип информационной безопасности.

Эффективность функционирования налоговой системы заключается в адаптации ее к экономическому положению страны, в благоприятном воздействии на экономическое развитие страны. В качестве наиболее важного показателя принято рассматривать коэффициент собираемости налогов (табл. 4).

Таблица 4. Коэффициент собираемости налогов за период 2017-2022 гг.

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (11 мес.)
Коэффициент собираемости налогов, %	103	103	104	115	111	104

Источник: рассчитано на основе [9]

Приведенные значения показывают, что налоговая система за анализируемый период обеспечивала полноту поступлений налогов и сборов в бюджетную систему. При этом наблюдается ухудшение показателя в динамике, обусловленное повышением точности прогнозирования и влиянием внешних экономических и политических факторов.

Обобщая изложенное, можно сделать следующие заключения:

- во-первых, налоговая система государства является вектором управления экономической системы страны;
- во-вторых, эффективность налоговой системы страны обеспечивается соблюдением ее принципов;
- в-третьих, содержательная целостность принципов налоговой системы способствует реализации ее функций, тем самым обеспечивая финансовую основу государства.

Литература:

1. Абашев, А. О. Налоги и налогообложение в России: федеральные налоги и сборы: учеб. пособие / А. О. Абашев. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2017. — 92 с.
2. Агабекян, О. В. Налоговая система Российской Федерации: учебное пособие для вузов / О. В. Агабекян. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 293 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14778-0. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://www.urait.ru/bcode/520293> (дата обращения: 17.04.2023).
3. Давлетшин, Т. Г. Реформирование налоговой системы России: проблемы и решения // Международный бухгалтерский учёт. 2019. - Т. 22, № 5. - с. 579-600.
4. Иванова, А. А., Журавлева И. А. Классический и современный взгляд на развитие налоговой системы // Аспирант. 2018. - № 5 (42). - с. 35-40.
5. Налоги и налогообложение [Текст]: учебник / [М. М. Шадурская, Е. А. Смородина, Т. В. Бакунова и др.]; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — 2-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2019. - 216 с.
6. Налоги и налогообложение [Текст]: учебник / И. А. Майбуров [и др.]. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. - 496 с.
7. Налоги и налоговая система Российской Федерации: учебник для вузов / Л. И. Гончаренко [и др.]; ответственный редактор Л. И. Гончаренко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 489 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15999-8. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/523608> (дата обращения: 06.05.2023)
8. Налоговый кодекс РФ. [Электронный ресурс]. - URL: <http://nalog.garant.ru/fns/nk/>
9. Отчет по форме № 1-НМ. [Электронный ресурс]. - URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/11912732/
10. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.: Эксмо, 2017. - 1056 с. [Электронный ресурс]. - URL: https://fictionbook.ru/author/adam_smit/issledovanie_o_prirode_i_prichinah_bogat_p_n_klyukin/read_online.html

Характеристика заемных источников финансирования российских корпораций

Фурсикова Анастасия Константиновна, студент
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В современных условиях развития отношений экономического характера осуществление привлечения и управления заемными источниками, и в особенности процессом выбора источников финансирования, которые непосредственно образуют структуру капитала корпорации, все больше приобретает актуальность. Обозначенная актуальность в первую очередь может быть обусловлена оказываемым влиянием управления капиталом заемного характера на финансовое состояние корпорации посредством характерного изменения финансового результата организации, выступающей в роли заемщика, в результате осуществления привлечения заемного капитала.

Ключевые слова: источники финансирования, структура капитала, коммерческий кредит, финансовая деятельность.

Предприятия, которые привлекают заемный капитал, могут позволить себе расширить объем хозяйственной деятельности, разумно использовать собственные финансовые источники, ускорять формирование различных целевых финансовых фондов, и в конечном счете — повышать рыночную стоимость своего предприятия. Для эффективного управления необходимо определить источники формирования заемного капитала, сбалансировать его внутри баланса, а также понимать, где этот источник будет более эффективен в использовании.

В свою очередь заемный капитал представляется источником средств, получаемых корпорацией (иным хозяйствующим субъектом) как в натуральной, так и в денежной форме из различных источников, то есть других организаций, государства, физических лиц. При этом должны соблюдаться условия платности и возвратности, посредством заключения добровольного соглашения

со стороны всех сторон с целью извлечения выгоды экономического характера благодаря производительному использованию заемных источников финансирования.

Эффективная деятельность финансового характера практически невозможна без обоснованного привлечения капитала заемного характера. В первую очередь это может быть обосновано тем фактом, что в отличие от собственного капитала, средства заемного капитала дают корпорации возможность значительно расширить существующий объем основной экономической деятельности, применять основные направления для более рентабельного применения собственного капитала, нарастить темпы формирования значимых финансовых фондов и таким образом повысить значения ликвидности и итоговой стоимости корпорации [2, с. 121-122].

Классифицировать заемный капитал можно по широкому перечню признаков, что отражено в табл. 1.

Таблица 1. Классификация заемных средств предприятия [4, с. 5-6]

Признак	Виды заемных средств
Цель привлечения капитала	— привлекаемые с целью обеспечения воспроизводства активов внеоборотного характера; — привлекаемые с целью обеспечения воспроизводства активов оборотного характера;
Источники привлечения	— привлекаемые из внешних источников; — привлекаемые из внутренних источников
Период привлечения	— привлекаемые на долгосрочный период; — привлекаемые на среднесрочный период; — привлекаемые на краткосрочный период
Форма привлечения	— средства, привлекаемые в денежной форме; — средства, привлекаемые в форме оборудования; — средства, привлекаемые в товарной форме

Достаточно эффективное привлечение заемного характера в оборот во многом содействует улучшению общего состояния корпорации на определенный срок, но при условии, что средства, привлекаемые корпорацией, находятся в постоянном движении, не подвергаются за-

мораживанию в обороте на длительное время и возвращаются в соответствии с условиями заключенного договора, то есть своевременно. Также важное значение имеет период привлечения средств корпорации. Например, если средства корпорации формируются в большей степени

посредством привлечения обязательств краткосрочной формы, то устойчивость ее положения может быть поставлена под сомнение. Это может быть обосновано тем, что краткосрочные средства требуют от менеджеров постоянной работы в части контроля за их своевременным возвратом.

Осуществление процесса привлечения средств заемного характера представляется в виде процедуры це-

ленаправленного характера в части их формирования из разнообразных источников в неразрывной связи с потребностями корпорации в капитале заемной формы на различных этапах ее постоянного развития. Способы процесса привлечения заемного капитала во многом связаны с политикой управления капиталом и представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные способы привлечения заемного капитала

Банковский кредит представляется в виде предоставления кредитно-финансовыми структурами в ссуду денежных средств, что предполагает дальнейшее взимание установленного банковского или ссудного процента.

В большинстве случаев корпорациями используется банковское кредитование, вследствие того что при получении кредита предприятие не обязано обеспечивать публичное раскрытие информации о деятельности предприятия. Кроме того, при таком формате кредитования существуют некоторые упрощения в части требований к документам, выступающим в качестве заявок на кредит, при этом с достаточно короткими сроками процедуры рассмотрения заявок на выдачу средств кредитования, с облегченными способами обеспечения кредитов и т. д.

Помимо банковского кредита в обороте корпораций нередко используются средства других кредиторов. Коммерческий кредит представляет собой вид финансово-хозяйственных отношений в форме предоставления покупателю товара кредита с установленными условиями договора отсрочкой. Такого рода кредитование выступает в качестве одного из основных способов финансирования краткосрочного характера. Форматы предоставления коммерческого кредита представлены в виде открытого счета, векселей и т. д. [3, с. 3].

Основные отличия коммерческого кредита от банковского заключаются в следующем:

- в лице кредитора выступают юридические лица, напрямую или косвенно связанные с хозяйственной деятельностью корпорации-заемщика, а не специализированные финансово-кредитные организации;
- товарная форма предоставления;
- средняя стоимость несколько ниже средней ставки, установленной в качестве банковского процента.

Лизинг и эмиссионное финансирование также являются достаточно распространенными способами привлечения заемного капитала, но используются корпорациями реже, чем кредитование со стороны банков. Во многом данная тенденция обуславливается тем, что руководи-

тели компаний корпораций не желают обеспечивать раскрытие финансовой информации, а также вносить изменения в структуру финансовой политики. Кроме того, посредством применения лизинга корпорация имеет возможность достаточно быстро реагировать на изменения, происходящие в конъюнктуре и таким образом обновлять значимые фонды и избегать устаревания используемого оборудования. В соответствии со ст. 665 ГК РФ лизинг является операцией, характеризующейся приобретением в собственность имущества, указанного лизингополучателем, с дальнейшим предоставлением его во владение и пользование на временной основе за установленную договором плату для последующего применения в предпринимательских целях [1].

В свою очередь, облигационный заем — это форма долгосрочного займа, выдаваемого заемщиком. Облигация является ценной бумагой эмиссионной формы, закрепляющей в отношении ее владельца право на получение от эмитента имущественного эквивалента.

Еще одним способом привлечения заемных источников финансирования корпорации выступает факторинг. Он представляется как разновидность кредитования краткосрочного характера и включает в себя предоставление в пользу продавца кредита, а также его освобождение от ряда рисков по осуществляемым операциям. В процессе осуществления операций факторного типа происходит переход дебиторской задолженности в форму денежных средств, что позволяет сразу начать ее использование для осуществления текущей деятельности. Данный формат операций способствует наращению темпов оборота капитала корпорации, и соответствующему снижению издержек на его обращение.

Таким образом, финансирование корпораций включает в себя целый ряд разнообразных методов финансового обеспечения производства. Как правило под ним обычно понимается многоступенчатый сложный процесс образования капитала корпорации во всем многообразии его форм. Обоснованное привлечение средств

заемного характера позволяет корпорации наращивать темпы оборачиваемости оборотных средств, повышать объемы совершаемых операций хозяйствования, снижать объемы в части незавершенного производства. Рассмотренная ранее классификация заемного капитала является базой для управления капиталом такого рода и его анализа.

Для комплексной оценки эффективности использования заемных средств одной из ключевых задач анализа выступает оценка его последующего размещения в активах корпорации, что также оказывает прямое влияние на экономическое состояние организации. Применение рассмотренной классификации позволит значительно повысить эффективность привлечения заемного капи-

тала корпорации. Дальнейшая выработка наиболее правильной финансовой стратегии в исследуемом вопросе поспособствует повышению эффективности деятельности российских корпораций.

Таким образом, заемным источникам финансирования следует уделять большое внимание. Качественное повышение контроля в части анализа наиболее рациональной структуры, размера и динамики заемных средств позволит достичь высокой эффективности деятельности корпорации. Принятие во внимание факторов, характерных черт основных заемных источников финансирования корпораций создает дополнительные возможности для комплексной оценки и формирования политики управления капиталом.

Литература:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.04.2023).
2. Берзон, Н. И. Корпоративные финансы: учебное пособие для вузов/под общей редакцией Н. И. Берзона. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — с. 121-125.
3. Никифорова, Н. А. Анализ оптимизации источников финансирования и инвестиционная привлекательность компании. // Никифорова Н. А. // Финансовый менеджмент. — 2020. — № 3. — с. 2-4.
4. Станкевич, А. С. Обзор вариантов долгосрочного финансирования предприятий // Финансы и кредит. 2006. № 6 (210). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-variantov-dolgosrochnogo-finansirovaniya-predpriyatij> (дата обращения: 09.06.2023).

Ключевые финансовые показатели в стратегии устойчивого роста корпорации

Фурсикова Анастасия Константиновна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Роль аспектов устойчивости в процессе создания стоимости в последние два десятилетия вызвала значительный интерес в научном академическом мире. Повестка дня на период до 2030 года, в которой зафиксированы устойчивые цели по защите нашей планеты, подчеркнула фундаментальную роль вопросов устойчивого развития. В этом контексте компании по всему миру должны интегрировать свои стратегии с экологическими, социальными и экономическими аспектами. Однако аспекты устойчивого развития часто не связаны со стратегиями компаний, и становится все труднее измерять устойчивое развитие путем принятия соответствующего набора ключевых показателей эффективности.

Ключевые слова: развитие корпораций, энергетическая подсистема, управление проектами.

Растущая стратегическая важность вопросов, связанных с устойчивостью и связанными с ней показателями эффективности, стимулировала интерес к взаимосвязи между измерениями устойчивости и системы управления производительностью. Многие организации начали внедрять системы устойчивого управления; однако они редко адекватно интегрируются в стратегию компаний. Следовательно, экологические и социальные аспекты часто не связаны с финансовыми показателями, в результате чего вклад, вносимый этим экономическим успехом, остается неясным. Решающая роль компаний в достижении устойчивости подчеркивалась и обсу-

далась как на стратегическом, так и на операционном уровнях.

В этом контексте одной из наиболее актуальных стратегических систем, получившей огромное внимание исследователей и практиков, является SBSC. Этот инструмент направлен на интеграцию всех бизнес-уровней внутри компании, переводя стратегии в цели и конкретные ключевые показатели эффективности. На самом деле SBSC часто ассоциируется с устойчивостью в попытке интегрировать ее с организационной эффективностью. В литературе несколько исследователей использовали SBSC в различных областях для улучшения

стратегии компании. С этой целью данный инструмент можно считать очень полезным для учета различных аспектов реализации стратегии и, следовательно, может быть эффективной системой продвижения культуры устойчивого развития в бизнесе. Некоторые авторы подчеркивают, как SBSC может быть структурирован для того, чтобы повлиять на эффективность работы компании, при этом особое внимание уделяется набору ключевых показателей эффективности для выбора. Эта литература в значительной степени способствовала и продолжает способствовать осvětению роли SBSC в интеграции стратегии с корпоративной социальной ответственностью.

Особое внимание необходимо уделить выбору соответствующих ключевых показателей эффективности, что является одним из наиболее проблемных вопросов при внедрении эффективной системы устойчивого развития.

Окружающая среда является ядром измерения устойчивости и представляет собой способность обеспечивать воспроизводимость природных ресурсов и сохранять фундаментальные функции окружающей среды с течением времени; следовательно, она охватывает фундаментальную роль природных ресурсов и их использование, а также сокращение невозобновляемых ресурсов и материальную деградацию природы и природных процессов. Для того чтобы реализовать новую перспективу устойчивого развития, сначала необходимо определить экологические цели для достижения в соответствии с зафиксированными устойчивыми целями.

Стратегические цели являются основополагающими, поскольку они позволяют нам определять стратегии и создавать ориентиры для всего бизнес-процесса. По этой причине Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) предоставляет перечень показателей, которые не являются ни окончательными, ни всеобъемлющими. ОЭСР всегда была на переднем крае в области экологических показателей, и в 1990-е годы это понятие все больше привлекало внимание общественности, став ключевым вопросом среди стран ОЭСР, которые тогда широко использовали показатели для решения проблем загрязнения, а также природных ресурсов и активов. Более конкретно, в первой группе можно распознать изменение климата путем измерения выбросов CO₂ и газов, озонового слоя, связанного с индексами кажущегося потребления озоноразрушающих веществ (ОРВ), качества воздуха, образования отходов, связанных с опасениями по поводу их интенсивности, и качества пресной воды. Вторая группа включает такие показатели, как ресурсы пресной воды для потребления и отходов, изменение климата, рыбные ресурсы, энергетические ресурсы и биоразнообразии для исследований угрожаемых видов.

Кроме того, Индекс качества окружающей среды, разработанный Агентством по охране окружающей среды Соединенных Штатов, учитывает семь компонентов окружающей среды: воздух, земля, вода, жизненная среда, гео-

логическая среда, природа и лес. Для каждого компонента был определен простой индекс со значением от 0 до 1, чтобы различать наилучшие и наихудшие возможные ситуации. Сумма, равная 100, последовательно определяет относительную важность каждого компонента.

Одной из важнейших целей, которую необходимо достичь, является унификация энергетики и климата, что обеспечит безопасную, экономически доступную и благоприятную для климата энергию. Борьба с изменением климата, по сути, также является стимулом для занятости и роста. В литературе были определены различные наборы ключевых показателей эффективности.

Второе измерение устойчивости, анализируемое здесь, представляет собой способность обеспечивать благосостояние граждан при равном распределении между различными классами. В этом измерении заинтересованные стороны играют центральную роль. В частности, ориентированная стратегия имеет явную цель включения организационных и социальных целей в систему принятия решений индивидами.

Исследователи обсуждали фундаментальную роль социальных показателей, которые касаются ценности социальной эффективности [1].

Особенно актуальными являются аспекты, рассмотренные на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию в Йоханнесбурге (2002 год), через 10 лет после конференции в Рио-де-Жанейро. В ней впервые была выдвинута идея о том, что экономический рост не является синонимом развития, но имеет основополагающее значение для проведения различия между ростом и развитием. Фактически на саммите было обращено внимание на то, что развитие должно рассматриваться как приоритетное направление экономического роста.

Таким образом, были установлены три основных столпа: социальная связь наверху, экономическая связь и экологическая связь. В данном случае под экономикой понимается способность создавать устойчивый рост основных экономических показателей, генерировать доходы и занятость, поддерживать численность населения, усиливая территориальную уникальность и эффективно используя ресурсы [4].

Существует тесная связь между этими стандартами и показателями устойчивого развития. С этой целью перспектива устойчивого развития должна включать все сертификаты, гарантирующие качество и соблюдение аспектов устойчивого развития. Кроме того, это позволяет компании иметь хорошую репутацию, улучшая отношения с клиентами и удерживая их. Поскольку сертификация проводится компетентными внешними организациями, гарантируется, что информация об используемых системах менеджмента является достоверной и беспристрастной.

В статье под системой устойчивого роста понимается комплекс финансовой (F), социальной (S), экологической (Env) и энергетической (E) подсистем. Все подсистемы вносят свой вклад в устойчивость компании.

По данным исследования Ч. Холла и Д. Мерфи, именно энергетические показатели придают устойчивость системе устойчивого роста в целом. В настоящее время очень важно повысить энергоэффективность, энергетическую устойчивость российских газовых компаний. Бывший Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун выступил с глобальной инициативой по достижению устойчивого развития энергетики для всех к 2030 году. Одной из целей этих усилий является удвоение глобальных темпов повышения энергоэффективности [5].

Кроме того, Государственная программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности до 2020 года» была принята Минэнерго России в декабре 2010 года и начала действовать в 2011 году. Программа направлена на снижение энергоемкости ВВП к 2020 году на 40% по сравнению с 2007 годом; 26,5% этого снижения должно быть достигнуто за счет структурных сдвигов в экономике и 13,5%-за счет новых мер эффективности, таких как государственно-частное партнерство, кредитные гарантии для проектов энергоэффективности и новые стандарты. В ноябре 2009 года был принят Федеральный закон «Об энергосбережении и повышении энергетической эффективности», призванный создать правовую и экономическую базу для повышения энергоэффективности. Основными целями настоящего закона являются повышение доступности услуг топливно-энергетического комплекса для населения, повышение конкурентоспособности топливно-энергетического комплекса России и дальнейшая интеграция российской энергетической отрасли в мировую энергетическую систему, обеспечение деятельности в области экологической безопасности и внедрение наилучших доступных технологий [3].

Таким образом, в ходе исследования также анализируется влияние рентабельности энергетических инвестиций (EROI) на устойчивый рост корпораций. Концепция EROI берет свое начало в анализе экологических и минералогических ресурсов и представляет собой отношение затраченной энергии к энергии, полученной в процессе производства.

Низкий уровень показателя означает, что более низкий коэффициент чистой энергии обеспечивает социально-экономическая система, определяющая вне энергетического анализа [3].

Экологическая подсистема (Env). Для экологической подсистемы используются следующие показатели:

- Рентабельность экологических затрат (ROEenv),
- Экологический рейтинг (ER),
- Экологический след
- Биоемкость, введенные Всемирным фондом дикой природы (WWF).

Социальная подсистема. Для социальной подсистемы используются следующие показатели:

- Рентабельность труда
- Доход на одного работника
- Рентабельность социальных инвестиций.

Финансовая подсистема. Для финансовой подсистемы используются следующие показатели:

- спрос на финансовые ресурсы соответствует «размеру бизнеса», который выражается в стоимости компании (WACC) и коэффициенте долга (DER)
- финансовое состояние оценивается с помощью EBIT (Прибыль до вычета процентов и налогов)
- RG (Рост выручки)
- NRG (Рост чистой прибыли)
- NAG (Рост чистых активов)
- FL (Финансовый рычаг)
- CR (Текущий коэффициент)

Финансовая эффективность оценивается с помощью показателей оборачиваемости капитала, рентабельности продаж, основных средств, собственного капитала и активов. Устойчивость финансового роста оценивается по устойчивому темпу роста Хиггинса [3]. Финансовые подсистемы имеют широкий набор показателей из-за противоречивых мнений исследователей относительно коэффициентов устойчивого роста.

Энергетическая подсистема. Для энергетической подсистемы применяются следующие показатели:

- PRP (Production-Reserve Ratio)
- LEI (Lambert Energy Index)
- ES (energy savings).

Эти энергетические показатели показывают важность защиты природной среды в рамках концепции устойчивого роста. Подсистемы устойчивого роста взаимно взаимосвязаны. Финансы являются основой вышеуказанной системы в реальном мире, а также энергетические компоненты обеспечивают энергетические возможности для развития системы. Энергетическая подсистема отражает преобразование энергии всей системы. Посредством функционирования социальной составляющей обеспечивается рациональное использование разнообразных ресурсов. Регулирование энергетической подсистемы осуществляется под непосредственным влиянием таких подсистем, как социальная и финансовая. Устойчивый рост в данном исследовании представлен экономическими, энергетическими и социальными процессами, отражаемыми наборами показателей: финансовыми (F), социальными (S), экологическими (Env) и энергетическими (E). Каждый блок индексов выполняет определенную функцию в поддержании устойчивого роста компании. К частям экосистемы относятся природные ресурсы и агенты их использования: материальное производство, энергетика и окружающая человека среда.

В ходе исследования анализируется теснота взаимосвязи показателей подсистем, определяемых различными коэффициентами [6]. Предлагается применять системный индекс, который включает в себя ряд индексов подсистем. Вычисление индивидуального индекса производится для каждого отдельного периода и каждой подсистемы и в дальнейшем преобразуется в диапазоне от 0 до 1:

$$X_{index} = \frac{X - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}.$$

Нормирование от 0 до 1 осуществляется в целях гарантирования того, что все переменные имеют одинаковый вес. Индекс системы устойчивого роста (SGSI) рассматривается как среднее геометрическое рассматриваемых индексов всех подсистем:

$$SGSI = \sqrt[4]{FI \cdot EI \cdot SocI \cdot EnvI}.$$

В случае, если $SGSI < 0,2$, то это говорит о низкой взаимосвязи системы. Если $0,2 < SGSI < 0,5$ — взаимосвязь является слабой. Если $SGSI$ больше 0,5, но меньше 0,7, то связь нормальная. Если $SGSI$ больше 0,7, то система хорошо подключена.

Функционирование любой системы устойчивого развития, независимо от ее характеристик, может быть измерено и проанализировано эффективностью. Система устойчивого роста компании связана с деятельностью четырех подсистем (экологической, энергетической, социальной и финансовой). Результатом является создание индекса новой устойчивой системы (SGSI). Взаимодействие показателей этих подсистем можно измерить с помощью концепции эффективности. В этом смысле SGSI/SGR адекватно отражают результаты материальных, экономических, экологических, энергетических и финансовых процессов предприятия.

Литература:

1. Мартинес-Пералес, С.; Ортис-Маркос, И.; Хуан Руис, Дж.; Лазаро, Ф. Использование сертификации как инструмента развития Устойчивость в управлении проектами. Устойчивость. 2018, 10, 1408, doi:10.3390/su10051408.
2. Европейский Союз. Устойчивая биоэкономика для Европы: Укрепление связи между экономикой, обществом и окружающей средой; Генеральный директорат по исследованиям и инновациям: Брюссель, Бельгия, 2018.
3. Elkington, J. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business; Capstone: Oxford, Uk, 1997; p. 402. ISBN 1-900961-27-X.
4. Адамс, У.М. Будущее устойчивого развития: Переосмысление окружающей среды и развития в XXI веке; Доклад МСОП: Цюрих, Швейцария, 2006.
5. Ван ден Бринк, Дж.; Сильвиус, Г.; Келер, А. Влияние устойчивости на ТЧ. В Анонимном; University Publishing: Clayton, Australia, 2012;
6. Христов, И.; Кирико, А.; Апполони, А. Устойчивое Создание стоимости, выживание и рост компании: Критическая перспектива в сбалансированной системе показателей устойчивого развития (SBSC). Sustainability 2019, 11, 211, doi:10.3390/su11072119.
7. Бриассулис, Х. Устойчивое развитие — Формальный или Неформальный путь? В экологической политике в Южной Европе; Springer: Dordrecht, Netherlands, 2001; pp. 73-99, doi:10.1007/978-94-010-0896-9_4.

Таким образом, система выступает отражателем показателей деятельности компании с точки зрения финансовой, экологической, энергетической и социальной ответственности на ее «входе», а результаты системы финансового устойчивого роста на «выходе». В нашем случае эффективность системы сводится к определению эффективности преобразования финансовых, энергетических, социальных и экологических ресурсов предприятия в результаты. В эпоху «замедления» необходимо искать пути повышения устойчивости с использованием нетрадиционных концепций и развивать трансверсальные связи между факторами (совокупность показателей см. в приложении), влияющими на устойчивость. Для изменения компании во всех сферах должны возникнуть особые условия.

Таким образом, устойчивый рост компаний становится центральным спорным элементом экономического развития стран. В настоящее время феномен роста российских корпораций выступает в качестве управленческой функции, что характеризуется значимостью таких рыночных условий как конкурентные и финансовые. Нефинансовые факторы при такой модели не выступают как существенные. Западными же исследователями отставляется точка зрения, что устойчивый рост корпораций также крайне важно рассматривать с позиции охраны окружающей среды, благосостояния общества и энергоэффективности.

Современное состояние оплаты труда работников сельского хозяйства

Челнокова Виктория Андреевна, студент

Научный руководитель: Яркова Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, профессор
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В данной статье рассматриваются экономические показатели, которые характеризуют состояние оплаты труда работников сельского хозяйства, а также их составляющие и проблемы, связанные с данной отраслью.

Ключевые слова: оплата труда, работники сельского хозяйства, стимулирование, заработная плата, производство.

Актуальность. Оплата труда является важной составляющей в жизни любого работника, в том числе и для работников сельского хозяйства. Повышения эффективности работы и устойчивого развития сельского хозяйства зависит от усиления мотивации, а также совершенствование оплаты труда работников.

Материалы и методы. В процессе исследования был проведен анализ и сравнение научных публикаций.

Результаты исследований. По-прежнему одним из самых низких уровней заработной платы занимает отрасль сельского хозяйства, в сравнении с другими отраслями экономики. Несмотря на то, что основные показатели развития демонстрируют положительную динамику, согласно исследованию, средний уровень оплаты труда работников сельского хозяйства в России составляет примерно 20-25 тысяч рублей в месяц. Однако этот показатель может значительно отличаться в зависимости от региона и квалификации работника. Исходя из этого аграрная политика ставит перед собой основную задачу, заключаю-

щаяся в воспроизводстве рабочей силы и преодолению бедности в селах путем повышения заработной платы в сельском хозяйстве.

Заработной платой называют вознаграждение за труд работника сельского хозяйства. Она зависит от рисков, которые имеют климатическо-природный характер, а также связана с качеством и объемом производимой продукцией сельского хозяйства. Рабочий период может не совпадать с временем производства продукции, тем самым результаты работы можно определить только по окончании всего сельскохозяйственного процесса труда. Тем самым данная ситуация влияет на размер фонда оплаты труда. У растений и животных есть свои особенности развития, тем самым в разные периоды времени интенсивность работ сотрудников сельского хозяйства возрастает. В данные времена стоит пересмотреть формы оплаты труда для стимулирования работников, а также для выполнения плана работ и производства высококачественной продукции.

Таблица 1. Среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства, руб.

Субъект Российской Федерации	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Самарская область	31644,9	39797,4	48337
Пензенская область	35342,3	39418,6	46201
Нижегородская область	29504,6	34001,4	41274,7
Ульяновская область	27962,3	33570,3	40450,3
Кировская область	30261,7	33042,8	38685,2
Оренбургская область	24985,5	28389,6	33231,2
Пермский край	25107,3	27308,4	31444,1

Существует несколько форм оплаты труда, применяемых в сельском хозяйстве, такие как: фиксированная заработная плата, оплата почасовая, сдельная оплата, а также существует премиальная система. Каждая из них имеет свои преимущества и недостатки.

Зачастую различают два вида заработной платы: основную и дополнительную.

К основной оплате можно отнести: отработанное время, качество и количество выполненных работ, начисляемая работникам за отработанное время, количество и качество выполненных работ, оклады, премии, работа в ночное время, сверхурочные работы, простой не по вине рабочих, а также доплаты, связанные с особыми условиями работы.

В дополнительную заработную плату входит: оплата отпусков, декретный отпуск, выходное пособие при увольнении, непроработанные часы, указанные по законодательству.

Одним из способов улучшения оплаты труда работников сельского хозяйства является оплата по квалификации. Эта система предусматривает установление разных тарифных ставок для работников с разным уровнем квалификации.

Оплата труда животноводов может отличаться от оплаты труда растениеводов. Это связано с особенностями работы, такими как уход за животными, кормление их, уборка навоза и т.д. Кроме того, животноводы могут получать премии за хороший уход за животными и высокие показатели производства.

Особенности оплаты труда работников, занятых в сельском хозяйстве зависят от особенностей производства, учитывается территориальное размещение, характер и содержание труда. Также можно выделить следующие из них:

1. Сезонность производства;
2. Многоотраслевой характер сельскохозяйственных предприятий;
3. Территориальная изолированность отдельных производственных участков;
4. Экономико-правовая форма организации, предприятий;
5. Зависимость сельскохозяйственного производства от природы;

6. Особенность образования цены на производимую продукцию.

Выводы и предложения. Оплата труда работников сельского хозяйства является важной темой, которую необходимо рассматривать с разных сторон. Необходимо учитывать особенности работы в сельском хозяйстве, квалификацию работников, региональные особенности и т.д. Только в этом случае можно говорить о справедливой и эффективной оплате труда. Исходя из всего выше изложенного можно сделать выводы, что нужно обратить внимание на принятие систем стимулирования и мотивации работников, формировать заработную плату исходя из характера и качества выполняемых работ, учитывать квалификацию кадров, а также заниматься нормированием рабочего времени.

Литература:

1. Дульзон, С.В. Оплата сельскохозяйственного труда: современное состояние и направления совершенствования/С.В. Дульзон // Никоновские чтения. — 2020. — с. 221-224.
2. Родионова, Е.В. Исследование заработной платы работников сельского хозяйства в России: региональные аспекты/Е.В. Родионова // Никоновские чтения. — 2020. — с. 213-217.
3. Грудкин, А. А., Грудкина, М. А. Совершенствование мер экономического стимулирования роста оплаты труда работающих/А. А. Грудкин, М. А. Грудкина // Никоновские чтения. — 2020. — с. 217-220.
4. Оплата труда в сельском хозяйстве/ [Электронный ресурс] // ИНФОРУРОК: — URL: <https://infourok.ru/lekcija-na-temu-oplata-truda-v-selskom-hozyajstve-5107879.html>.
5. Скрипниченко, Ю. С., Скрипниченко, В. Ю. Закономерности формирования и тенденции изменения заработной платы в сельском хозяйстве Российской Федерации/Ю. С. Скрипниченко, В. Ю. Скрипниченко // Вестник Академии знаний. — 2021. — № 47. — с. 102-106.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 23 (470) / 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 23.06.2023. Дата выхода в свет: 30.06.2023.

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; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.