

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ

РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА И ОБЩЕСТВО: В ПОИСКАХ ТОЧЕК РОСТА

**Сборник материалов
XIII Национальной научно-практической конференции
Института магистратуры с международным участием**

Санкт-Петербург

18–19 апреля 2024 г.

В двух частях

Часть I

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2024**

ГРНТИ 06.52.17

ББК 65

P76

Российская экономика и общество: в поисках точек роста :
P76 сборник материалов XIII Национальной научно-практической конференции Института магистратуры с международным участием. Санкт-Петербург, 18–19 апреля 2024 г. В двух частях. Часть I. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2024. – 421 с. – EDN : CEGBMK.

ISBN 978-5-7310-6593-1 (часть 1)

ISBN 978-5-7310-6594-8

В сборнике представлены доклады участников национальной научно-практической конференции Института магистратуры Санкт-Петербургского государственного экономического университета по актуальным проблемам и перспективам развития экономики и общества.

Сборник материалов межвузовской конференции представляет интерес для научных работников, аспирантов, магистрантов, а также специалистов в области технических, общественных и гуманитарных наук.

ГРНТИ 06.52.17

ББК 65

Редакционная коллегия: канд. экон. наук, доц. **И.И. Добросердова**

канд. социол. наук, доц. **М.А. Петров**

канд. экон. наук, проф. **Т.Г. Тумарова**

Рецензенты: профессор кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, д-р экон. наук, профессор **И.М. Алиев**

проректор по учебной и научной работе Академии лидерства и администрирования бизнес-процессов ФНС России – Нева»
канд. экон. наук, доцент **О.Г. Поскочинова**

ISBN 978-5-7310-6593-1 (часть 1)

ISBN 978-5-7310-6594-8

© СПбГЭУ, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Автономова Т.С. Совершенствование бизнес-процессов HR в условиях больших данных компании на базе смарт-процессов на платформе Битрикс24	10
Алексеева Е.А., Суспицин Е.Э. Инновационные трансформации бизнес-процессов корпораций как фактор обеспечения устойчивого развития.....	13
Андреев А.А. Развитие логистических технологий управления на железнодорожном транспорте	18
Андреев И.В. Влияние цифровой экономики на выбор международных стратегий ТНК	23
Антонов Д.В. Государственная поддержка развития туристической инфраструктуры	26
Атабекян А.К. Риски финансирования ESG-проектов в нефтегазовой отрасли	31
Байбикова Э.Р. Речевой портрет токсичной личности в оригинале и в переводе	35
Байдакова В.К. Оценка эффективности интернет-маркетинга частных клиник Москвы и Санкт-Петербурга	39
Банникова И.А. Особенности развития рынка онлайн образования в Китае.....	44
Блинова И.В. Разработка и реализация коммуникационной стратегии компании в контексте управления брендом через ESG-подход	48
Борзенко П.А., Зосимова М.В. Подготовка кадров для ресторанной деятельности в индустрии гостеприимства: практико-ориентированные подходы, инновационные технологии, сетевое взаимодействие.....	53
Борисовский Д.Е. Влияние различных факторов на размещение ВДО в условиях российского фондового рынка.....	58
Бугрова П.В. Социальные инновации в цифровой экономике	63
Бударин Р.В. Электронные платежи: распространение и развитие в России и Кении.....	67
Вайхонский А.Е. Уровень урбанизации в России: статистический аспект	70
Ван Ида Нормативно-правовое регулирование финансов устойчивого развития в странах БРИКС.....	74
Василиха Д.Ф., Дмитриев М.Н. Актуальные проблемы и потенциал развития каршеринговых услуг в современных условиях	80
Васильева А.С., Терехов Д.С. Повышение качества продукции на предприятии.....	84

Воскобович Д.Р. Разработка автоматизированной системы скоринга оценки контрагентов для ГК «Монополия»	88
Глубокова Д.К. Зарубежный опыт оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления.....	91
Голаков А.А. Влияние налоговых льгот по налогу на прибыль на экономику субъектов Российской Федерации.....	94
Девяткина Е.В. Совершенствование механизмов регулирования трудовой миграции с помощью организованного набора трудовых мигрантов.....	99
Домингес Э. Перспективы развития цифровых платежных систем в МЕРКОСУР	104
Ду Липэн Методы управления организацией в сфере электронной коммерции	109
Дудко М.В. Совершенствование системы тоир промышленного оборудования в изменяющихся условиях функционирования судостроительных предприятий	113
Дуркин П.А. Государственная поддержка молодежных инициатив в креативной экономике	118
Емельянчик А.А., Грищенко О.Г. Влияние системы управления персоналом на общую эффективность организации.....	122
Ермакова П.А. Основные факторы потребительского выбора на рынке прокатного кино.....	127
Зайцев А.В., Крупенькин А.В. Реинжиниринг бизнес-процессов промышленных предприятий: интеграция современных технологий	132
Зеленина А.Ю. Перспективы применения логистического инструментария в деятельности нефтегазовых компаний	137
Иванченко А.С., Газуль С.М. Разработка и проектирование модуля для обсуждения нормативной документации для корпоративной системы электронного документооборота в глобальной энергетической компании	142
Ивахненко Е.А. BNPL-сервисы: удобство платежей или ловушка долговой зависимости?	146
Кадырова Ю.О. Особенности коммуникационной стратегии организации в сфере оптово-розничной торговли	151
Казакова Д.А. Сравнительный анализ развития продуктов исламского банкинга на примере стран Ближнего Востока и России	155
Калачёва Т. Стратегии выхода российских и зарубежных строительных компаний на зарубежные рынки	158
Киппари К.С. Развитие услуг гастрономического туризма в Узбекистане	163

Кичкирук И.В. Решение задачи составления учебного расписания учреждения среднего общего образования.....	167
Колле М.А. Анализ и моделирование миграционных процессов.....	172
Комаров Д.А. Стратегии, технологии и механизмы реализации молодежной политики в регионе.....	177
Кораблев М.А. Анализ российского рынка робототехники: тренды, перспективы, возможности.....	182
Коробкова О.Д. Возможности для международной интеграции в ESG-проектах.....	186
Костюкова Ю.Ю. Факторы устойчивого развития туризма в Новгородской области.....	191
Котова С.А. Использование мультиагентных систем и технологий как способ повышения эффективности управления транспортным движением.....	195
Красноруцкий В.С. Перспективы развития рынка цифровых финансовых активов в России.....	200
Кривеженко П.Р. Технологии искусственного интеллекта как тренд управления проектами.....	204
Круглов М.А. Формы логистического партнёрства в моделях работы маркетплейсов.....	208
Кузьменко Н.В. Особенности социально-культурной адаптации лиц пожилого возраста в Пушкинском районе г. Санкт-Петербурга.....	214
Кулюдина А.С. Роль стратегических коммуникаций в создании и развитии модного бренда (на примере российской марки одежды 12Storeez).....	218
Кургузов Н.В. Мировая и российская практика ESG-рейтинговая корпораций в целях принятия решений о финансировании инвестиционных проектов корпораций.....	221
Курилова Ю.В. Цифровая репутация бренда в сфере управления человеческими ресурсами: роль социальных медиа и онлайн-платформ.....	225
Левковская П.В. Анализ качества жизни в разрезе субъектов РФ.....	230
Ли Юйхан, У Чэнсюэ Стратегии зарубежного развития китайских компаний по производству электромобилей.....	235
Ломакина Н.В. Решение задачи маршрутизации доставки продукции торгового предприятия.....	239
Лунькова О.П. Анализ актуальности применения нетарифных мер торговой защиты в отношении металлопроката из РФ в современных геополитических условиях.....	244
Матвеева М.А. Цифровые навыки как ключевой компонент управленческой компетентности будущих руководителей.....	248

Машко И.К. Сложности передачи формальной структуры детского поэтического произведения Льюиса Кэрролла “Jabberwocky” при переводе на русский язык.....	254
Медведева А.В. Финансовый эффект сочетания ГЧП и комплексного развития территорий	259
Мерчи Е.В. Управление эмоциями как инструмент развития социальных коммуникаций	264
Милаев Д.В. Применение технологий Индустрии 4.0 в корпорациях молочной отрасли	269
Моторкин А.С. Влияние цифровых технологий на оптимизацию бизнес-процессов в современном бизнесе	274
Мясникова Н.А. Потенциал искусственного интеллекта в решении HR-задач	277
Никишина Е.В., Санькова Н.Ю. Направление совершенствования тарифного регулирования железнодорожного транспорта в современных экономических реалиях	280
Николаев В.О. Методология выявления специфики идиостиля переводчика	285
Николенко Р.В. Особенности организации логистической деятельности фирмы на международном нефтегазовом рынке в условиях энергетического перехода	288
Орлова Е.В. Проектная деятельность как инновационная составляющая корпоративного обучения	293
Паршукова А.В. Риск международного мошенничества на примере логистической компании	298
Петров Д.А. Проблемы цифрового инжиниринга в проектной организации	302
Плющ Д.С. Переход на налогообложение имущества организаций по кадастровой стоимости: перспективы и эффекты	307
Потапова П.С. Состояние системы социального предпринимательства в Санкт-Петербурге: возможные тренды развития	312
Романова Е.Н. Использование социальных сетей в маркетинговых стратегиях брендов декоративной косметики: анализ роли визуального контента	318
Садовникова С.Н. Особенности внедрения инноваций в IT-компаниях: гендерные аспекты	323
Сафонов А.А. Концепция бережливого производства как фактор повышения эффективности деятельности исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга	327
Серепенкова П.И. Управление цепями поставок в FMCG-компаниях: современный взгляд	332

Сидоров Н.И. Совершенствование процесса доставки продукции для ОАО «РЖД» за счет внутренних ресурсов компании.....	335
Ситова П.В. Развитие сотрудничества Санкт-Петербурга с дружественными странами Азии.....	339
Соловьев В.В. Тенденции цифровизации бизнес-процессов в тяжелой промышленности.....	344
Спехов Н.И., Бабин Э.И. Государственное участие в финансировании устойчивого развития корпораций в национальной экономике. Государственные и региональные программы	349
Стец А.А. Проблемы процесса коммуникации в социальной работе.....	353
Талайко Я.С. Международная инвестиционная деятельность российских компаний за рубежом	357
Тимофеев А.Ю. Особенности управления финансовыми рисками в компаниях, импортирующих продукцию в Российскую Федерацию	360
Ткаченко И.А. Разработка витрин данных для российской компании продуктового ритейла.....	364
Филиппова М.А. Разработка ИТ-решения по автоматизации расчетов в части МСФО 17 для страховых компаний	368
Хадеев В.В. Инновационные подходы к применению машинного обучения и искусственного интеллекта в закупочных процессах: перспективы и риски.....	371
Хоу Чан, Ян Хайлань Транспортное сообщение Россия-Китай в контексте глобальных инфраструктурных проектов	375
Цветкова Е.Д. Использование принципов клиентоцентричности при подготовке и проведении избирательной кампании.....	379
Чжоу Цзюньцян Влияние ESG на корпоративную стоимость в Китае.....	383
Шауб А.И. Направления экологизации логистической деятельности на железнодорожном транспорте	387
Шерстобитова И.А. Автоматизация управленческого учёта в условиях экономических трансформаций.....	392
Шеттаб Салах Эддин Роль возобновляемых источников энергии в достижении устойчивого развития	395
Широбакина Е.А. Инструменты управления капиталом в нестабильной экономике: какие стратегии выбирают российские компании.....	400
Шмелева Т.Н. Особенности и сложности адаптации мест общего пользования многоквартирного дома для инвалидов и других маломобильных групп населения	405

Шокин С.Ю. Учёт создания и доработки программного обеспечения в контексте начала действия фсбу 14/2022	410
Щерба А.А. Развитие технологий адаптации персонала в контексте цифровизации	415
Яриков С.В., Попадюк И.Ф. Построение хранилища данных компании на платформе Yandex Cloud в процессе импортозамещения иностранного ПО в области аналитики данных	420

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ!

Институт магистратуры Санкт-Петербургского государственного экономического университета благодарит Вас за участие в XIII Национальной научно-практической конференции с международным участием «Российская экономика и общество: в поисках точек роста» «Russian economy and society: in search of growth points», которая состоялась 18–19 апреля 2024 года.

Конференция призвана стать научно-информационной площадкой для обсуждения проблем развития мировой и региональной экономики, социально-экономических проблем современного общества, выполняющей задачи комплексного информационного обеспечения процессов управления как на уровне отдельных государственных и хозяйственных организаций, так и в крупных региональных и межрегиональных кластерах. Критическое осмысление и системный анализ современных особенностей развития российской экономики, разработка новых подходов в решении социально-экономических проблем, их открытое обсуждение с представителями научного и бизнес-сообщества будет способствовать развитию новых научных направлений, формированию проблематики научных исследований, вовлечению большего числа заинтересованных участников в решение насущных проблем современного общества.

Оргкомитет конференции желает всем участникам успехов в научных исследованиях, развития творческого потенциала и приглашает принять участие в следующей конференции в 2025 году.

В сборнике представлены доклады участников национальной научно-практической конференции Санкт-Петербургского государственного экономического университета по актуальным проблемам и перспективам развития экономики и общества.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ HR В УСЛОВИЯХ БОЛЬШИХ ДАННЫХ КОМПАНИИ НА БАЗЕ СМАРТ-ПРОЦЕССОВ НА ПЛАТФОРМЕ БИТРИКС24

IMPROVING HR BUSINESS PROCESSES IN THE CONTEXT OF BIG DATA COMPANIES BASED ON SMART PROCESSES ON THE BITRIX24 PLATFORM

Аннотация: в статье рассматривается проблема совершенствования бизнес-процессов HR в условиях больших данных компании на платформе Битрикс24. Проводится анализ эффективности переноса текущих бизнес-процессов департамента HR в модуль смарт-процессов Битрикс24.

Abstract: the article discusses the problem of improving HR business processes in the context of big data companies on the Bitrix24 platform. The analysis of the effectiveness of transferring the current business processes of the HR department to the Bitrix24 smart process module is carried out.

Ключевые слова: Битрикс24, смарт-процессы, процессы подбора и адаптации, бизнес-процессы HR.

Keywords: Bitrix24, smart processes, recruitment and adaptation processes, HR business processes.

Кадры в условиях цифровой экономики являются ключевыми ресурсами любой компании, совершенствование процессов HR является основным драйвером развития компании [1]. Целью данной исследовательской работы является обновление и перенос текущих бизнес-процессов, разработанных на базе CRM, а также разработка новых процессов для департамента HR в модуле смарт-процессов Битрикс24 ввиду достижения технически допустимого объема данных в модуле CRM. В качестве объекта исследования выбрана группа компаний «EcoStandard group». Предметом исследования являются процессы HR компании объекта исследования.

Группа компаний «EcoStandard group» успешно работает по всей территории России и СНГ с 1997 года. «Группа компаний занимает лидирующие позиции в сфере экологической экспертизы и мониторинга, услуг в сфере охраны труда, инженерных изысканий, экологического проектирования и сертификации. Организация объединяет инженерные, консалтинговые и экспертные компании, являющиеся самостоятельными юридическими лицами» [2].

EcoStandard group включает в себя 20 филиалов и представительств по всей России. За 26 лет своего существования организация выполнила более 10 320 проектов, 665 из которых – федерального значения.

В рамках исследования был проведен SWOT-анализ компании «EcoStandard group» на основе данных из открытых источников по результатам деятельности группы компаний за 2022-2023 гг. Сильные и слабые стороны компании были представлены по четырем показателям: финансы, рост и развитие, клиенты, процессы.

Анализ группы «Финансы» показал, что в основном, финансовые потери компании были связаны с последствиями эпидемии «Covid-19», внешнеполитическими событиями, санкциями, изменением курса доллара. Объединение компаний «ОхраПро» и «EcoStandard group», произошедшее в конце 2021 года, должно положительно повлиять на финансы компании. Были выделены направления в группе «Рост и развитие», например, предложено для устранения высокой текучести кадров сделать акцент на приеме на работу более опытных сотрудников, разработать систему аттестации для оценки соответствия квалификации, повышения в должности.

В группе «Клиенты» слабая сторона в области потери зарубежных клиентов будет усилена путем повышения собственной репутации на российском рынке, повышения привлекательности для российских клиентов. В группе «Процессы» отмечено, что используемое в компании ПО преимущественно отечественного производства: 1С, Битрикс24, Мэлтор, а также компания поставляет на рынок собственное ПО: EcoStandard.soft.

Проблематика управления бизнес-процессами компании в «Битрикс24» заключается в том, что при объединении компаний были объединены также два корпоративных портала «Битрикс24». Объединение двух порталов привело к переполнению дискового пространства устаревшими данными, которые не были обработаны при переносе. В результате на портале стало недостаточно памяти, что вызвало определённые трудности в работе системы. В модуль CRM «переехало» большое количество бизнес-процессов, разработанных для департаментов и отделов, не работающих с клиентом и заказчиком напрямую, например, процессы департамента HR: «Новый сотрудник», «Адаптация», «HR – командировки», «GenNext – заявка на стажера» и др. [3].

Ввиду достижения лимита полей в модуле CRM, базы сделок контактов и компаний предлагается провести аудит текущих процессов HR, разработать программы по их усовершенствованию и перевести процессы в модуль смарт-процессов Битрикс24 [4].

В таблице 1 представлены этапы работ с перечнем пакетов по каждому этапу.

Таблица 1 – Этапы реализации IT-проекта

Этап проекта	Цели этапа	Пакеты работ
Обследование	Анализ текущей ситуации, выявление проблем	– проведение аудита текущих процессов; – разработка моделей бизнес-процессов AS-IS; – построение целевой архитектуры.
Разработка	Перенос действующих процессов в модуль смарт-процессов из CRM с учетом выявленных обновлений	– настройка смарт-процессов (поля, воронки, стадии, доп. списки); – настройка роботов в воронках, настройка БП в смарт-процессах HR, настройка вспомогательных процессов в списках; – интеграция смарт-процессов с процессами ЖЛ.
Тестирование	Проведение внутреннего тестирования и тестирования со стороны заказчика	– проведение внутреннего тестирования; – проведение демонстрационных встреч с заказчиком и пользователями разработанного решения; – проведение тестирования со стороны заказчика; – доработки процессов по итогам тестирования заказчика.
Обучение	Подготовка базы знаний и проведение обучения	– подготовка страницы базы знаний для каждого обновленного процесса для HR; – подготовка тестирования на платформе iSpring для пользователей процессов HR; – проведение обучающих встреч с заказчиком и пользователями решения.
Внедрение и поддержка	Внедрение разработанных решений в эксплуатацию	– внедрение разработанных решений в эксплуатацию; – сопровождение и обслуживание разработанного решения на переходном периоде; – проведение тестирования на платформе iSpring для закрепления полученных знаний о новых процессах.
Завершение	Анализ результатов	– мониторинг использования обновленных процессов; – фиксирование обновлений во внутренних справочниках версий процессов и версий проектов.

В результате оптимизации бизнес-процессов HR в Битрикс24 и переноса их в отдельный модуль смарт-процессов, мы сможем освободить место на диске в модуле CRM и сосредоточить процессы HR в одном месте в системе, что сделает их более удобными для использования внутри компании.

Список использованных источников:

1. Макаrchук Т.А., Крейсманн Е.В. Разработка решения бизнес-аналитики для мониторинга подбора персонала и принятия управленческих решений // Экономика. Право. Инновации. – 2024. – №1. – С. 78-86.
2. Об EcoStandard group [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ecostandardgroup.ru/about/> (дата обращения 17.04.2024 г.)
3. Битрикс24: Что такое CRM-система? [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.bitrix24.by/articles/crm_what_is.php (дата обращения 17.04.2024 г.)
4. Смарт-процессы в CRM: как создать собственный сценарий работы с клиентами [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://helpdesk.bitrix24.ru/open/18913880/> (дата обращения 17.04.2024 г.)

УДК 336.64

**Алексеева Елизавета Александровна,
Суспицин Егор Эдуардович
Alekseeva Elizaveta Alexandrovna,
Suspitsin Egor Eduardovich**
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные финансы и оценка бизнеса»
Master program “Corporate finance and business valuation”
e-mail: elizaveta14082001@icloud.com

ИННОВАЦИОННЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОРПОРАЦИЙ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ INNOVATIVE TRANSFORMATIONS OF CORPORATION BUSINESS PROCESSES AS A FACTOR IN ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Аннотация: внедрение инновационных технологий, в том числе использование технологии цифровых двойников, позволяет реализовывать принципы концепции устойчивого развития: повышать уровень промышленной безопасности и уменьшать негативное воздействие на окружающую среду.

Abstract: the introduction of innovative technologies, including the use of digital twin technology, makes implementing the principles of the sustainable development possible: increasing the level of industrial safety and reducing the negative impact on the environment.

Ключевые слова: инновационное развитие, устойчивое развитие, инновационная трансформация, бизнес-процессы, Группа Газпром.

Keywords: innovative development, sustainable development, innovative transformation, business processes, Group Gazprom.

Использование инновационных разработок является одной из ключевых тенденций развития организаций на протяжении многих лет. Однако цель, ключевые задачи инновационных трансформаций бизнес-процессов изменяются с течением времени и зависят от значительного количества внешних факторов, в том числе от ценностей общества. Так, в текущий период мировое сообщество в значительной степени уделяет внимание принципам устойчивого развития. Многие корпорации в России несмотря на возникшие в связи с экономическими санкциями препятствия для реализации операционных задач стремятся уделять внимание концепции устойчивого развития, постепенно внедряя инновационные практики для реализации следующих целей: «Индустриализация, инновации и инфраструктура», «Достойная работа и экономический рост», «Ответственное потребление и производство», «Сохранение экосистем суши», «Хорошее здоровье и благополучие».

Значимым представляется анализ влияния инновационных трансформаций бизнес-процессов корпораций на достижение положительных результатов в реализации данных целей. Актуальность обосновывается существенной ролью предприятий нефтегазового сектора, IT-отрасли в жизни населения в связи с занятостью значимой доли граждан в функционировании организаций, использовании большого объема природных ресурсов для реализации производственной деятельности, наличием финансовой возможности реализации социальных, инновационных, природоохранных программ, а также постепенному развитию государственно-частного партнерства, направленного на поддержку, например, федеральных и муниципальных программ развития регионов, сохранения климата. Так организации, трансформируя производственные, административные процессы способны в существенной степени повлиять на состояние аспектов устойчивого развития в регионе или стране.

Первостепенное значение имеет изучение общих тенденций глобального инновационного развития, отечественных практик инновационных трансформаций, а также изучения практических результатов внедрения инноваций в компании нефтегазового комплекса в связи с тем, что затраты на инновационную деятельность в нефтегазовой отрасли в сравнении с другими сферами производства существенно выше.

По данным IDC, глобальные расходы компаний на цифровую трансформацию растут в среднем на 16-18% в год. По итогам 2021 году их объем превысил \$2,1 трлн, а до 2027 года темп роста прогнозируемо составит 16,1%, фактический объем достигнет практически \$3,9 трлн.

Однако средний уровень инновационной активности отечественных организаций не является достаточно высоким и находится в диапазоне 9,1-14,6%, более того, по данным опроса KMDA, в 2020 году 83% российских

бизнесов находились на первой-второй стадии цифровизации, что говорит о необходимости привлечения внимания к данному вопросу [4, с. 2].

В качестве направлений цифровой трансформации можно выделить повышение операционной эффективности предприятий, поддержку инфраструктуры и цифровую трансформацию взаимодействия с клиентами. Важно отметить, что инновационная трансформация бизнес-процессов в существенной степени осуществляется за счёт собственных средств предприятий, так в среднем их доля в общем объеме финансирования в 2020 году составила 55,3%. Но при этом в последние годы в связи с негативным воздействием введенных санкций на предприятия усиливается роль государственной поддержки инновационного развития: с 2019 по 2023 год государственные инвестиции в обрабатывающие производства увеличились на $\frac{1}{4}$ (11,8% до 14,9%), в высокотехнологичные отрасли на 70% (с доли, равной 22%, до значения в 37,4%) [5, с. 28].

Введение санкций и, следовательно, импортозамещение, стремление создания конкурентоспособных продуктов, технологий, в том числе и с точки зрения уровня воздействия на климат и население, стали драйверами совершенствования инфраструктуры, изменения операционных и управленческих процессов. Так, в 2020 г. в России затраты на инновационную деятельность превысили 2,1 трлн руб., их сумма в 2022 году достигла 2,7 триллиона рублей по сравнению с 2,4 трлн в 2021 г. При этом несмотря на геополитическую ситуацию отдача от затрат на инновации положительна: 1 рубль затрат формирует 2,1 рубля инновационной продукции [3, с. 3].

Стоит отметить, что ярким примером влияния инновационной трансформации бизнес-процессов на реализацию целей устойчивого развития (далее – ЦУР) является деятельность лидера нефтегазовой отрасли Группы Газпром. Так, например, проекты Группы позволяют потребителям получить доступ к экологически чистым энергоносителям, обеспечивают развитие энергетического суверенитета, социально-экономическое развитие страны.

В текущий период Группа проводит активную политику развития инновационного капитала, инвестируя в развитие НИОКР, получение патентов и реализацию стратегии импортозамещения. Так с 2016 по 2022 год был отмечен перманентный рост объем инвестиций в НИОКР, при этом также постоянной положительной динамикой характеризуется изменение экономического эффекта от импортозамещения. Данные тенденции представлены на Рисунке 1.

Увеличение экономического эффекта позволяет организации расширять количество социальных программ, реализовывать новые циклы инновационных трансформаций. Также стоит отметить наличие положительной корреляции между экономическим эффектом от НИОКР, от импортозаме-

щения и финансовыми результатами деятельности организации, что в значительной степени отражает достижение задач в рамках цели «Достойная работа и экономический рост».

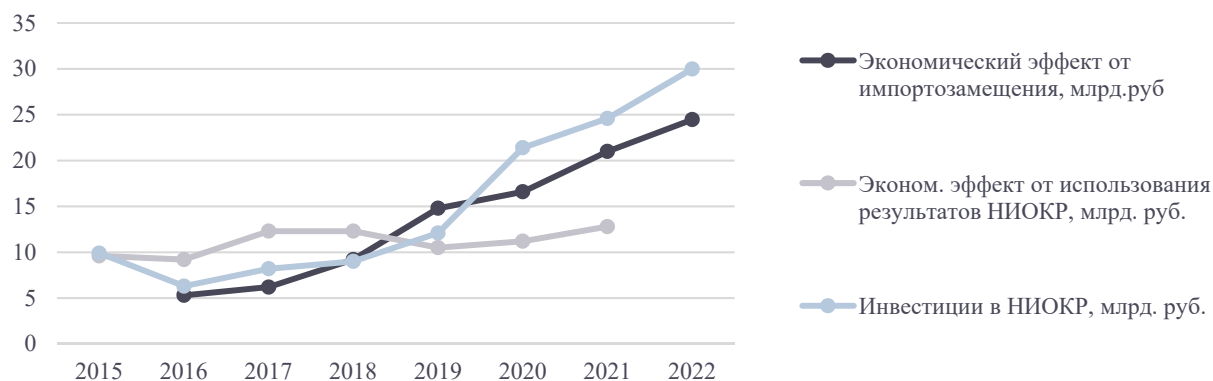


Рисунок 1 – Инновационная деятельность Группы Газпром в 2015-2022 гг.
[1, с. 32]

Подробнее важно остановиться на результатах одного из ключевых в текущий момент инновационных проектов ПАО «Газпром Нефть» – внедрении программы цифровых двойников. Данная программа позволяет комплексно оценивать новые проекты, предлагая оптимальные решения с точки зрения распределения ресурсов, а также позволяет предсказывать возможные риски и отклонения. При этом, по мнению главы дирекции по добыче «Газпром нефти» Сергея Доктора, модели двойников позволяют не только получить дополнительный финансовый и производственный эффект, но и повысить безопасность и экологичность деятельности компании. Так с 2020 года использование системы позволило получать до 100% качественных геофизических данных, повышая уровень промышленной безопасности, сократить длительность проектного цикла на 25% и существенно снизить расходы на полевые работы в связи с тем, что модели позволяют наиболее детально исследовать рассматриваемый участок и проанализировать возможную отдачу от его использования, вследствие чего происходит работа над реализацией целей «Ответственное производство» и «Сохранение экосистем суши». При реализации модели месторождения им. Александра Жагрина, по мнению экспертов, ПАО «Газпром Нефть» должна была получить экономический эффект в размере более 1 млрд рублей до конца 2023 года, а использование цифрового двойника Восточного участка Оренбургского месторождения прогнозируемо позволит получить экономический эффект в 3,3 млрд руб. до 2030 года. Так данная система перманентно сопровождает работу более 600 скважин, повышая безопасность добычи нефти и в перспективе формируя объем дополнительной накопленной добычи предприятия в размере 800 тыс. тонн нефти и

1,3 млрд. м³ газа. Работа над ответственным производством также ярко отражена в деятельности интегрированного центра разработки месторождений «Мессояханефтегаза», где в процессе управления арктической автономией цифровой двойник позволяет получить дополнительно 3% к годовой добыче ежегодно [2, с. 94].

В качестве перспективы развития рассматриваемого взаимодействия можно выделить увеличение объемов финансирования инновационных трансформаций, направленных на реализацию ЦУР, с помощью активного использования краудлендинга, кластерного подхода в направлении расходования бюджетных средств, единой цифровой платформы финансирования инновационных проектов. Также совершенствование данного процесса может быть связано с использованием инноваций, в том числе цифровых двойников, на постоянной основе на всех активах организации благодаря увеличению скорости создания цифровых двойников, повышению квалификации ключевых специалистов, более четкой регламентации оценки эффективности внедрения инноваций в производство.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что инновационная трансформация бизнес-процессов, в том числе реализуемая ПАО «Газпром Нефть» и её дочерними компаниями, позволяет достичь положительных результатов в обеспечении устойчивого развития, реализации целей, выделенных ООН. Важно отметить, что важность устойчивого развития признается компаниями вне зависимости от геополитических и иных внешних факторов, так как соблюдение принципов данной концепции способствует долгосрочному росту благосостояния.

Список использованных источников:

1. Консолидированная финансовая отчетность ПАО «Газпром», подготовленная в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, с аудиторским заключением независимого аудитора [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports/2022/> (Дата обращения: 12.02.2024)
2. Отчёт Группы Газпром о деятельности в области устойчивого развития за 2020 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sustainability.gazpromreport.ru/fileadmin/f/2020/sustainability-report-ru-2020.pdf> (Дата обращения: 14.02.2024)
3. Аналитический обзор «Переходят ли затраты в инновации?». Институт экономики роста им. Столыпина П.А. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stolypin.institute/research/our/obzor-perehodyat-li-zatraty-v-innovacii> (Дата обращения: 13.02.2024)
4. Дитковский К.А. Бизнес наращивает объемы инвестиций в инновации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/541855378.html> (Дата обращения: 14.03.2024)
5. Индикаторы инновационной деятельности: 2022: статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 292 с.

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

DEVELOPMENT OF LOGISTICS MANAGEMENT TECHNOLOGIES BY RAIL

Аннотация: в статье показана роль и рассматриваются различные виды логистических технологий управления на железнодорожном транспорте. Выявляется специфика применения логистических технологий управления на железнодорожном транспорте, в том числе на международном уровне. Дается характеристика уже задействованных или перспективных областей применения логистических технологий.

Abstract: the article shows the role and discusses various types of logistics management technologies in railway transport. The specifics of the application of logistics management technologies in railway transport, including at the international level, are revealed. The characteristics of the already involved or promising areas of application of logistics technologies are given.

Ключевые слова: логистические технологии, железнодорожный транспорт, перевозочный процесс, цепь поставок.

Keywords: logistics technologies, railway transport, transportation process, supply chain.

Железнодорожный транспорт остается одним из основных средств реализации наземного перевозочного процесса, обеспечивая доставку и транспортировку товаров по всему миру, уступая только автотранспорту по объемам перевозки грузов. По данным Росстата, в 2023 году железнодорожным транспортом было перевезено 1,23 млрд тонн (14,14% от объемов перевозки всеми видами транспорта), автомобильным транспортом перевезено 6,2 млрд тонн (71,26%). Наиболее активные перевозки осуществлялись на Восточном полигоне и объем железнодорожных перевозок между Россией и Китаем в 2023 году составил рекордные 161 млн тонн, что на 36% больше, чем годом ранее. По показателям грузооборота – железнодорожный транспорт занимает первое место с 2,64 трлн т-км (48%), а автомобильный – 383,3 млрд т-км (6,97%) [2]. Современное развитие технологий и информационных систем ставит перед логистическими компаниями и организаци-

ями, осуществляющими железнодорожные перевозки, ряд вызовов и возможностей в части оптимизации управления перевозочными процессами с целью повышения эффективности.

Анализ актуальных исследований в области применения логистических технологий управления [3] на железнодорожном транспорте показал, что настоящее время наиболее распространены:

1) интегрированные информационные системы, включающие в себя комплекс программных продуктов, предназначенных для сбора, обработки и анализа данных о перевозимых грузах, вагонах, маршрутах и расписаниях движения поездов;

2) автоматизированные системы управления движением поездов, представляющие собой комплекс технологий, направленных на автоматизацию процессов управления движением поездов в железнодорожной индустрии. Такие системы включают в себя дистанционное управление, сигнализацию, блокировку движения, а также идентификацию опасных ситуаций;

3) географические информационные системы, применяемые для пространственного анализа данных, позволяющие осуществлять процесс планирования маршрутов, оптимизацию инфраструктуры, что облегчает процесс принятия решений в области железнодорожной логистики;

4) технологии интернета вещей, используемые для мониторинга состояния подвижного состава, отслеживания грузов, контроля температурного режима, технических и других параметров. Появление интеллектуальных технологий сегодня приводит к значительным преобразованиям в логистике и на транспорте. К ним относятся применение искусственного интеллекта и технологий обработки данных – машинное обучение, большие данные для создания автономной модели при поддержке информационных и коммуникационных технологий, а также Интернет вещей и блокчейн.

Новые технологии в сфере логистики применяются для оптимизации процессов, улучшения качества оказываемых услуг, снижения затрат и сокращения времени доставки грузов. Но несмотря на значительный прогресс в этой области, такие актуальные проблемы как высокая стоимость перевозок, недостаточная автоматизация процессов, влияние человеческого фактора и многие другие до сих пор сохраняются. Внедрение новых технологий в сферу логистики может стать решением этих проблем, открывая для логистической отрасли новые возможности и перспективы. В ближайшем будущем новые технологии будут играть все более важную роль в логистике.

На основе полученных в современных исследованиях результатов, возможно определить ряд ключевых особенностей, характерных для управления перевозочным процессом на железнодорожном транспорте:

– цифровые сервисы на железнодорожном транспорте применяются как операторами, так и перевозчиками. IT-продукты позволяют детально спроектировать маршруты следования поездов, а также синхронизировать расписание движения в соответствии с загруженностью железных дорог. В логистическом контексте, специфической особенностью реализации данной технологии является оперативность управления режимом функционирования указательных стрелок и светофоров [4];

– применение пилотных проектов обусловлено особенностями железнодорожного транспорта в России: железные дороги имеют большую протяженность, а их расположение сопровождается сменой климатических условий. В силу этого, опыт других видов транспорта зачастую не применим к железным дорогам, что вызывает необходимость проведения дополнительных испытаний и исследований.

В данном контексте выделим частные логистические технологии управления процессами на железнодорожном транспорте:

– технология интеллектуальной видеоаналитики для железнодорожного транспорта представляет систему, основанную на видеокамерах и алгоритмах машинного зрения. Установленная на локомотивах или вдоль путей, она сканирует окружающую среду в реальном времени, обнаруживая дефекты на рельсах (например, трещины и износ). Это позволяет оперативно реагировать на потенциальные проблемы, повышая безопасность и надежность железнодорожных перевозок;

– интернет вещей (internet of things – IoT) для железнодорожной логистики представляет собой возможность перехода к электронному учету основных аспектов деятельности с целью снижения влияния человеческого фактора. Более того, применение данной технологии позволяет осуществлять мониторинг реализации перевозочного процесса в режиме реального времени (например, отечественные устройства сети LPWAN XNB и технологии на базе IoT обеспечивают эффективную систему мониторинга железнодорожных перевозок);

– маркировка грузов с помощью технологии RFID (радиочастотная идентификация) – инновационная технология, революционизирующая логистические операции. Используя радиочастотные метки и считыватели, она обеспечивает бесконтактное отслеживание грузов в реальном времени. Это повышает точность и скорость операций, а также обеспечивает автоматизацию процессов, сокращая вероятность ошибок и улучшая эффективность всей логистической цепочки. Благодаря RFID компании получают более полное представление о перемещении грузов, что способствует оптимизации управления запасами и доставкой. Улучшенная видимость и контроль над грузами позволяют сократить затраты и повы-

ситель уровень обслуживания клиентов. Это преобразует отрасль, делая логистику более эффективной, прозрачной и адаптивной к изменяющимся условиям рынка.

Примером реализации данных трендов может служить цифровая повестка Евразийского союза, предусматривающая развитие пилотного проекта по применению цифровых инструментов в управлении мультимодальными перевозками. Приоритетными инструментами для апробации являются сервисы по применению электронных международных транспортных накладных для автомобильного и железнодорожного видов транспорта, а также путевого листа. Проект «Создание экосистемы цифровых транспортных коридоров» обеспечит электронное взаимодействие железнодорожных перевозчиков с контролирующими органами.

Общая специфика применения логистических технологий управления на железнодорожном транспорте, в том числе на международном уровне, и успешность их реализации связана со следующими аспектами и требованиями: совместимостью с терминалами, работающими в глобальной сети; временем перевозки; объемами перевозимых грузов и динамикой торговли; периодичностью поездок поездов; регулярностью поездок поездов; постоянством расписания; оценкой качества клиентами; оперативностью предоставления информации и реагирования; качеством работы логистического терминала (время, мощности, технологии); повышением добавленной стоимости и конкурентоспособности в развитии национального потенциала транзитных перевозок; социально-экономической отдачей для страны или региона.

Наиболее перспективным трендом использования новых технологий на железнодорожном транспорте, которые могут кардинально повлиять на будущее логистики этого вида перевозок, является внедрение искусственного интеллекта (ИИ).

Потенциальные области применения искусственного интеллекта в логистике разнообразны. Они варьируются от анализа неисправностей и раннего обнаружения проблем до интеллектуального планирования маршрута и мощностей. ИИ позволяет анализировать проблемы, делать прогнозы, рекомендовать решения проблем или даже принимать решения самостоятельно.

Уже задействованными или перспективными областями применения ИИ являются: управление складом, контроль цепей поставок, оптимизация маршрута, аудит запасов и планирование пополнения (например, ИИ за доли секунды определяет кратчайший маршрут на складе для каждого заказа. Алгоритм также учитывает последующие заказы и может расставлять приоритеты заказов), анализ ошибок и раннее обнаружение неполадок, со-

ставление расписания и планирование маршрута с прогнозированием на основе ИИ, планирование мощностей и численности персонала, прогнозирование спроса.

ИИ имеет множество областей применения в цепях поставок и логистическом секторе. Компании по всему миру внедряют эту технологию в свою повседневную деятельность. Искусственный интеллект помогает ускорить и упростить различные важные процессы. Автоматизация рутинных задач, которые в противном случае отнимали бы много времени, повышает эффективность и точность, а также снижает вероятность человеческой ошибки. В результате внедрение ИИ в логистическую отрасль может сократить расходы и повысить качество оказываемых работ.

Таким образом, были выявлены основные виды применяемых логистических технологий управления на железнодорожном транспорте, которые играют ключевую роль в повышении эффективности и надежности перевозок. Обладая своими специфическими особенностями, логистические технологии управления перевозочным процессом на железнодорожном транспорте позволяют логистическим компаниям применять инструменты для оптимизации процессов и повышения качества обслуживания. Однако, для реализации всего потенциала логистических технологий необходимо учитывать специфику железнодорожной отрасли и решать ряд технических, организационных и экономических задач.

Список использованных источников:

1. Белоусова А.А. Инновационное развитие логистических технологий на железнодорожном транспорте / А.А. Белоусова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте: сборник трудов научно-практической конференции с международным участием. Москва, 20-21 октября 2021 г. – М.: Изд-во Российского университета транспорта, 2022. – С. 40-44.
2. Грузооборот транспорта в РФ в 2023 году снизился на 0,6%, в декабре – на 0,5% – Росстат. – URL.: <https://company.rzd.ru/ru/9401/page/78314?id=214370> (дата обращения 20.02.2024).
3. Карпова Н.П. Логистические инновации: сущность, виды и способы финансирования / Н.П. Карпова, Т.Е. Евтодиева // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – №. 7. – С. 2063-2072.
4. Кочнева Д.И. Совершенствование логистической технологии доставки грузов в специализированных контейнерах / Д.И. Кочнева, М.М. Соболев // Транспорт: логистика, строительство, эксплуатация, управление (TLC2M 2023). Екатеринбург, 18 мая 2023 г. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного университета путей сообщения, 2023. – С. 180-182.

Андреев Илья Валерьевич

Andreev Ilya Valerievich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международная экономика»

Master program "International economics"

e-mail: ilya-andreev1@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ВЫБОР МЕЖДУНАРОДНЫХ СТРАТЕГИЙ ТНК

THE IMPACT OF THE DIGITAL ECONOMY ON THE CHOICE OF TNC INTERNATIONAL BUSINESS STRATEGY

Аннотация: в статье рассматривается влияние цифровой экономики на формирование международных маркетинговых стратегий. Автор анализирует текущие тенденции в цифровой экономике и предлагают методики для создания эффективных стратегий международного маркетинга. Основное внимание уделено использованию цифровых технологий для достижения лучших результатов в международном маркетинге.

Abstract: The article examines the influence of the digital economy on the organization of international marketing strategies. The author analyzes current trends in the digital economy and offer techniques for creating effective international marketing strategies. The focus is on using digital technologies to achieve better results in international marketing.

Ключевые слова: международная стратегия ТНК, цифровая экономика, маркетинговые инструменты, digital-маркетинг.

Keywords: TNC international business strategy, digital economy, marketing tools, digital- marketing.

Стратегия маркетинга – рациональное, логическое построение, руководствуясь которым организационная единица рассчитывает решить свои маркетинговые задачи [4, с. 603]. Таким образом, международная маркетинговая стратегия – это план по решению маркетинговых задач на международном уровне.

Для составления эффективной международной маркетинговой стратегии необходимо глубокое понимание культурных различий и предпочтений потребителей в различных странах. В состав стратегии входит адаптация продуктов, ценовой политики, а также продвижение продуктов на новом для компании рынке. Важнейшими аспектами являются исследование рынка, выбор наиболее эффективных каналов коммуникации и выстраивание долгосрочных отношений с клиентами.

В современной цифровой экономике необходимо активно использовать digital-инструменты, которые являются ключевым конкурентным преимуществом компании. Цифровые коммуникационные каналы обеспечивают более точное и таргетированное взаимодействие с потенциальными

клиентами, а также позволяют проводить более детальный анализ эффективности контакта с аудиторией на всех этапах взаимодействия.

С 2012 до 2022 года доля онлайн-торговли в мировой сфере розничных продаж выросла с 7 до 19 процентов. Этот рост также отразился на общем объеме розничной торговли, достигнув к началу 2023 года уровня в 5 550 млрд долларов. Цифровая экономика оказала значительное воздействие на развитие данного сектора, однако особое влияние оказала пандемия "Covid-19" и связанные с ней ограничения передвижения (самоизоляция) в 2020 году. Согласно данным АКИТ (Ассоциации компаний интернет-торговли), объем интернет-торговли увеличился с 2,032 трлн рублей до 3,221 трлн рублей с началом пандемии, что составило прирост на 58%. В последующие периоды сохранялась позитивная динамика с ростом доли внутреннего рынка и уменьшением международной торговли. Рынок онлайн-торговли увеличился почти в 4,5 раза (541,96%) [3, с. 210].

Таблица 1 – Рынок онлайн-торговли РФ в период с 2016 по 2022 гг., трлн руб. [3, с. 210]

Параметр	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Изменение	
								Абсолютное значение, трлн руб.	Темп прироста, %
Объем внутренней торговли, трлн руб.	0,618	0,666	1,153	1,446	2,781	3,604	4,809	4,191	778,16
Объем трансграничной торговли, трлн руб.	0,302	0,374	0,504	0,586	0,440	0,317	0,177	-0,125	58,61
Сумма показателей, трлн руб.	0,920	1,040	1,657	2,032	3,221	3,921	4,986	4,066	541,96

Выбор правильных инструментов является ключом к успеху в цифровом маркетинге, поскольку они помогают анализировать данные и автоматизировать процессы, а также более целенаправленно взаимодействовать с аудиторией.

Различные программные средства и онлайн-платформы digital-маркетинга помогают компаниям привлекать, взаимодействовать и удерживать целевую аудиторию. Основные инструменты digital-маркетинга [2, с. 56]:

1. Социальные сети. Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn – платформы социальных медиа, которые предлагают возможности создания сообщества, продвижения бренда, взаимодействия с клиентами и запуска рекламных кампаний.

2. Поисковая оптимизация (SEO). Используемые в SEO инструменты помогают увеличить видимость сайта в результатах поиска путем оптимизации контента, ключевых слов, тегов и других аспектов.

3. Платные поисковые кампании (PPC). Такие инструменты, как Google Ads и Яндекс.Директ, позволяют размещать рекламу в поисковых системах и на партнерских сайтах за оплату только за клики на неё.

4. Email-маркетинг. Платформы рассылок по электронной почте позволяют компаниям персонализировать сообщения, проводить рекламные акции и предоставлять информацию о продуктах или услугах.

5. Автоматизация маркетинга. Эти инструменты позволяют автоматизировать маркетинговые процессы, такие как сегментация аудитории и запуск рекламных кампаний.

6. Аналитика. Google Analytics и другие аналитические платформы предоставляют компаниям данные о трафике веб-сайта, поведении пользователей, конверсиях и другие показатели, которые помогают определить эффективность их маркетинговых кампаний.

7. Контент-маркетинг. Используются инструменты контент-маркетинга, такие как блоги, видеохостинги и платформы для создания графических материалов, для привлечения внимания аудитории к полезной и интересной информации.

Сегодня компании примеряют стратегию, которая включает в себя комбинацию нескольких инструментов цифрового маркетинга, интегрируя их в свою маркетинговую концепцию и повышая воспринимаемое воздействие своих кампаний [1, с. 163].

Однако, следует учитывать недостатки цифрового маркетинга, такие как высокая конкуренция за внимание потребителя, необходимость быстрой адаптации к новым технологиям и изменениям на рынке. Также важным аспектом является защита данных клиентов, что может ограничивать возможности повышения эффективности маркетинга. В целом, несмотря на недостатки, преимущества цифрового маркетинга позволяют ему удерживать лидирующие позиции на рынке в современной цифровой среде.

Подводя итог, отметим, что использование нескольких инструментов цифрового маркетинга может помочь увеличить охват аудитории, эффективность кампаний и вовлечение потребителей. Поэтому в современном мире цифровые технологии связаны со всеми отраслями бизнеса, а международные маркетинговые стратегии претерпевают глубокие изменения. Однако ТНК должны адаптировать свои стратегии, используя инструменты цифровой экономики для увеличения своей конкурентоспособности на мировом рынке.

Список использованных источников:

1. Землянская Н.Б., Казакова Н.В. Синергетический эффект применения средств продвижения в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2020. – №8-1. – С. 163-165.
2. Костин К.Б. Классификация инструментов цифрового маркетинга для предприятий отечественного и международного туристского бизнеса // Экономика и управление. – 2016. – № 1 (123). – С. 55-57.
3. Костин К.Б., Малевич Ю.В., Андреев И.В. Влияние цифровой экономики на выбор международной маркетинговой стратегии // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Том 14. – № 2. – С. 207-228.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Филип; Общ. ред., вступ. ст. Е.М. Пеньковой; Пер.с англ. В.Б. Боброва. – М.: Прогресс; Универс, 1993. – 736 с.

УДК 331.103

Антонов Даниил Валентинович
Antonov Daniil Valentinovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Стратегическое корпоративное управление»
Master program “Strategic corporate management”
e-mail: daniil.antonov.2023@bk.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ STATE SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST INFRASTRUCTURE

Аннотация: статья рассматривает объем и направления государственной поддержки в области туризма в целом и его инфраструктуры в частности. Рассматриваются и оцениваются реализуемые проекты и решения по улучшению инфраструктурной базы, а также методы увеличения туристического потока.

Abstract: the article examines the volume and directions of state support in the field of tourism as a whole and its infrastructure in particular. It considers and evaluates the implemented projects and solutions aimed at improving the infrastructure base, as well as methods for increasing tourist traffic.

Ключевые слова: государственная поддержка, туризм, развитие инфраструктуры, туристический потенциал, внутренний туризм.

Keywords: state support, tourism, employment development, tourism potential, domestic tourism.

Государственная поддержка является крайне важным элементом развития туристической инфраструктуры Российской Федерации. Правительство на протяжении нескольких лет активно вкладывает ресурсы в создание

и совершенствование отечественного туризма: объектов, маршрутов, отелей, транспортной сети (как в городах, так и вне их) и других элементов, способствующих активному развитию отрасли.

В последнее время внимание к туризму неуклонно растет: на сегодняшний день при поддержке государства реализуется ряд национальных проектов, выделяются средства для финансирования частного бизнеса, а также ведется активная работа в области маркетинга и рекламы по увеличению туристических потоков.

Основой для развития внутреннего туризма служит подписанный президентом еще в 2020-м году указ “О национальных целях развития РФ на период до 2030”. В рамках данного стратегического указа предусмотрены мероприятия по популяризации культуры народов РФ (искусства, традиций, языка и так далее), что логично оформилось впоследствии в относительно самостоятельный национальный проект “Туризм и индустрия гостеприимства”, объединяющий в себе по сути три проекта федерального значения: развитие туристической инфраструктуры, повышение доступности турпродуктов, а также улучшение управления в сфере туризма.

Решение подобных масштабных планов требует соответствующих финансовых вливаний. Посмотрим на объемы государственной поддержки сферы туризма на примере вышеуказанного национального проекта. Временной промежуток его реализации на сегодняшний день составляет четыре года (01.01.21 до 31.12.24) и на данный момент на цели проекта выделяются средства из трех источников:

1. Федеральный бюджет;
2. Консолидированные бюджеты субъектов РФ;
3. Внебюджетные источники;

Государство также косвенно поддерживает туристическую сферу через другие проекты и инициативы. К примеру, на стратегической сессии по развитию туризма, прошедшей в конце августа 2023-го года, Мишустин М.В. обращал внимание на важность финансирования частных предпринимателей, делая акцент на проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», соглашениях о поощрении и защите капиталовложений. Поддержка частного предпринимательского сектора в теории должна стимулировать рост численности точек розничной торговли, заведений общепита и других объектов инфраструктуры, формирующих удовлетворительную и комфортную среду для жизни и отдыха. Это, следовательно, влечет за собой большой спрос на туристические маршруты в места с подобной инфраструктурой.

Развивать частный экономический сектор критически необходимо, но применительно развития определенной сферы финансовая поддержка со стороны государства должна предполагать более выгодные условия и преференции именно для тех частных предпринимателей, которые намерены вести свой бизнес в рамках туристической среды. Подобные действия предполагаются и потому отечественный туризм имеет на сегодняшний день значительный прирост сравнительно с 2020 годом.

Председатель Правительства в целом положительно оценил проделанную за все время работу, отметив рост интереса к путешествиям внутри РФ у граждан. Это подтверждается, объемом внутренних туристических поездок, выросших с 20-го года с 54 миллионов человек до 74. Притом, как показывает статистика, интерес к поездкам туристического характера растет не только внутри России, но и у иностранных граждан. На 2024 год число подобных визитов оценивается в 24 миллиона человек, что явно сигнализирует о активном и плодотворном развитии отрасли.

Прием и обслуживание такого числа туристов – крайне трудная и комплексная, в-первую очередь, инфраструктурная задача. Ее решению посвящены разные национальные проекты, как, например, развитие железнодорожной инфраструктуры «Восточного полигона железных дорог» и «Северный морской путь», назначение которых состоит в кратном увеличении пропускной и провозной способности. В целом в вопросах модернизации транспортной инфраструктуры Россия ориентируется на установление более развитого и безопасного сообщения между городами, а также улучшение внутригородской дорожной сети.

Даже при внушительных финансовых вливаниях и пристальном внимании со стороны государства, в области транспорта имеются незакрытые проблемы. По данным «Интерфакс Недвижимость» на конец 2023-го года инфраструктурные объекты нуждаются в модернизации. Среди прочих элементов, для туризма важны дороги (35% износа), общественный транспорт (40% износа парка) и объекты социальной сферы, среди которых имеется весомая нехватка школ и поликлиник. Причём последнее важно в перспективе, так как школы выпускают потенциальные квалифицированные кадры для поддержания и улучшения не только туристической среды, а поликлиники поддерживают общий уровень здоровья населения.

Эти и прочие проблемы также решаются. В области авиаперелетов и перевозок по достижениям с 2019 по 2023 год благодаря финансовым вливаниям в рамках отдельных нацпроектов в 31 аэропорту были модернизированы 33 объекта инфраструктуры: взлётно-посадочные полосы и вспомогательные объекты обслуживания. Всего же в ближайшей перспективе еще

запланировано строительство и реконструкция 41 взлетно-посадочной полосы и 19 вспомогательных объектов.

Отдельное внимание также уделяется безопасности. Учитывая весомый объем туристов, выбирающих для перемещения личный автомобиль и другие виды наземного транспорта, государство ведет работу по автомагистралям. Активный ремонт дорожного покрытия, обновление изношенных участков трасс ведется круглогодично. Уже под конец 2023 года в этой сфере были весомые достижения – запуск движения по трассе М-12. Благодаря этому удалось соединить целых пять регионов РФ: Московскую, Владимирскую, Нижегородскую области и Республики Татарстан и Чувашия, что значительно сократило время в дороге между крайними точками трассы с 12 часов до 6,5.

Немаловажными показателями в устройстве туристической инфраструктуры являются также места размещения туристов (отели, гостиницы и так далее) и число сотрудников, занятых в индустрии. Строительство отелей на данный момент – один из лидирующих по необходимости приоритетов, потому в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» выделена дополнительная субсидия. В рамках этой категории с начала запуска национального проекта удалось достичь показателя в 783 тысячи номеров в классифицированных средствах размещения, что больше стартового показателя 21-го года на более чем 30 тысяч. Подобных показателей удалось достичь не без сотрудничества с частным предпринимательством и субсидированием отдельных регионов с высоким туристическим потенциалом.

Отдельно стоящим от инфраструктурных задач, но явно связанным с индустрией туризма, является маркетинг. Обеспечение повышения туристического потока в немалой степени зависит от распространения информации о различных туристических услугах и рекламе поддержанных государством маршрутах, объектах и мероприятиях (будь то концерт, выставка, форум и так далее). Тесная работа в этом направлении, равно как и в других государственных инициативах, должна проводиться и укрупняться, так как это имеет явный положительный эффект в вопросах привлечения граждан к важным в социальном смысле темам.

Как уже было сказано, маркетинг в туристической среде представляет собой комплекс осуществляемых мер по продвижению и реализации продуктов туристических фирм. Применительно темы, для более эффективного продвижения маркетинг необходимо должен сохранять в себе свои основные функции (контакт с клиентом, развитие и контроль) и при этом справляться с свойственными индустрии проблемами. Среди таковых, например, наиболее трудными являются подверженность сезонным колебаниям и привязка к конкретному месту. Решение этих проблем позволит

сформировать менее подверженную колебаниям систему туристического потока. На данный момент разрешение этих вызовов находится в разработке.

Классической в плане маркетинга схемой привлечения туристов является использование различных инструментов манипуляции вниманием. В России помимо телевизионной (как рекламные ролики, так и целые телевизионные шоу на тему) и наружной рекламы (баннеры, транзитная реклама и прочие) активно используются интернет средства (главным образом контекстная реклама) и более специфические нативные приемы. Так, например, мы имеем ряд агентств, занимающихся рекламой через лидеров мнений, которые продвигают туристический продукт естественным путем, то есть снимая ролики о определенных местах и поездках с точки зрения собственных эмоций и ощущений. Такой формат в грамотном исполнении лучше воспринимается потенциальным туристом и обеспечивает его интерес к теме и лояльность в отношении рекламируемого товара или услуги. Причем эта самая лояльность в немалой степени зависит от непосредственного отношения зрителя к персоне лидера мнений. Как видно, в туризм и его инфраструктуру последовательно вводятся улучшения, обеспеченные достаточным уровнем финансового вливания. Основой развития и продвижения туристической отрасли является тесная связь с частным предпринимательством и высокий приоритет социального аспекта. При всех имеющихся недочетах, отрасль развивается, набирая обороты роста с каждым годом по ключевым показателям: дорожная инфраструктура и иные коммуникационные связи между регионами и отдельными городами, число занятых работников в сфере и поток туристов как иностранных, так и отечественных.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»: Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 №2439.
3. Распоряжение Правительства РФ от 09.02.2023 №284-р «Об утверждении распределения субсидий, предоставляемых в 2023 году из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях софинансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, возникающих при поддержке и продвижении событийных мероприятий».
4. Маркетинг в туризме: задачи, инструменты, тренды. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/marketing-v-turizme/> (дата обращения 01.04.2024 г.)

Атабекян Анна Кареновна
Atabekyan Anna Karenovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные финансы и оценка бизнеса»
Master program “Corporate finance and business valuation”
e-mail: ann.atabekyan@gmail.com

РИСКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ESG-ПРОЕКТОВ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

RISKS OF FINANCING ESG PROJECTS IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

Аннотация: в условиях растущего внимания к экологической устойчивости и социальной ответственности, нефтегазовая отрасль сталкивается с необходимостью интеграции принципов устойчивого развития в свою деятельность. В то же время финансирование ESG-проектов сопряжено со многими рисками, такими как политические, технические и риски, связанные с изменением приоритетов инвесторов.

Abstract: in the context of increasing attention to environmental sustainability and social responsibility, the oil and gas industry is faced with the need to integrate the principles of sustainable development into its activities. At the same time, financing ESG projects involves many risks, such as political, technical and risks associated with changing investor priorities.

Ключевые слова: ESG, устойчивое развитие, нефтегазовая отрасль, инновационные проекты, риски.

Keywords: ESG, sustainable development, oil and gas industry, innovative projects, risks.

В условиях растущего мирового внимания к экологической устойчивости, социальной ответственности и этичному поведению, нефтегазовая отрасль сталкивается с растущим давлением на интеграцию принципов устойчивого развития в свою деятельность. Однако, реализация ESG-проектов в нефтегазовой сфере сопряжена с рядом финансовых рисков, которые требуют внимательного анализа и эффективного управления. Глобальный опрос институциональных инвесторов, проведенный компанией Ernst&Young в 2021 году, выявил значительный интерес к нефинансовым аспектам деятельности компаний, особенно к факторам ESG. Только 2% инвесторов не учитывают ESG-факторы. Три четверти инвесторов, принявших участие в опросе, готовы изъять свои инвестиции из компании, если она недостаточно внимательна к устойчивому развитию. Почти 40% считают, что ограниченное вовлечение бизнеса в тренды устойчивого развития

может негативно сказаться на инвестировании в компанию [6]. Это объясняется увеличением рисков нарушения прав человека, проблемами с потребителями и климатическими рисками. При финансировании ESG-проектов в нефтегазовой отрасли выделяют следующие риски:

1. Политические и правовые риски

Нефтегазовые компании, реализующие ESG-проекты, подвержены воздействию изменяющегося законодательства и регулирования. Это может включать в себя введение новых экологических стандартов и штрафных санкций, ужесточение требований к социальной ответственности и изменения в налоговом законодательстве. Такие изменения могут существенно повлиять на показатели эффективности проектов, а также на их стратегическую направленность.

В связи с тем, что в нефтегазовой отрасли инновационные проекты часто требуют внедрения дорогостоящего оборудования, показатели эффективности могут быть не настолько высокими, и даже незначительные изменения в выручке могут оказать существенное влияние на решение совета директоров по принятию или отклонению проекта.

2. Технические и операционные риски

Реализация ESG-проектов в нефтегазовой отрасли часто требует применения инновационных технологий и методов с целью снижения негативного воздействия на окружающую среду. Поскольку многие из этих технологий находятся на стадии развития или не имеют достаточного опыта применения, компании могут столкнуться с техническими сложностями и непредвиденными препятствиями в процессе реализации. Такие ситуации могут привести к превышению бюджета и задержкам в сроках выполнения проектов, что вызывает недоверие со стороны инвесторов к проектам, основанным на таких технологиях.

Важно отметить, что уровень технических и операционных рисков может существенно изменяться в зависимости от конкретных характеристик проекта, включая степень новизны применяемых технологий и условия их эксплуатации. Таким образом, необходимо осуществлять тщательное техническое обоснование и контроль проектов с учетом вышеупомянутых факторов для успешной реализации ESG-инициатив в нефтегазовой отрасли.

3. Возможное замедление процесса перехода к более экологически устойчивой энергетике

Последние годы характеризовались растущим интересом инвесторов к аспектам ESG, однако активизация российско-украинского конфликта привела к пересмотру приоритетов в энергетической политике. По мнению экспертов из State Street Global Advisors, на ближайшем горизонте времени основное внимание инвесторов будет сосредоточено на обеспечении энергетической безопасности.

Стоит отметить, что данный тренд применим и к России, замедление внедрения ESG-принципов в России уже начинает проявляться в виде отсрочки в реализации некоторых экологических инициатив, таких как продление сроков подачи заявок на получение комплексных экологических разрешений для предприятий с неблагоприятным экологическим статусом и отсрочку обязательного внедрения автоматизированного экологического контроля [2].

При этом идея полного отказа от внедрения ESG-принципов кажется необоснованной. В случае России соблюдение принципов устойчивого развития обусловлено различными факторами, такие как внутренние ценности и стремление к собственному развитию, а также интересы в международном сотрудничестве и политические аспекты. Хотя новые обстоятельства могут изменить приоритеты, это не исключает важности данных факторов.

4. Недоверие инвесторов из-за отсутствия согласованных стандартов ESG-проектов

Соблюдение ESG-принципов в настоящее время является основополагающим аспектом формирования ценности бизнеса, в современной мировой экономике инвесторы выбирают направления своих инвестиций, основываясь в первую очередь на соответствии компаний или проектов принципам устойчивого развития. Это связано как с общественными ценностями, так и с репутационными рисками.

В силу высокого интереса к ESG повестке, распространенным явлением стал гринвошинг (greenwashing) – ситуация, когда компания представляет свои действия в области экологии или социальной ответственности в более благоприятном свете, чем это соответствует реальности [3]. В связи с этим существует риск того, что некоторые компании могут стараться искажать данные о своих экологических и социальных проектах, чтобы представить их в более выгодном для компании свете, что ставит под сомнение доверие инвесторов и отрицательно отражается на процессе ответственного инвестирования.

Из-за отсутствия общепринятых стандартов данных ESG существует высокий риск некачественного и неполного представления информации о деятельности компании в области ESG, что затрудняет сопоставление и оценку компаний. Это также приводит к ситуации, когда компании выбирают только показатели тех рейтинговых агентств, на которых им выгодно оцениваться и которые позволяют им предстать в лучшем свете перед инвесторами, не беря во внимание другие рейтинги.

Существует набор стандартов и огромное множество систем рейтингов, применяемых для анализа деятельности компаний в области ESG на текущий момент, однако ни один из них не охватывает все аспекты деятельности компаний полностью и всесторонне. Исследование, проведенное Флорианом Бергом из MIT Sloan School of Management, показывает, что

различные рейтинги ESG совпадают в своих выводах друг с другом только в 60% случаев, в остальных случаях рейтинги дают противоречащее друг другу выводы, что создает неопределенность относительно того, как компаниям необходимо формулировать конкретные цели ESG. Исследование свидетельствует о недостатке единства в оценке компаний по стандартам устойчивого развития и подчеркивает необходимость разработки более обоснованных и согласованных методов оценки и отчетности в этой области [4].

Отчеты об устойчивом развитии компаний не подвергаются обязательному аудиту, в отличие от финансовой отчетности, что является еще одним фактором риска потенциальных манипуляций и недостоверного представления информации о деятельности компании. В свете этих соображений стало необходимым усовершенствовать механизмы проверки достоверности информации, представленной в отчетах об устойчивом развитии компаний, особенно важно гарантировать прозрачность показателей для инвесторов, принимающих решения, основываясь на данных нефинансовой отчетности. В последнее время отмечается увеличение исследований, посвященных анализу и оценке прозрачности отчетов по устойчивому развитию, а также проверке их корректности в выполнении обязательств по вопросам климата. Примером такого анализа является работа NewClimate Institute под названием «Corporate Climate Responsibility Monitor 2022», которая выявила разрыв между заявленными целями многих компаний, ставящих перед собой задачу достижения «чистого нуля», и реальными показателями снижения выбросов [5].

Для эффективного управления рисками, связанными с финансированием ESG-проектов в нефтегазовой отрасли, необходим комплексный подход. Этот подход должен включать в себя обоснованный анализ рисков, разработку стратегий их минимизации, реализацию мер по управлению репутационными рисками, а также установление партнерских отношений с заинтересованными сторонами для поиска инновационных решений, обеспечение взаимодействия правительства, правозащитных организаций, корпораций и рейтинговых агентств для формирования единых стандартов концепции устойчивого развития. В заключение, несмотря на сложности и риски, связанные с финансированием ESG-проектов в нефтегазовой отрасли, эти усилия представляют собой важный шаг к устойчивому развитию отрасли и обеспечению ее долгосрочной стабильности.

Список использованных источников:

1. Зачем нефтегазовым компаниям ESG? / Национальное Рейтинговое Агентство – 2022 – URL: <https://www.ra-national.ru/analitika/zachem-neftegazovym-kompanijam-esg/> (Дата обращения: 26.03.2024)
2. Озеленение лишают кнута / Журнал «Коммерсантъ» – 2022 – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5258338> (Дата обращения: 26.03.2024)

3. ESG: три буквы, которые меняют мир / Ведерин И. В., Головщинский К. И., Давыдов М. И. и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ – 2022 – 140 с. URL: <https://www.hse.ru/data/2024/03/01/2082502909/ESG-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf> (Дата обращения: 28.03.2024)

4. Florian Berg, Julian F Kölbl, Roberto Rigobon Aggregate Confusion: The Divergence of ESG Ratings / Review of Finance, Volume 26, Issue 6 – 2022. – 1315-1344 с.

5. Corporate Climate Responsibility Monitor / NewClimate Institute – 2022 – URL: <https://newclimate.org/resources/publications/corporate-climate-responsibility-monitor-2022> (Дата обращения: 27.03.2024).

6. Is your ESG data unlocking long-term value?: Sixth global institutional investor survey / EY – 2021 – URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/assurance/assurance-pdfs/ey-institutional-investor-survey.pdf (Дата обращения 28.03.2024).

7. The green, electric future of oil and gas / KPMG – 2021 – URL: <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2021/01/the-green-electric-future-of-oil-and-gas.html> (Дата обращения: 27.03.2024).

УДК 81-13

Байбикова Эльвина Ринатовна
Baibikova Elvina Rinatovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика»
Master program “Intercultural communication: translation studies and linguodidactics”
e-mail: elvinka.98@mail.ru

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ТОКСИЧНОЙ ЛИЧНОСТИ В ОРИГИНАЛЕ И В ПЕРЕВОДЕ

SPEECH PORTRAIT OF A TOXIC PERSONALITY IN THE ORIGINAL AND IN TRANSLATION

Аннотация: статья посвящена анализу речевого портрета личности, репрезентирующей неэкологичную коммуникацию. В качестве объекта выбран герой фильма «Whiplash» («Одержимость») Теренс Флетчер. В работе выявлены языковые/речевые признаки токсичности, характерные для данной личности, в англоязычном оригинале и в переводе на русский язык.

Abstract: the article is aimed to analyse the speech portrait of a personality featuring non-ecological communication as represented by Terence Fletcher, the main character of the film "Whiplash". The paper considers linguistic features specific of a toxic personality's communication mode in the original (English) and in translation (Russian).

Ключевые слова: речевой портрет, лингвотоксичность, неэкологичная коммуникация, кинодискурс, перевод.

Keywords: speech portrait, linguotoxicity, non-ecological communication, film discourse, translation.

Неэкологичная, или токсичная коммуникация характеризует речевое поведение одного из коммуникантов, оказывающее негативное воздействие на другого. Такого рода коммуникация квалифицируется как агрессия, газлайтинг, харассмент и под. В настоящей статье представлена попытка создания речевого портрета, характеризующего токсичную личность, т.е. тип личности, создающей вокруг себя нездоровую обстановку, оказывающей психологически вредное воздействие. Мы используем предложенное Г.Г. Матвеевой определение термина «речевой портрет» как набора речевых предпочтений, говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего [2].

В качестве материала исследования выбран фильм «Whiplash» («Одержимость»), представляющий историю о барабанщике Эндрю Нимане, который мечтает стать великим музыкантом, играет в оркестре под руководством талантливого, но чересчур требовательного маэстро Теренса Флетчера, речевая агрессия которого является характерной личностной чертой. Он убежден, что «нет слова вреднее и опаснее, чем молодец» и «настоящий Чарли Паркер никогда не сломается» и постоянно критикует и унижает своих учеников, чтобы побудить к более усердной работе и достижению своих целей.

Токсичность коммуникации может быть эксплицитной и имплицитной. Эксплицитные токсичные выражения недвусмысленны, всегда легко идентифицируемы, иллокутивной силой высказывания является ущемление достоинства собеседника, оскорбление личности. Имплицитные токсичные высказывания не обозначают оскорбление сразу, например, косвенные «ликоущемляющие» речевые акты в формате вопросов, метарепрезентаций, семантическая транспозиция морфологических, синтаксических, лексических единиц также могут выражать токсичность.

В рамках эксплицитной можно говорить о прототипическом выражении токсичности, в частности, о вульгаризации речи с помощью номинаций «телесного низа» и ассоциативно связанных с ним понятий. Ядро составляют обсценизмы, грубо номинирующие мужской половой орган, связанное с ним наименование лица, половой акт и под., представленные только в оригинале:

Then why the fuck didn't you say so?!?

You are a self-righteous prick.

К ближней периферии способов вульгаризации мы относим бранную, грубую, вульгарную лексику, эвфемизмы ненормативной лексики, например:

So you just don't give a shit?

А ноты ты, твою мать, читаешь?

В рамках эксплицитной токсичности мы также выделяем такой троп как сравнение (пейоративное сравнение). Отметим, часто герой сравнивает студентов с девочками, выражая при этом негативное отношение к девочкам в том числе:

Who's now weeping and slobbering all over my drum set like a fucking 9-year-old girl!

И теперь ты гадишь соплями мои новые барабаны, как девятилетняя девочка!

В рамках имплицитной токсичности были выявлены прагматемы пейоративного характера, или ликоущемляющие речевые акты. Социальное дистанцирование, дискурсивные манипуляции, метавопросы, детерминативы с семантической транспозицией, ирония (иронические метарепрезентации), двойная адресация являются языковыми/ дискурсивными форматами реализации прагматем.

Социальное дистанцирование реализуется с помощью дейктиков (1), единиц с пресуппозицией девиантного состояния/поведения (2), например:

1) *We got Buddy Rich here!*

Да у нас тут Бадди Рич!

2) *Будем надеяться, у тебя **хоть** память в порядке.*

Представленный ниже отрывок диалога демонстрирует дискурсивную манипуляцию (пейоративную автономинацию), иллюстрирует, как Флетчер заставляет Нимана на публику сказать, крикнуть, что он плакса:

- *You must be upset. Are you upset? No? So you just don't give a shit?*

- *I do give a shit.*

- *So are you upset? Yes or fucking no? Yes, you are upset.*

- *Yeah.*

- *Say it. «I'm upset». Say it so the whole band can hear you.*

- *I'm upset.*

- *Louder.*

- *I'm upset.*

- *Louder!*

- *I'm upset!*

- *Так ты плакса у нас? Так что ли? Нет? То есть тебе на все насрать?*

- *Нет, не насрать.*

- *Значит, ты плакал, твою мать, или нет? Да, ты у нас плакса.*

- *Да.*

- *Скажи. Я плакса. Так, чтобы весь оркестр слышал.*

- *Я плакса.*

- *Громче.*

- *Я плакса.*

- *Громче!*

- Я плакса!

Особый интерес представляют метавопросы, реализующиеся в форме вопроса, но иллокутивная сила таких высказываний выражена не явно, а через контекст и интонацию, и они являются косвенными директивами:

Metz, why are you still sitting there?

Почему ты еще здесь?

Токсичность может быть выявлена в иронии, а также в приеме пародирования, известном как ироническая метарепрезентация [1]. Иллокутивная цель – принизить, осудить объект иронии. Например, фраза опоздавшему:

Well, glad you could fit us into your busy schedule, darling.

Нашел все-таки время в своем тесном графике.

Студент поправлял высоту стула, на что Флетчер сказал:

-Adjusting the seat? Really? That's been your fucking problem the whole time? The seat height? So now you have it, right? Go.

- *Высоту поправляешь? Серьезно? Так вот в чем была проблема! В сидении. Ну, теперь то все как надо. Жги!*

Детерминативы с семантической транспозицией (1) и двойная адресация, отклонение от грамматической нормы, которое создает негативную коннотацию, (2) также делают высказывания токсичными:

С каких это пор ты знаешь (1), на что я имею право, ты, плаксивый мешок говна (2)?

When did you become a fucking expert on what I can do you fucking weepy-willow shit sack (2)?

В силу особенности самого языка в переводе выявлены морфемы с пейоративной коннотацией, создающие токсичность:

... как девятилетняя девчонка!

... бездарный ты жидёнок?

... бездарный педиковатый кусок дерьма!

В качестве предварительных выводов считаем необходимым отметить следующее. Лингвотоксичными форматами и в исходном языке, и в языке перевода являются пейоративные сравнения, социальное дистанцирование с помощью дейктиков и единиц с пресуппозицией девиантного состояния/поведения, дискурсивные манипуляции (пейоративные автономинативы), метавопросы, ирония (иронические метарепрезентации), двойная адресация. Специфичными лингвотоксичными форматами в языке перевода являются детерминативы с семантической транспозицией, морфемы с пейоративной коннотацией. Вульгаризация речи с помощью номинаций «телесного низа» и ассоциативно связанных с ним понятий характерна как для оригинала, так и для перевода, однако в ИЯ ядро составляют обценнизмы, в ПЯ – вульгаризмы, бранная лексика, грубая лексика, эвфемизмы.

Список использованных источников:

1. Клепикова Т.А. Типология лингвистических метарепрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2008. – №3. – С. 5-15.
2. Матвеева Г.Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего. – автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 1993. – 28 с.

УДК 338

Байдакова Виктория Константиновна
Baydakova Victoria Konstantinovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Master program “Marketing and Digital-communications”
e-mail: v.baydakowa@gmail.com

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ЧАСТНЫХ КЛИНИК МОСКВЫ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF INTERNET MARKETING OF PRIVATE CLINICS IN MOSCOW AND ST. PETERSBURG

Аннотация: выявлены особенности медицинского интернет-маркетинга, предложено определение понятия «эффективность интернет-маркетинга платных медицинских услуг», проведено исследование оценки эффективности интернет-маркетинга 50 клиник Москвы и Санкт-Петербурга.

Abstract: the features of medical Internet marketing have been identified, a definition of the concept of “the effectiveness of Internet marketing of paid medical services” has been proposed, and a study has been conducted to evaluate the effectiveness of Internet marketing in 50 clinics in Moscow and St. Petersburg.

Ключевые слова: медицинский маркетинг, интернет-маркетинг, оценка эффективности интернет-маркетинга, эффективность интернет-маркетинга платных медицинских услуг.

Keywords: medical marketing, Internet marketing, Internet marketing effectiveness, Internet marketing effectiveness of private medical services.

Данная статья посвящена проблеме оценке эффективности интернет-маркетинга коммерческих медицинских организаций в Москве и Санкт-Петербурге. Объект исследования – частные клиники Москвы и Санкт-Петербурга, предоставляющие платные медицинские услуги. Предмет – эффективность интернет-маркетинга частных клиник. Цель работы – оценить эффективность интернет-маркетинга компаний, предоставляющих платные медицинские услуги. Для ее достижения поставлены следующие задачи:

изучение научных публикаций на тему интернет-маркетинга клиник, выявление особенностей интернет-маркетинга платных медицинских услуг, проведение исследования оценки эффективности интернет-маркетинга клиник на выборке из 50 организаций.

Данная тема актуальна, так как сейчас важность маркетинга возрастает даже в сферах, которые раньше считались в России не коммерческими. Особенно это характерно для медицинского рынка. Уже на протяжении нескольких лет наблюдается процесс перераспределения медицинских услуг из бюджетного сектора на платную основу [2, с. 818]. На фоне этого рынок платных медицинских услуг в России растет, количество частных клиник увеличивается. Долгое время в области предоставления медицинских услуг применялись традиционные маркетинговые инструменты. Однако, во всем мире и в России после вызова пандемии COVID-19 цифровизация значительно затронула медицинскую сферу. Сегодня практически каждая клиника так или иначе присутствует в интернете. На фоне экономического кризиса в стране наблюдается подорожание медицинского оборудования и медицинских услуг [4, с. 414]. Конкуренция высока, ведь потребитель нередко самостоятельно выбирает, в какую клинику ему обратиться.

Многие ученые занимались разработкой определения «интернет-маркетинг» и «эффективность интернет маркетинга». Например, Успенский И.В., Царев В.В., Михалева Е.П. и другие. Также большое количество трудов посвящено изучению интернет-маркетинга в медицине, этой проблеме посвящены работы таких ученых как Ананченкова П.И., Аксенова Е. И., Тавберидзе К.Ю. и другие. Однако, в ходе анализа научной литературы было выявлено, что понятие «эффективности интернет-маркетинга платных медицинских услуг» не сформулировано. Попытаемся дать определение этому понятию на основе изученной литературы. Эффективность интернет-маркетинга платных медицинских услуг – это степень достижения показателей оценки эффективности интернет-маркетинга, которые также могут выбираться индивидуально в соответствии с целями маркетинговой стратегии конкретной клиники.

Важно отметить, что маркетинг в сфере платных медицинских услуг обладает рядом особенностей. Попробуем выявить ключевые из них. Сейчас растет число повторных приемов и люди чаще ориентируются на системное посещение клиник [2, с. 820]. Следовательно, маркетинг в медицинской сфере должен быть ориентирован не только на привлечение, но и удержание пациентов. Во-вторых, для клиник большое значение имеет репутация и отзывы. Клиникам следует уделять внимание работе с восприятием компании в интернете. В-третьих, потребители не воспринимают ценность медицинских услуг в денежном эквиваленте [1, с. 688]. Поэтому в рекламных интернет-коммуникациях клиникам не всегда целесообразно делать акцент на ценовой выгоде своих предложений. Также важно, что в

российском законодательстве существуют ограничения для рекламы медицинских услуг, в том числе в интернете.

Рассмотрим инструменты интернет-маркетинга клиник. Поисковой маркетинг или SEO – один из основных инструментов. Более половины потенциальных или действующих клиентов ищут информацию о заболеваниях через поисковые системы. E-mail-маркетинг. Многие клиники высылают на электронную почту пациентов результаты анализов или напоминания о записи, которые могут дополняться почтовыми рассылками [3, с. 130]. Интернет-реклама. Контекстная реклама на сайтах может быть эффективна, но ее основной недостаток – высокая цена и медленная окупаемость, так как часто пользователи не совершают записи сразу. SMM и SMO. Исследования отмечают, что «в тренде персональные сообщения от врача к пациенту» поэтому компаниями рекомендуется общаться с пациентами через социальные сети [1, с. 692]. Также в некоторых исследованиях выделяются дополнительные инструменты интернет-маркетинга клиник, которые набирают популярность: создание целевой страницы, пресс-релизы, создание мобильного приложения, инфлюэнс-маркетинг.

Необходимо, чтобы вышеизложенные инструменты с учетом особенностей интернет-маркетинга приносили социально-экономическую пользу, имели эффект и эффективность в соответствии с целями и задачами компании. Существуют разные подходы к оценке эффективности интернет-маркетинга клиник. Исследователи предлагают комплексную аналитику, включающую анализ отзывов и контента пользователей, мониторинг поведения потребителей в сети и др. Преимущество данного метода в комплексном подходе и объеме исследуемых данных. Но в рамках данной статьи трудно реализовать такой анализ без доступа к рекламным кабинетам компаний и инсайдерской информации. В статье Смольяниновой Е.Н. предложен метод оценки эффективности интернет-маркетинга клиник с помощью 10-балльных шкал и показателей оценки эффективности [5, с. 351]. Однако с тех пор ситуация на рынке могла измениться, поэтому есть смысл использовать данный метод на современных данных, дополнить показатели и увеличить размер выборки.

Цель исследования – оценить эффективность интернет-маркетинга клиник. Работа основана на анализе открытых статистических данных с помощью инструмента веб-аналитики PR-CY. В выборку исследования вошли 50 частных многопрофильных клиник (25 Москвы и 25 Санкт-Петербурга). Все клиники предоставляют платные медицинские услуги не менее 2 разных профилей, имеют медицинскую лицензию, юридически зарегистрированы не менее 3 и не более 5 лет назад.

Каждой клинике давалась оценка по 10 балльной шкале по следующим параметрам: Яндекс ИКС, количество установленных систем веб-аналитики, количество посещений веб-сайта, количество отказов – уходов с сайта из-за нерелевантности страницы, количество источников трафика,

количество подписчиков в социальных сетях (при наличии нескольких оценивается соцсеть с наибольшим числом), пользовательский рейтинг клиники на «Яндекс Карты», размер выручки. По результатам исследования большинство клиник получили оценки выше среднего (55 баллов из 80). В таблице 1 представлены средние итоговые баллы всех клиник и средние баллы по каждому показателю.

Таблице 1 – Средние баллы клиник

Параметры оценки	Средний балл клиник
Яндекс ИКС	7
Системы веб-аналитики	8
Количество посещений сайта	8
Количество отказов	6
Количество источников трафика	4
Количество подписчиков	8
Рейтинг клиники на Яндекс картах	6
Размер выручки	8
Итоговый балл	55

В Москве наиболее высокие баллы получили клиники – «Будь Здоров» (80 баллов), «Медси» (75 баллов), «Поликлиника. ру» (75 баллов). В Санкт-Петербурге – «СМ Клиника» (80 баллов), «X-Clinic» (70 баллов) и «Клиника СМТ» (70 баллов). Имеют ли клиники Москвы и Санкт-Петербурга отличия в подходе к интернет-маркетингу?

У всех компаний есть свой сайт, как минимум с одной установленной системой веб-аналитики. Наиболее распространенный канал трафика на сайт среди всех клиник – поисковые системы, на втором месте – прямые запросы, на третьем – почтовые рассылки, что можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 – Источники трафика сайтов клиник

Источники трафика	Средняя доля источников в трафике (в %)
Поисковые системы	83.5%
Прямые запросы	8%
E-mail рассылки	5%
Социальный сети	3,5%
Поисковая реклама	0%
Сторонние ссылки	0%

Социальные сети приносят наименьшее количество трафика среди всех источников. Из этого следует вопрос, рационально ли клиникам использовать социальные сети как инструмент интернет-маркетинга?

Насколько они эффективны? Поисковая реклама и сторонне размещение ссылок не приносят трафика совсем. Каковы причины этого?

Все клиники представлены на «Яндекс Картах» и имеют пользовательскую оценку выше «4». Это может свидетельствовать о том, что клиники работают с отзывами. Однако, существует вероятность заказа фальсифицированных отзывов. Каков процент реальных оценок клиник на картах и может ли обычный клиент отличить фальсифицированный отзыв?

Ограничения исследования. В выборку вошли сетевые клиники, которые может быть нерационально сравнивать с клиниками-одиночками по размерам выручки или посещаемости сайта. Таким образом, изучены особенности интернет-маркетинга клиник, выявлены основные инструменты и сформулировано понятие оценки эффективности интернет-маркетинга платных медицинских услуг. В ходе оценки эффективности интернет-маркетинга 50 клиник Москвы и Санкт-Петербурга поставлены исследовательские вопросы для дальнейших исследований: «Имеют ли клиники Москвы и Санкт-Петербурга отличия в подходе к интернет-маркетингу?», «Насколько эффективно использование социальных сетей для клиник?» и «Каков процент реальных оценок клиник на картах и может ли обычный клиент отличить фальсифицированный отзыв?». Для дальнейшей разработки проблемы возможно проведение глубинных интервью с потребителями или экспертных интервью со специалистами в медицинском маркетинге или анализ данных на большем размере выборки.

Список использованных источников:

1. Ананченкова П.И. Управление рекламными коммуникациями в медицинских организациях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reklamnymi-kommunikatsiyami-v-meditsinskih-organizatsiyah> (дата обращения: 09.03.2024)
2. Баженова С.А. Анализ медицинского рынка России за 2016-2018 гг.: основные экономические показатели и результаты исследований [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-meditsinskogo-rynka-rossii-za-2016-2018-gg-osnovnye-ekonomicheskie-pokazateli-i-rezultaty-issledovaniy> (дата обращения: 09.03.2024).
3. Плутницкий А.Н. Электронные технологии современного маркетинга в здравоохранении и медицине (обзор зарубежной литературы) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnye-tehnologii-sovremennogo-marketinga-v-zdravoohranenii-i-medicine> (дата обращения: 09.03.2024)
4. Руденко М.И. Анализ российского рынка медицинского оборудования с целью разработки эффективной бизнес-модели и стратегии по выходу на рынок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rossiyskogo-rynka-meditsinskogo-oborudovaniya-s-tselyu-razrabotki-effektivnoy-biznes-modeli-i-strategii-po-vyvodu-na-rynok> (дата обращения: 09.03.2024).
5. Смольянинова Е.Н. Анализ продвижения медицинских услуг в сети интернет (на примере г. Владивостока) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-prodvizheniya-meditsinskih-uslug-v-seti-internet-na-primere-g-vladivostoka> (дата обращения: 09.03.2024).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОНЛАЙН ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ

PECULARITIES OF ONLINE EDUCATION MARKET DEVELOPMENT IN CHINA

Аннотация: в данной статье рассматриваются ключевые аспекты онлайн-образования в Китае. Особое внимание уделено правовому регулированию данной сферы, учебным платформам и моделям онлайн-образования.

Abstract: This article will discuss key aspects of online education in China. Particular attention will be paid to the legal regulation of this area, learning platforms and online education models.

Ключевые слова: онлайн-образование Китая, законы об образовании Китая, модель онлайн-обучения, EdTech.

Keywords: China online education, China education laws, online learning model, EdTech.

В современном мире онлайн-образование становится все более популярным и востребованным, играя значительную роль в образовательных системах различных стран. Китай, который является одним из мировых лидеров в области образования, не остался в стороне от этой тенденции. Онлайн-образование в Китае выделяется своими уникальными особенностями, которые в значительной степени определяют его развитие и влияют на образовательный процесс как на местном, так и на глобальном уровнях.

Изучение сферы онлайн-образования в Китае представляется важным и актуальным в контексте современной образовательной сферы. В свете быстрого развития информационных технологий и интернет-инфраструктуры в Китае, онлайн-образование становится неотъемлемой частью образовательного процесса. Растущее влияние китайской экономики и культуры на мировое развитие подчеркивает важность понимания особенностей образовательной системы Китая, включая сферу онлайн-образования.

Кроме того, в условиях быстрой цифровизации общества и изменения предпочтений студентов в отношении форм обучения, изучение онлайн-образования в Китае приобретает стратегическое значение для образовательных институтов, правительства и бизнеса. Эффективное использование онлайн-платформ и технологий обучения может иметь значительное влияние

на доступность образования, повышение качества обучения и развитие человеческого капитала в Китае, что делает эту тему важной для исследования и обсуждения.

История развития онлайн-образования в Китае насыщена инновациями и стремительным ростом. Начавшееся в конце 20-го века, это движение претерпело значительные изменения под воздействием технологических прорывов и социокультурных изменений.

В середине 1990-х годов, когда интернет только начинал активно проникать в китайское общество, появились первые эксперименты с онлайн-образованием. Однако настоящий взлет отрасли произошел в начале 2000-х, когда правительство Китая начало активно инвестировать в развитие информационных технологий и интернет-инфраструктуры. Это способствовало появлению новых онлайн-платформ и образовательных ресурсов, а также стимулировало университеты и образовательные учреждения к интеграции онлайн-курсов и дистанционного обучения в свои программы.

В последующие годы китайское правительство продолжало активно поддерживать развитие онлайн-образования, внедряя различные программы и инициативы для содействия его распространению и улучшению качества. С появлением крупных игроков на рынке онлайн-образования, таких как Alibaba и Tencent, а также развитием технологий искусственного интеллекта и облачных вычислений, сфера онлайн-образования в Китае продолжает демонстрировать стабильный рост и инновационные достижения.

В связи с быстрым развитием онлайн-образования в Китае, правительство приняло ряд мер для регулирования этой отрасли и обеспечения ее качества и безопасности. Но, несмотря на это, по мнению китайских исследователей, на данный момент законодательство КНР в области регулирования онлайн-образования все еще достаточно разрозненно и не имеет единства. Обязанности каждого отдела неясны, а существующая система административного управления не имеет эффективных методов контроля за сферой онлайн-образования.

На данный момент основным законом, регулирующим образование (включая программы высшего образования и онлайн-обучение), является «Закон об образовании КНР» [1]. В данном законе нет статей, которые напрямую устанавливают ограничения и регулируют онлайн-образование, но сам принцип распределения ответственности за учебные программы прописан в Статье 15 и гласит следующее: «Административные департаменты образования местных органов власти уровня уезда и выше несут ответственность за работу в области образования в своих соответствующих административных регионах. Другие соответствующие департаменты народных правительств на уровне уезда и выше несут ответственность за соответствующую образовательную работу в рамках своих соответствующи-

щих обязанностей.» [1]. Таким образом возникают разночтения в интерпретации общего планирования развития образования, которое исходит от высшего органа – Государственного Совета КНР, что в дальнейшем затрудняет координацию программ высших учебных заведений с онлайн-программами для старшей школы и студентов.

Также специалисты по праву в КНР в данный момент отмечают проблему с правовым статусом образовательных онлайн-платформ. По статье 22 «Закона об образовании КНР» любые школы или иные образовательные учреждения должны иметь сертификацию по государственным стандартам. Если онлайн-платформа с образовательными курсами создана на основе аккредитованного высшего учебного заведения или центра дополнительного образования, то она считается частью данного заведения и прошедшей аккредитацию [3, с. 53]. Но для платформ-агрегаторов учебных курсов до сих пор нет четкого регулирования и надзора в области права.

Ранее в Китае рынок онлайн-образования был одним из самых динамично развивающихся, но в 2021-2022 гг., он стал одним из самых строго регулируемых секторов бизнеса из-за ужесточения контроля со стороны государства.

На фоне широкого процесса цифровизации в Китае и роста числа интернет-пользователей, все больше людей обращаются к онлайн-образованию. Это включает профессиональные курсы и высшее образование. Количество пользователей онлайн-образовательных сервисов в Китае в 2021 году достигло 342 миллионов человек [2].

Таблица 1 – Количество учащихся на профессиональных курсах и программах бакалавриата онлайн (млн чел) [2]

Количество обучающихся/год	2017	2018	2019	2020	2021
Количество обучающихся на специализированных онлайн-курсах	4,9	5,5	5,6	5,4	5,4
Количество обучающихся на онлайн-курсах полного бакалавриата	2,7	2,9	3	3,1	3,4
Общее количество	7,6	8,4	8,6	8,5	8,8

В Китае существует несколько моделей онлайн-образования, включая:

1. Микролекции и микрокурсы. Эта модель предполагает предоставление коротких уроков или лекций по конкретным темам или навыкам. Студенты могут выбирать курсы по своему уровню и интересам, что обеспечивает гибкость в обучении.

2. Образовательные платформы. Крупные технологические компании, такие как Alibaba и Tencent, разработали образовательные платформы,

предлагающие широкий спектр курсов, интерактивные уроки, тесты и другие образовательные ресурсы.

3. Смешанное обучение. Эта модель комбинирует онлайн-и офлайн-образование, где студенты получают доступ к онлайн-материалам и занятиям, а также участвуют в лекциях и практических занятиях в классе.

4. Персонафицированное обучение. Использование технологий искусственного интеллекта позволяет создавать персонализированные образовательные программы, адаптированные к индивидуальным потребностям и уровню знаний каждого студента.

На данный момент крупнейшими игроками рынка являются компании New Oriental, TAL и Gaotu. New Oriental Education & Technology Group Inc., обычно называемая просто New Oriental, является крупнейшей частной образовательной компанией в Китае. Она была основана в 1993 году и с тех пор является одним из ведущих игроков в сфере образования в стране.

Деятельность New Oriental охватывает широкий спектр образовательных услуг, включая подготовку к экзаменам (таким как экзамены по английскому языку TOEFL и IELTS), языковые курсы, консультации по поступлению в университеты за рубежом, а также другие программы и услуги, связанные с образованием. Компания New Oriental известна своими инновационными подходами к образованию, использованием технологий и активной маркетинговой стратегией. Она также имеет сеть образовательных центров по всей стране, обеспечивая доступность своих услуг для широкой аудитории. Несмотря на то что рынок онлайн-образования в Китае стал более регламентированным в последние годы, компания New Oriental успешно адаптировалась к изменяющейся среде, предлагая как традиционные, так и онлайн-образовательные услуги, и остается одним из ключевых игроков в образовательной индустрии Китая.

TAL Education Group (TAL), также известная как TAL Education, является одной из ведущих компаний в области образования в Китае. Основанная в 2003 году, TAL предлагает широкий спектр образовательных услуг, включая подготовку к экзаменам, курсы по различным предметам, а также услуги в области образовательных технологий. Ключевыми направлениями деятельности TAL являются подготовка к экзаменам, таким как Gaokao (национальный вступительный экзамен в китайские университеты) и различные международные экзамены, включая SAT и AP. Кроме того, компания предлагает курсы по математике, естественным наукам, иностранным языкам и другим предметам для учеников разного возраста.

Таким образом, основными особенностями современного онлайн-образования в Китае являются: сложное и разрозненное правовое регулирование, формулировки которого не покрывают все сферы деятельности EdTech компаний и платформ по онлайн-образованию, но которое является доста-

точно жестким и регламентированным в отдельных аспектах сферы; наличие нескольких лидеров рынка (New Oriental, TAL), которые выдерживают конкуренцию с платформами, произведенными крупнейшими техническими корпорациями Китая (Alibaba, Tencent); наличие нескольких доминирующих моделей, на которых построено онлайн-образование в Китае – «микрокурсы» и образовательные платформы.

Список использованных источников:

1. Закон Китая об онлайн-образовании. (с поправками от 21.04.2021). Министерство образования Китая. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/sjzl_zcfg/zcfg_jyfl/202107/t20210730_547843.html
2. Количество учебных заведений и обучающихся по уровню и типу (2021). Национальное бюро статистики Китая. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2022/indexeh.htm>
3. Ван Ди, Цзо Ци. Онлайн-образование в современном Китае // Общество: социология, психология, педагогика. – 2022. – №5. – С. 50-56. DOI: 10.24158/spp.2022.5.6
4. Черкасова Любовь Николаевна, Гампарцумов Артем Семенович Специфика систем образования России и Китая в рамках мировой цифровизации. // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-sistem-obrazovaniya-rossii-i-kitaya-v-ramkah-mirovoy-tsifrovizatsii> (дата обращения: 18.04.2024).

УДК 808.5

Блинова Ирина Владимировна
Blinova Irina Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Стратегические коммуникации в бизнесе»
Master program “Strategic communications in business”
e-mail: blinova-ira@list.ru

**РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ
В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ ЧЕРЕЗ ESG-ПОДХОД
DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF A CORPORATE
COMMUNICATION STRATEGY WITHIN THE FRAMEWORK
OF BRAND MANAGEMENT THROUGH AN ESG APPROACH**

Аннотация: статья посвящена разработке и реализации коммуникационной стратегии сервиса компании "Грузовичкоф" с использованием ESG-подхода. В ней рассматривается, как компания, имеющая значительный автопарк и сталкивающаяся с критикой в связи с гринвошингом, стремится изменить свою деятельность через интеграцию экологических, социальных и управленческих аспектов.

Abstract: this article explores the development and implementation of a communication strategy by the transport logistics company "Gruzovichkof" using an ESG approach. It discusses how the company, with a significant vehicle fleet and facing criticism for greenwashing, aims to transform its operations through the integration of environmental, social, and governance aspects.

Ключевые слова: коммуникационная стратегия, управление брендом, ESG-подход, транспортная логистика, устойчивое развитие.

Keywords: communication strategy, brand management, ESG approach, transport logistics, sustainable development.

Современные тренды устойчивого развития требуют от компаний не только экономической эффективности, но и социальной ответственности, а также внимания к экологическим аспектам деятельности. В данной статье рассматривается, как сервис грузового такси «Грузовичкоф», занимающийся транспортной логистикой и имеющий значительный автопарк, разрабатывает и реализует коммуникационную стратегию через ESG-подход, несмотря на вызовы, связанные с природой своей деятельности.

«Грузовичкоф» – транспортная логистическая компания с более чем 6 000 автомобилей, которые оказывают значительное воздействие на окружающую среду. Несмотря на ассоциации с зелёным корпоративным цветом, компания сталкивается с критикой и обвинениями в гринвошинге. Однако, стремление к интеграции ESG-принципов свидетельствует о желании изменить ситуацию к лучшему. В настоящее время важность ESG достигла своего пика за весь прошедший период [1, с. 102].

Использование большого числа автотранспорта несёт за собой повышенные выбросы углекислого газа, что ставит под вопрос возможность реализации ESG-принципов. Однако, рассмотрение различных аспектов ESG позволяет наметить пути совершенствования в каждой из областей: экологической, социальной и управленческой.

Коммуникационная стратегия – это план, который определяет, как организация будет общаться со своими различными аудиториями, включая клиентов, партнёров, сотрудников и общественность, для достижения своих стратегических целей. Этот план включает в себя выбор основных сообщений, которые нужно передать, определение каналов коммуникации, которые будут использоваться для этих сообщений, и разработку контента, соответствующего этим каналам. Коммуникационная стратегия должна быть интегрирована и согласована с общей миссией и стратегией организации, чтобы обеспечить единообразие и последовательность во всех формах общения. Основная цель такой стратегии – не просто информировать, но и вовлекать аудиторию, формировать общественное мнение и укреплять репутацию компании. В контексте управления брендом через ESG-подход, коммуникационная стратегия становится особенно важной, поскольку она

помогает прозрачно демонстрировать приверженность компании устойчивому развитию, а также её ответственность перед обществом и окружающей средой.

Сервис «Грузовичкоф», являющийся частью группы компаний «People&People», активно разрабатывает стратегию укрепления корпоративного бренда, уделяя особое внимание развитию корпоративной культуры и оптимизации как внутренних, так и внешних коммуникационных процессов. Основная цель данной стратегии заключается в улучшении взаимодействия с текущими и потенциальными клиентами, а также в совершенствовании механизмов внутренней коммуникации. Стратегия включает следующие ключевые элементы: повышение узнаваемости бренда через активное информирование о предоставляемых услугах, улучшение уровня клиентского сервиса путем обеспечения четкой и эффективной коммуникации, расширение рыночного охвата с помощью маркетинговых и рекламных кампаний, а также укрепление корпоративной культуры через активное вовлечение сотрудников в жизнь компании. В рамках коммуникационной стратегии «Грузовичкоф» акцентирует внимание на надежности и оперативности своих услуг, предлагает гибкие решения, адаптированные к индивидуальным потребностям клиентов, и обеспечивает комплексное обслуживание, охватывающее как местные, так и междугородние перевозки. Каналы коммуникации включают корпоративный сайт, активное использование социальных сетей, СМС-рассылки, приложение, а также работу с СМИ для публикации материалов, укрепляющих позиции компании как лидера в логистической отрасли. Важной составляющей является внутренняя коммуникация, включающая работу через Битрикс24, Telegram, VK сообщества, а также, регулярные собрания и мероприятия для сотрудников, что способствует укреплению командного духа и повышению эффективности работы.

Компания «Грузовичкоф» прилагает усилия для интеграции экологических, социальных и управленческих аспектов (ESG) в свою корпоративную стратегию, стараясь соответствовать современным требованиям устойчивого развития, хотя и осознаёт, что процесс этот находится на начальном этапе.

Что касается экологического аспекта, то с 2019 года «Грузовичкоф» предпринимает значительные шаги для уменьшения воздействия своей деятельности на окружающую среду, переведя значительную часть своего автотранспорта на природный газ [2]. Это позволяет существенно сократить углеродный след компании. Кроме того, внедрение автоматизированных систем планирования маршрутов способствует сокращению «холостого» пробега, что также уменьшает расход топлива. Сотрудничество с экологическим движением «РазДельный Сбор» и корпорацией «Экополис» в рамках услуги утилизации твердых бытовых отходов подчеркивает стремление «Грузовичкоф» к поддержке устойчивых практик.

Проект «Манифест» помогает компании в производстве сумок из переработанных тентов для сотрудников и партнеров, продвигая идею повторного использования материалов [3].

В социальном аспекте следует подчеркнуть, что «Грузовичкоф» активно заботится о своих сотрудниках, создав отдел по обучению и развитию персонала, что способствует повышению квалификации и удовлетворенности работой. Компания также участвует в социальных активностях, таких как поддержка приютов, организация дней донора и участие в благотворительных забегах, что способствует формированию позитивного восприятия бренда в обществе. Взаимодействие с клиентами и поставщиками осуществляется через регулярные публикации успехов и новостей в социальных сетях, что обеспечивает прозрачность и открытость компании.

Хотя в компании отсутствуют формализованные процессы корпоративного управления в контексте ESG, «Грузовичкоф» стремится к открытости и прозрачности своей деятельности через публикации в социальных сетях и на корпоративном сайте. Это позволяет заинтересованным сторонам отслеживать прогресс компании в области устойчивого развития и оценивать её усилия в области ESG.

Разработка и реализация коммуникационной стратегии сервиса «Грузовичкоф» в контексте ESG-подхода представляет собой стратегическую задачу, направленную на интеграцию экологических, социальных и управленческих аспектов в корпоративную культуру и бизнес-процессы. Как было сказано ранее, автопарк компании оказывает значительное влияние на окружающую среду, поэтому сервис принимает вызовы, связанные с устойчивым развитием, и стремится активно формировать и аккумулировать свои усилия для повышения социальной ответственности и экологической устойчивости.

В качестве рекомендаций для сервиса грузового такси «Грузовичкоф» нами были разработаны рекомендации. Стоит сделать акцент на том, что внутренняя коммуникация должна включать усиление экологической осведомленности среди сотрудников через регулярное информирование о важности экологически ответственного поведения и введение программы по раздельному сбору мусора в офисе в Санкт-Петербурге. Важно вовлекать сотрудников в ESG повестку, участвуя в экологических инициативах, а также проводить обучающие семинары и воркшопы по ESG-тематикам, что будет способствовать повышению уровня знаний и понимания целей устойчивого развития. Что касается внешней коммуникации, то нами было предложено направить внешнюю коммуникацию на демонстрацию социальной ответственности и взаимодействие с сообществом. Максимально открыто освещать мероприятия в социальных сетях сервиса, например, День донора или помощь приютам. Рекомендуется

также регулярно обновлять информацию о достижениях и планах в области ESG в социальных сетях сервиса («Грузовичкоф Россия» и «Грузовичкоф»), так как это способствует укреплению доверия к бренду и поддержанию открытого диалога с заинтересованными сторонами. Наконец, стратегическое планирование и развитие должно включать адаптацию и внедрение новых подходов и технологий для уменьшения экологического воздействия, включая использование гибридных и электрических автомобилей, а также внедрение систем управления рисками, что поможет компании адаптироваться к изменяющимся условиям и сохранить конкурентоспособность.

В заключение, стоит отметить, что разработка и реализация коммуникационной стратегии сервиса «Грузовичкоф» в контексте ESG-подхода является фундаментальным шагом в направлении устойчивого развития и социальной ответственности. Несмотря на вызовы, связанные со значительным экологическим воздействием из-за обширного автопарка, «Грузовичкоф» стремится к трансформации своих операций в соответствии с экологическими, социальными и управленческими стандартами.

Стоит сделать акцент на том, что внедрение программ по повышению экологической осведомленности среди сотрудников и инициатив по раздельному сбору мусора может значительно укрепить корпоративную культуру и позволит каждому сотруднику вносить личный вклад в устойчивое развитие компании. Кроме того, активное участие компании в социальных проектах и общественных инициативах может улучшить её образ и способствовать формированию положительного восприятия бренда среди общественности из-за приверженности принципам ESG.

Нельзя не отметить то, что стратегическое планирование должно включать адаптацию и инновации, направленные на минимизацию экологического воздействия, что станет ключевым аспектом для долгосрочной устойчивости. Компания активно ведет работу с тестом экологически чистого транспорта и находится на этапе разработки эффективных систем управления рисками, которые помогут сервису адаптироваться к изменяющимся условиям и сохранить конкурентоспособность.

Коммуникационная стратегия, основанная на ESG-подходе, должна служить не только как инструмент управления репутацией, но и как стратегический ресурс для реализации корпоративных устойчивых целей. Прозрачная и последовательная коммуникационная политика может эффективно укреплять доверие к бренду «Грузовичкоф» и поддержку всех заинтересованных сторон, что обеспечит устойчивое будущее для сервиса, даже в условиях возможного гринвошинга и критики.

Список использованных источников:

1. Дьячков, Н.В. ESG-подход как основа устойчивого инновационного развития компаний / Н.В. Дьячков, А.В. Козлова, В.Р. Саватеев // Рефлексия. – 2023. – С. 101-107.

2. Купаев Р. Зеленый – не просто главный цвет «Грузовичкоф» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://chr.plus.rbc.ru/news/ 60e566ed7a8aa93b2ad43c93](https://chr.plus.rbc.ru/news/60e566ed7a8aa93b2ad43c93) (дата обращения 01.04.2024).

3. Компания «Грузовичкоф» передала часть тентов для производства сумок и рюкзаков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gruzovichkof.ru/novosti/kompaniya-gruzovichkof-peredala-chast-tentov-dlya-proizvodstva-sumok-i-ryukzakov> (дата обращения 01.04.2024).

УДК 658.336

**Борзенко Полина Александровна,
Зосимова Мария Владиславовна
Borzenko Polina Alexandrovna,
Zosimova Maria Vladislavovna**

Санкт-Петербургский экономический университет
St. Petersburg State University of Economy

Программа «Стратегическое управление гостиничным бизнесом»
Master Program “Strategic management of the hotel business”

e-mail: poliborzenko@mail.ru
marsha7082002@gmail.com

**ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ РЕСТОРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА:
ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ПОДХОДЫ,
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,
СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

**TRAINING OF PERSONNEL FOR RESTAURANT ACTIVITIES
IN THE HOSPITALITY INDUSTRY:
PRACTICE-ORIENTED APPROACHES,
INNOVATIVE TECHNOLOGIES, NETWORKING**

Аннотация: Статья посвящена вопросам подготовки кадров для ресторанной деятельности в индустрии гостеприимства. В ней рассматриваются практико-ориентированные подходы, инновационные технологии, применяемые для подготовки специалистов в данной сфере, показана важность сетевого взаимодействия в процессе подготовки кадров и его влияние на их профессиональное развитие, описан коучинг как процесс обучения и развития персонала, приведены примеры, также даны рекомендации по оптимизации процессов подготовки кадров.

Abstract: The article is devoted to the issues of personnel training for restaurant activities in the hospitality industry. It examines practice-oriented approaches, innovative technologies used to train specialists in this field, shows the importance of networking in the training process and its impact on their professional development, describes coaching as a process of training and staff development, provides examples, and also provides recommendations for optimizing training processes.

Ключевые слова: подготовка кадров, ресторанная деятельность, индустрия гостеприимства, квалифицированные кадры, обслуживание гостей.

Keywords: personnel training, restaurant activities, hospitality industry, qualified personnel, guest service.

На рынке гостиничной индустрии и туризма просматривается текущая тенденция развития отрасли. Соответственно актуальными являются вопросы обеспечения квалифицированными кадрами в гостиничной отрасли, в том числе и в ресторанной сфере. А также немаловажными являются вопросы по «воспитанию» кадров на долгосрочную перспективу для развития гостиничных компаний, повышения их конкурентоспособности. Предоставление питания гостям является одной из ключевых услуг в отелях, так как питание – это естественная потребность каждого человека. Во всех отелях, уровнем от трех звезд, должен быть в наличии ресторан, который является неотъемлемой частью гостиничной инфраструктуры и играет важную роль в удовлетворении потребностей гостей в услугах питания. Наличие ресторана при отеле играет важную роль для комфорта и удобства гостей [5].

Следовательно, можно сделать вывод о важности поиска и подготовки квалифицированных кадров для ресторанной деятельности при отелях, также о важности мотивационных программ для кадров. Проблематикой данного вопроса является высокий кадровый оборот, связанный с сезонностью и изменчивостью спроса, достижение «потолка» карьеры кадров, тяжестью работы, связанной с высокой физической нагрузкой. Кадры ресторанной службы при отеле должны обладать наиболее высокими профессиональными навыками и соответствовать наиболее высоким стандартам обслуживания, по сравнению с кадрами самостоятельных ресторанов, что характерно для готовности к работе с условиями оказания высокого сервиса в гостиничной индустрии (более строгие правила и стандарты в ресторанах при отелях).

В рамках ранее выделенной проблемы высокого кадрового оборота в ресторанной сфере при отелях представим практико-ориентированные подходы в подготовке кадров для ресторанов при отелях, а также для мотивации уже имеющегося персонала на должностях в ресторане при отеле. На данный момент в России насчитывается 83 высших учебных заведения со специальностью 43.03.03 «Гостиничное дело». В рейтинге всех специальностей «Гостиничное дело» занимает 215 место [1]. А по данным Федеральной службы государственной статистики России на 1 сентября 2023 года действует более 1700 средних учебных заведений по гостиничному делу. Высшие и средние учебные заведения выпускают специалистов в гостиничной отрасли и отрасли туризма.

Сетевое взаимодействие в области подготовки кадров для ресторанной деятельности включает в себя сотрудничество между учебными заведениями и предприятиями гостеприимства. Ресторанные бренды и сети предприятий гостеприимства могут выступать партнерами учебных заведений, предоставляя студентам возможность прохождения стажировок и практик, как российских, так и зарубежных, а также участвуя в разработке учебных программ с учетом актуальных требований и тенденций ресторанной индустрии. К примеру, международный университет SWISSAM предоставляет возможность стажировки в отеле Wawelberg и т.д.

Партнерство учебных заведений с предприятиями ресторанного бизнеса, активная деятельность профессиональных ассоциаций и сотрудничество с профессиональными учебными заведениями способствуют повышению качества образования и подготовке высококвалифицированных специалистов для ресторанной индустрии. Также имеются курсы по гостиничному делу, которые обучают кадров для трудоустройства в гостиницы и рестораны. Например, курс по гостиничному бизнесу Университета Синергия, курсы по гостеприимству в Международном университете Swissam и многие другие. Для гостиниц сотрудничество с институтами и компаниями, преподающими курсы, может помочь в поиске квалифицированных кадров на различные должности.

Далее представим решение проблематики заинтересованности работников в ресторанной сфере в гостиничной индустрии. Это могут быть мотивационные программы, такие как денежные вознаграждения, премии, надбавки, подарки, сертификаты на отдых в отеле, стажировки в других отелях сети, также курсы по повышению квалификации и мастер-классы, разработанные программы по повышению карьерной должности и т.д. Например, Сеть гостиниц HELIOPARK Hotels & Resorts выплачивает премии за заказ последних доступных номеров, максимальную заполняемость, эффективную работу менеджеров по продажам и персонала ресторанов. В свою очередь, отель Schindlerhof в Германии предпочел необычную систему работы, где персонал и гости употребляют общее питание, отсутствует униформа и нет секретности в отношении финансовых показателей – каждому сотруднику известны доходы за год и даже зарплата директора.

Подготовка кадров для ресторанной деятельности становится все более важной, так как индустрия гостеприимства стремительно развивается и внедряет новые инновационные технологии. Одной из ключевых инноваций в обучении персонала ресторанов является использование виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR). Эти технологии позволяют создавать симуляции для обучения персонала, позво-

ляя им практиковать различные сценарии обслуживания гостей в реалистичной среде. Кроме того, современные методики обучения включают в себя использование мобильных приложений и онлайн-платформ для самостоятельного обучения. Это удобный способ для персонала изучать новые технологии, меню, стандарты обслуживания в любое удобное время.

Многие рестораны активно используют социальные медиа для привлечения внимания к процессу приготовления блюд, что может быть полезно для обучения будущих поваров и официантов. Использование инновационных технологий в обучении кадров для ресторанной деятельности позволяет значительно улучшить качество обучения и подготовки персонала. Это помогает ресторанным предприятиям быть конкурентоспособными и успешными в условиях быстрого развития индустрии гостеприимства. Примером инновационного метода, который позволяет оптимизировать процесс организации обучения работников в сфере гостеприимства, является комплекс LMS. LMS позволяет пользователям создавать, управлять и отслеживать прохождение онлайн-курсов и тестов. Руководитель системы подготовки кадров на предприятии гостеприимства может легко создавать группы и подгруппы учащихся, выбирать администраторов групп, назначать им роли и разрешения, обновлять контент и просматривать отчеты в режиме реального времени. При помощи LMS можно организовать социальное обучение с помощью форума для совместной работы [2].

Сеть отелей Marriot объявила, что с конца 2023 года сотрудники, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами обучаются с использованием технологии виртуальной реальности. Персоналу предоставлена возможность столкнуться с реальной жизненной ситуацией в смоделированной среде, прежде чем решать возникшие вопросы самостоятельно в действительности. Несколько отелей в США (Andaz 5th Avenue, Elysian Hotel) применили новую стратегию в своем обучении, которая заключается в найме внешних экспертов по импровизационному представлению. Идея заключается в том, чтобы научить сотрудников более интерактивному способу общения с клиентом. В отеле Elysian, например, целью такого обучения был назван способ развития «интуитивного сервиса». Сотрудники должны уметь импровизировать, стать более отзывчивыми, более активно участвовать в процессе [2].

Коучинг является одним из эффективных и при этом мягких способов развития и обучения персонала. Процесс обучения и развития персонала преследует конкретную цель – раскрытие его профессионального потенциала. В отличие от мотивации, коучинг не только стимулирует сотрудника, но и помогает раскрыть его потенциал как в личной, так и профессиональной жизни.

Основными преимуществами данного метода являются: четкость постановки цели и установки действий на их реализацию, сочетание других методов развития персонала (тренинги, наставничество), эффективность обучения управленческих кадров. Коуч-руководитель прежде всего вдохновляет, мотивирует и договаривается со своими коллегами. Пример компаний, которые являются коучингами в области ресторанного бизнеса – компании «HoReCa-Catering» и RestoSTART. RestoSTART разрабатывает успешные и прибыльные бизнес-концепты, проекты кухонь, открытие ресторанов, сопровождение проектов в должности start-up-директора предприятий HoReCa, полное создание и проработку меню a la carte, а «HoReCa-Catering» организует коуч-сессии для владельцев, руководителей, управляющих и менеджеров ресторанного бизнеса [4].

В заключении можно подчеркнуть, что оптимизация процесса подготовки кадров играет ключевую роль в обеспечении качественного обслуживания и успешной деятельности ресторанного бизнеса. Развитие практико-ориентированных подходов, внедрение инновационных технологий обучения персонала, сетевое взаимодействие в области подготовки кадров, а также использование менторства и коучинга – все эти меры способствуют повышению профессионализма персонала и повышению уровня сервиса.

Рекомендации по оптимизации процесса подготовки кадров включают в себя систематический анализ потребностей в кадрах, разработку структурированных программ обучения и развития, использование технологий, сотрудничество с учебными заведениями, разработку системы стажировок и оптимизацию процесса отбора персонала. Внедрение этих рекомендаций позволит ресторанам в индустрии гостеприимства эффективнее подготавливать и развивать кадры, что в свою очередь приведет к улучшению качества обслуживания, удовлетворенности клиентов и устойчивому развитию гостиничного бизнеса.

Список использованных источников:

1. Вузы России со специальностью гостиничное дело – 43.03.03 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vuzoteka.ru/vuzy/Gostinichnoe-delo-43-03-03> (Дата обращения: 29.01.2024).
2. Комаров Г.А. Современные подходы к обучению персонала в международной индустрии гостеприимства // Российский внешнеэкономический вестник. 2022. №6. С. 99-108.
3. Коучинг для руководства предприятия общественного питания. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.horeca-catering.com/articles/coaching_ (Дата обращения: 30.01.2024).
4. Коуч- тренинги для рестораторов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://restostart.ru/services/restorannyj_konsalting/kouchtrening/ (Дата обращения: 30.01.2024).
5. Сандрина В.Е. Гостиничный менеджмент. Учебное пособие / Том Часть 2. Санкт-Петербург, 2021.

Борисовский Дмитрий Евгеньевич

Borisovsky Dmitry Evgenievich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Ценные бумаги и финансовый инжиниринг»

Master program “Securities and financial engineering”

e-mail: borisovsky2017@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА РАЗМЕЩЕНИЕ ВДО В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

THE INFLUENCE OF VARIOUS FACTORS ON THE PLACEMENT OF HIGH-YIELD BONDS IN THE CONDITIONS OF THE RUSSIAN STOCK MARKET

Аннотация: данная статья исследует влияние различных факторов на размещение высокодоходных облигационных займов (ВДО) на российском фондовом рынке. Актуальность статьи заключается в важности рынка ВДО для финансового сектора, а также в необходимости функционирования для принятия обоснованных инвестиционных решений, как для эмитентов, так и для инвесторов.

Abstract: this article examines the influence of various factors on the placement of high-yield bond loans (HBL) on the Russian stock market. The relevance of the article lies in the importance of the HBL market for the financial sector, as well as in the need for functioning to make informed investment decisions for both issuers and investors.

Ключевые слова: высокодоходные облигации (ВДО), инвестиционные решения, риски эмитентов, факторы размещения, экономические показатели, финансовый анализ, рейтинговые агентства.

Keywords: high-yield bonds, investment decisions, issuer risks, placement factors, economic indicators, financial analysis, rating agencies.

Эффективность размещения ВДО для эмитентов на фондовом рынке зависит от ряда факторов, включая макроэкономические факторы, целевую аудиторию, особенности рынка, технические возможности и даже конкуренцию. В данной статье мы рассмотрим влияние различных факторов на размещение ВДО на российском фондовом рынке и определим ключевые факторы размещения для российских эмитентов и инвесторов.

Во-первых, отметим макроэкономические факторы и экономические показатели предприятий, которые ежегодно публикуются на сайте Росстата. Эти факторы также влияют на общее кредитование экономических субъектов в экономике, а не только высокодоходных облигаций. Наиболее

яркой характеристикой является соотношение между рентабельностью активов (RONA) и средней процентной ставкой. Если ставка по кредиту выше, то предприятию придется тратить больше средств на погашение кредитов. Наглядно это представим на рисунке 1.

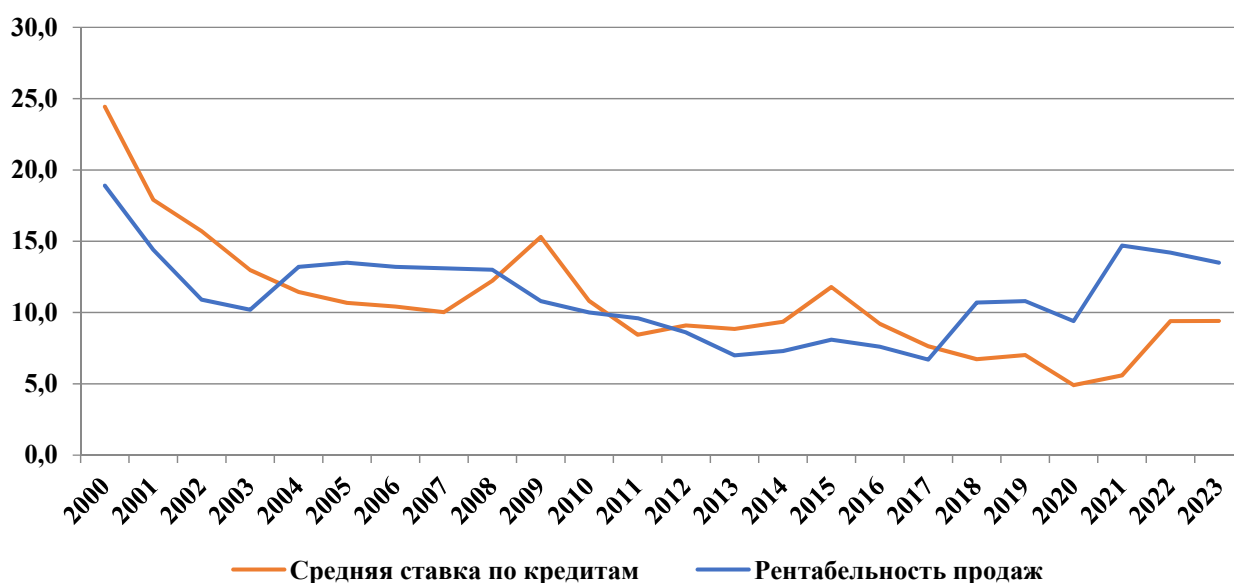


Рисунок 1 – Рентабельность продаж и средняя ставка по кредитам (2000-2023 гг.)

С другой стороны, рентабельность проданных товаров напрямую влияет на финансовое положение предприятия. Чем выше рентабельность, тем выше прибыль, и, следовательно, компания может легче погасить кредиты и инвестировать в свой бизнес. В период с 1995 года по 2023 год рентабельность продаж в России менялась значительно. Пиковые значения рентабельности продаж по данным Росстата составляли в начале 2000-ых годов, превышая двузначные значения. Тем не менее, между средней ставкой по кредитам рентабельностью продаж существует некоторая взаимосвязь. Коэффициент корреляции составляет 0,51. Данный коэффициент характеризует средний тип связи.

Конкретные показатели для конкретных эмитентов МосБиржи можно увидеть в таблице 1, где указано четыре основных показателя. Проанализируем такие финансовые показатели как активы, валовую прибыль и рентабельность активов по валовой прибыли (RONA) для следующих эмитентов облигаций ВДО: АО "ГК «Пионер», ООО «ХКФ Банк», ООО «АйДи Коллект», ООО «Лизинг-Трейд», ООО «Новые технологии», ООО «Энергоника», ПАО «Каршеринг», ООО «Маныч-Агро», ООО «Легенда» и ООО «Брусника» [3].

Отметим, что средняя рентабельность активов из представленных эмитентов составила 17,26%. Этот показатель лишь немного больше, чем

значение ключевой ставки ЦБ РФ на декабрь 2023 года. На декабрь 2023 года ставка ЦБ РФ составляла 16%. Подчеркнем, что по данным Росстата средняя рентабельность продаж в 2020 году составляла 9,4%, в 2021 году – 14,7%, в 2022 году – 14,2%, а в 2023 году – 13,5% [5].

Таблица 1 – Выборка из 10 эмитентов ВДО
и их основные экономические показатели

Эмитент	Активы (руб.) на 01.01.2023	Активы (руб.) на 01.01.2024	Валовая прибыль (руб.)	Рентабель- ность акти- вов по валов- ой прибыли (RONA)
АО «ГК «Пионер»	6 102 000 000	9 238 000 000	12 390 000 000	11,50%
ООО «ХКФ Банк»	262 652 358 000	291 110 515 000	16 449 039 000	5,94%
ООО «АйДи Кол- лект»	10 983 315 000	17 939 695 000	5 166 401 000	35,73%
ООО «Лизинг- Трейд»	5 303 949 000	8 103 846 000	1 158 156 000	17,28%
ООО «Новые тех- нологии»	11 772 353 000	19 099 813 000	2 806 803 000	18,18%
ООО «Энерго- ника»	821 316 000	1 051 091 000	200 923 000	21,46%
ПАО «Каршеринг Россия»	20 124 000 000	36 425 000 000	7 456 000 000	26,37%
ООО «Маныч- Агро»	2 220 259 000	1 954 185 000	191 761 000	9,19%
ООО «Легенда»	55 062 198 000	34 008 108 000	6 322 728 000	14,20%
ООО «Брусника»	175 667 716 000	126 002 340 000	19 186 750 000	12,72%

В связи с этим возникают существенные опасения по поводу новых размещений ВДО на МосБирже. Если эмитенты не смогут увеличить маржинальность бизнеса, то вероятность банкротства в таком случае существенно возрастает. Особенно это актуально для тех эмитентов, которые обладают неустойчивым финансовым положением. В трудном финансовом положении эмитенты проводят рефинансирование по более высоким ставкам. Иными словами, выплаты по старому долгу осуществляется с привлечением нового. Ярким примером такого рефинансирования служат ВДО ООО «Легенда». Компания ООО «Легенда» объединяет активы группы Legenda Intelligent Development, специализирующейся на строительстве недвижимости в Москве и Санкт-Петербурге. Им было разрешено строить первую часть Северного речного порта в Москве. Однако планируемые об-

лигации серии 002P-02 на сумму 3 миллиардов рублей направят не на инфраструктурные проекты, а на погашение облигаций серии 001P-04 на сумму в 4 миллиарда рублей.

Безусловно, существенную роль на рынке ВДО играет отраслевая специфика предприятий. Не каждое предприятие может обеспечить рентабельность активов на уровне 21% (ключевая ставка 16% + 5% премия). Согласно «Обзору финансовых инструментов» за 2023 год, большинство эмитентов в области обязательств с повышенной доходностью принадлежат строительным и микрофинансовым компаниям, а также предприятиям в сфере торговли и лизинга. Как итог, к концу 2023 года объем обращения выпусков ценных бумаг облигаций долговых обязательств (ВДО) на российском рынке составил 89 млрд. рублей, что равняется 0,65% от общего объема корпоративных облигаций. [2]

Основная угроза для инвесторов в ВДО – возможность дефолта со стороны эмитента. Некоторые авторы (Акимова И.В., Селиверстов Д.И) полагают, что наибольшее внимание на данном рынке следует уделять формированию диверсифицированного портфеля в соответствии с принципом «чем больше различных эмитентов, тем лучше». Подобная стратегия, по мнению многих экспертов, позволяет существенным образом минимизировать риски. Однако это суждение имеет неверную интерпретацию. Предположим, что инвестор вкладывает денежные средства высокодоходные облигации. Пусть вероятность не обанкротиться для первого эмитента будет p_1 , для второго будет p_2 и т.д. Тогда в портфеле, состоящем из n эмитентов, вероятность банкротства хотя бы одного эмитента будет составлять по формуле (1):

$$P = 1 - p_1 * p_2 * p_3 \dots * p_n \quad (1)$$

где P – вероятность банкротства хотя бы одного эмитента в портфеле

p_1 – вероятность не обанкротиться для первого эмитента

p_2 – вероятность не обанкротиться для второго эмитента

Следуя этой формулой можно сделать вывод, что при широкой диверсификации вероятность банкротства хотя бы одного эмитента повышается. Более того, вероятность банкротства нескольких эмитентов тоже может быть очень вероятным событием для инвестора. Диверсификация призвана не снизить риски для инвестора, а лишь повысить вероятность получения определенной доходности. Иными словами, в условиях широкой диверсификации даже при банкротстве нескольких эмитентов инвестор сможет получить некоторую минимальную гарантированную доходность. И при бесконечной диверсификации эта величина будет стремиться к доходности погашению с учетом долей облигаций в портфеле.

Подробной схемой диверсификации придерживаются управляющие компании. На данный момент (апрель 2024 года) по данным сайта investfunds.ru [1] создано 6 паевых инвестиционных фондов, которые инвестируют денежные средства в высокодоходные облигации. К ним относятся управляющие компании Атон, Райффайзен, Газпромбанк, Солид, Вика и Контрада. Однако результаты о вложения в высокодоходные облигации противоречивые для многих инвесторов. Например, биржевой ПИФ Высокодоходные облигации (Райффайзен Капитал), 4497, RCHY в период с 23 июля 2021 года по 10 апреля 2024 года продемонстрировал доходность лишь в 23 процента или 5,31 процента годовых с учетом влияния сложного процента. Такая доходность в отдельные периоды времени (2021-2024 гг.) не сопоставима даже с процентами по банковским вкладам, а это является менее рискованным финансовым инструментом по сравнению с высокодоходными облигациями [1].

Таким образом, исследование влияния различных факторов на размещение высокодоходных облигаций (ВДО) на российском фондовом рынке позволяет увидеть, что ключевыми факторами, влияющими на размещение ВДО, являются экономические условия, степень риска, уровень ставки и кредитный рейтинг. Однако необходимо провести дополнительные исследования для более полного понимания факторов, оказывающих влияние на данную ситуацию. В будущем, представляется важным углубленное изучение данной темы, чтобы сформировать более точные и обоснованные выводы. Поэтому инвесторам следует тщательно анализировать финансовое состояние компаний перед инвестированием в их ценные бумаги на бирже. Также важно учитывать риски, связанные с возможным ухудшением экономической ситуации и увеличением долговой нагрузки компаний. В целом, инвестиции на фондовом рынке всегда сопряжены с определенными рисками, и важно быть готовым к потере части финансового капитала.

Список использованных источников:

1. БПИФы высокодоходных облигаций // Портал Независимого источника данных для частных инвесторов [Электронный ресурс]. URL: <https://investfunds.ru/funds/6205/>
2. Инвестиции для смелых, 05 октября 2023 года // Газета Ведомости Капитал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/kapital/investments/articles/2023/10/05/998765-investitsii-dlya-smelih>
3. Отчётность эмитентов высокодоходных облигаций // Портал Центра раскрытия корпоративной информации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-disclosure.ru/>
4. Процентные ставки в России в период с 1999 – 2012 гг. // Портал Центрального банка РФ [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/statistics/b_sector/interest_rates_98/
5. Рентабельность продаж и рентабельность российских предприятий // Портал Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/>

Бугрова Полина Витальевна
Bugrova Polina Vitalevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные социальные инновации»
Master program “Corporate social innovations”
e-mail: polina_bugrova_bpv@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

SOCIAL INNOVATIONS IN THE DIGITAL ECONOMY

Аннотация: статья посвящена изучению влияния цифровизации экономики на разработку и внедрение социальных инноваций. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны цифровых коммуникаций, а также их влияние на решение проблем современного общества.

Abstract: the article is devoted to the study of the impact of digitalization of the economy on the development and implementation of social innovations. The positive and negative sides of digital communications, as well as their impact on solving the problems of modern society, are considered.

Ключевые слова: социальные инновации, социальный капитал, цифровые системы, коммуникации.

Keywords: social innovation, social capital, digital systems, communications.

Современная наука развивается с высокой скоростью. Век высокотехнологичного оборудования, увеличивающего ресурсные активы человека, путем потери необходимости выполнять циклические действия, составляющие большую часть нашей жизни и рабочей деятельности, находится под влиянием цифровой экономики. Масштабы возможностей разработки и внедрения социальных инноваций возросли за счет высокой степени распространения инновационных идей по глобальной сети интернет. Так же наблюдается повышение заинтересованности людей в разработке и ускоренном развитии всё новых и новых инновационных взглядов на жизнь социума и дальнейшее его развитие. Молодые люди заинтересованы в улучшении качества жизни вокруг себя. Когда-то самый тяжелый и изнуряющий труд приобретает связь с автоматизированными системами и теряет свою потребность в человеческих ресурсах, однако, процесс автоматизации все так же нуждается в человеческом капитале, развивающем его и вносящем своевременные технические коррективы и технологические улучшения.

Рассмотрим некоторые взгляды авторов на социальные инновации: Дж. Мулган, С. Тукер, Р. Али и Б. Сандерс рассматривают социальные инновации как «новые идеи, работающие для достижения социальных целей». Р. Хейскало, У. МакЭлрой и Центр социальных инноваций Стэнфордского

университета относят социальные инновации к новшествам, внедряемым в социальном пространстве.

Возможность разработки инновационных решений путем использования электронных ресурсов, придает процессу планирования проекта более четкий и визуализированный вид. Устраняется необходимость использования черновых записей, так как любую корректировку можно внести без зрительного шума. Передача новых идей и комплектование готовых проектных частей группы в единое целое становятся простыми и понятными. Наиболее удобна появившаяся возможность проводить онлайн опросы на интересующую проектную группу тему. Люди из разных уголков страны, а по необходимости и мира, имеющие разный менталитет и взгляды на современную действительность, могут рассказать о своих взглядах на поставленный вопрос за считанные дни, хотя ранее на это тратились недели, а иногда и годы, что совершенно неприемлемо, когда речь идёт об инновационной деятельности, требующей исключительно актуальной и своевременной информации.

Второй аспект, на который стоит обратить пристальное внимание – разрабатываемые технологии виртуального моделирования процессов внедрения изменений в заданных условиях при определённых параметрах, которые выставляются в соответствии с истинной обстановкой некомпьютерного мира, то есть нашей реальности. Такие системы позволяют провести внедрение процессных инноваций в социальную среду организации и провести анализ полученных результатов. Это позволяет заранее провести расчет бесконечного множества исходов реализации планируемых изменений, продумать и внести необходимые корректировки и разработать устойчивую базу для дальнейшего внедрения инноваций в жизнь компании. Следует отметить наличие существенных минусов, которые на данном этапе развития искусственного разума не позволяют полагаться на результаты подобных экспериментов на все 100%, а только лишь дают возможность предугадать возможную реакцию системы, как технической, так и социальной, на внедряемые инновации.

Так, например, успех разработки и введения нового инновационного решения в условиях цифровой мобильности требует своевременного многогранного изучения той части общества, на которую оно будет направлено. Соотношение безусловно гомофильных индивидов и гомофильных индивидов с гетерофильными взглядами на инновации, должно составлять необходимый баланс, за счет которого люди схожие в своих интересах, знаниях, стремлениях и образе жизни, находящиеся в наиболее крепких и эффективных сетях коммуникаций, следуют за теми, кто со всеми присущими им идентичными чертами гомофильности, способен интегрировать в данную сеть коммуникаций инновационные идеи и взгляды. В данном случае, социальный капитал является не нуждающейся в постороннем вмешательстве системой связей, развивающейся за счёт внутренних ресурсов.

Цифровые коммуникации позволяют объединять общество в подобные группы, что весьма облегчает поиск наиболее эффективных способов влияния на них. Однако, как и было сказано ранее, на данном этапе искусственный интеллект не способен просчитать какого именно типа влияние оказывается на данные группы. В случае попытки влияния на группу со стороны индивида или группы лиц, имеющих характерные черты гомофильности данной группы и, одновременно с этим, несущих черты гетерофильности, проблем в идентификации их группой, как «подходящих» для сотрудничества, не возникает, соответственно, в данном случае, инновации будут внедряться без трудовых затрат на изменение общественного мнения, масштабных протестов и потерь в финансах и времени. С другой стороны, если на такую группу людей попробует оказать влияние индивид с исключительно гетерофильными чертами, цифровая мобильность индивидов сократит время распространения эффекта «стресса перемен» по устойчивым каналам связей, что приведёт к росту трудноостановимой волны отрицания и неприятия любых инноваций. В таком случае, цифровизация экономики не только не облегчит введения социальных инноваций в общество, но и приведёт к полному отрицанию новых идей, снижению доверия социальных групп к представителям и создателям нововведений, а также приведёт к увеличению самоидентификации таких групп и росту принципиальных различий между ними.

Инновации направлены на сплочение и усиление общества, а также на уменьшение количества принципиальных разногласий между представителями разных групп, соответственно, их разработчикам и представителям необходимо учитывать все возможные последствия последующих внедрений новых идей, а также помнить про эффект Стрейзанд, проявляющимся в невозможности удаления или замедления распространения информации через цифровые технологии. На данном этапе рассмотрим пример положительного эффекта от совместного функционирования социальных инноваций и цифровых систем. Объектом изучения для данной статьи послужил Фонд президентских грантов [3].

Как говорилось ранее, наиболее эффективный баланс появляется от сочетания в одной группе индивидов со взаимным проявлением гомофильных и гетерофильных черт. Именно такого баланса и добился государственный фонд, объединяющий под своим началом молодых специалистов, собирающихся в команды и работающих над решением современных социальных проблем путём выдвижения на конкурс инновационных, социально значимых проектов.

Эффективность работы данного цифрового пространства обуславливается высокой вариативностью проектов, разработанных на решение каждой из предлагаемых социальных проблем. Эффективность внедрения предлагаемых инноваций зависит от нескольких важных факторов.

Во-первых, проекты оцениваются независимыми экспертами, которые чаще всего являются жителями тех регионов, на решение социальных проблем которых они направлены. Объединённый экспертный совет стандартизировал «Методические рекомендации по оценке заявок», на основе которых эксперты выставляют оценки заинтересовавшим их проектам. Наблюдаемым эффектом выбора наилучшего варианта проекта непосредственно жителями региона, является высокая скорость распространения пространственной диффузии инноваций от центра к периферии.

Во-вторых, объединённый экспертный совет не имеет возможности изменить решение в сторону проекта отличного от того, что был выбран независимыми экспертами. На обсуждение совета выходят инновационные разработки, победившие по количеству баллов на первом этапе оценки. Экспертный совет осуществляет финальный отбор проекта, проверяя оценки первого этапа на соответствие разработанным в положении критериям, изучается бюджет проекта.

Третьим фактором вариативности скорости распространения новых взглядов и идей по населённым пунктам, является инновационный потенциал самих регионов, а также показатели пропускной способности каналов связи между индивидами и количество цифровых разрывов между ними.

Цифровая экономика во многом способствовала развитию системы инноваций в инновациях. Совершенствование систем передачи информации, развитие омниканальности, способствующей развитию бизнеса и экономики, появление новых социальных групп на базе цифровизации общения, всё это послужило сильным импульсом для дальнейшего развития социальных инноваций и модернизации их интеграции в общество. Остались и определённые сложности, которые создают цифровые разрывы каналов связей. Так, например, цифровизация общения между различными странами, и рост влияния людей, имеющих мало схожего в своём менталитете по отношению к нашему, затрудняет процесс объединения, появляются весомые разногласия, на базе которых происходят угрозы разрыва старых каналов передачи информации. Однако, сотрудничество лидеров мнений, взаимовыгодное партнерство и укрепление сетей коммуникаций не только в группах, но и между ними со временем способно развить более сплоченное общество, имеющее общие цели и ценности.

Список использованных источников:

1. Веретенникова А.Ю. Особенности разработки социальных инноваций в гражданской среде // Труды X Международной зимней школы по институциональной экономике. 2017. С. 48–51.
2. Попов Е.В., Герцегова К., Семячков К.А. Инновации в институциональном моделировании долевой экономики // Journal of Institutional Studies. 2018. Т. 10. №2. С. 26–43.
3. Официальный сайт «Фонд президентских грантов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://президентскиегранты.рф/public/contest/index> (дата обращения 10.04.2024).

4. Сулейманкадиева, А.Э. Управление инновациями и интеллектуальным капиталом компании / А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, О.Ю. Сыроватская. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина), 2021. – 138 с. – ISBN 978-5-7629-2934-9. – EDN VHJATF

5. Сулейманкадиева, А.Э. Менеджмент интеллектуальной компании / А. Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, Т.А. Попкова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 146 с. – ISBN 978-5-7310-4920-7. – EDN IFMNBV

УДК 336.71

Бударин Роман Владимирович
Budarin Roman Vladimirovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Банковский бизнес и финансовые экосистемы»
Master program "Banking and financial ecosystems"
e-mail: roman.budarin@gmail.com

**ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ:
РАСПРОСТРАНЕНИЕ И РАЗВИТИЕ В РОССИИ И КЕНИИ**
**ELECONTRONIC PAYEMNTS:
SPREAD AND DEVELPOMENT IN RUSSIA AND KENYA**

Аннотация: в статье проводится сравнительный анализ электронных платежей в России и Кении, рассмотрена статистика, особенности развития, участники рынка, регулирование и основные проблемы, требующие решения. В России широко используется Система Быстрых Платежей Банка России (СБП), в то время как в Кении лидирует мобильная платежная система М-Pesa. Основное различие в работе данных систем заключается в использовании мобильных технологий и регулировании. СБП работает на существующих банковских счетах, в отличие от М-Pesa, которая использует мобильные технологии и работает без интернета. Основные проблемы электронных платежей в этих странах включают кибербезопасность, регулирование и доступность.

Abstract: this article contains analysis of electronic payments in Russia and Kenya, statistics, features of development, companies in the market, regulation and key problems to be solved. Fast Payment System (FPS) is market leader in Russian Federation, while M-Pesa leads in Kenya. The key difference between them is basement technology and regulation. FPS works on banking system, while M-Pesa uses mobile technologies and works without internet connection. The main problems of stated systems are cybersecurity, regulation and availability.

Ключевые слова: Электронные платежи, Система Быстрых Платежей Банка России, Кенийская мобильная платежная система М-Pesa, Безналичные операции.

Keywords: Electronic payments, Fast Payment System, Kenyan mobile payment system M-Pesa, non-cash transactions.

В современном мире электронные платежи стали неотъемлемой частью повседневной жизни любого человека. Они обеспечивают удобство, скорость и безопасность платежа, что делает их популярными среди граждан и бизнеса. Рассмотрим особенности проведения электронных платежей в России и Кении, поскольку обе страны имеют высокую долю безналичных операций. При этом под электронными платежами будем понимать специальные сервисы, позволяющие совершать безналичные платежи через интернет и мобильные приложения.

Россия и Кения, безусловно, имеют огромное количество отличий, начиная от географических и заканчивая социологическими и финансовыми. Но обе страны объединяет высокая доля безналичных операций в товарообороте. По данным ЦБ РФ доля безналичных платежей на конец 2022 года составила 78,1%, тогда как в Кении доля электронных платежей составила более половины ВВП. При схожем результате, путь этих стран кардинально отличается. По данным FinScore, еще в 2006 году 38% населения Кении не пользовались никакими финансовыми услугами и продуктами. В свою очередь в России во всю процветали коммерческие банки и мобильные электронные платежи. Сегодня же граждане России постепенно начинают предпочитать банковским картам электронные платежи, (по данным Банка России за 2022 год, один покупатель оплатил через СБП 6 покупок, что в 2,3 раза больше аналогичного периода в 2021 году), однако граждане Кении продолжают свою финансовую деятельность именно в мобильных платежах, а не в коммерческих банках [1].

Главным оператором мобильных электронных платежей в Кении является М-Pesa. М-Pesa (М – мобильные Pesa – деньги) – это сервис мобильных денежных трансферов, развивающийся на территории стран Африки на базе сотового оператора Safaricom. Система позволяет ее клиентам осуществлять денежные переводы, оплачивать товары или услуги. Первоначально, система получила свое развитие ввиду ее главной особенности – она базируется на мощностях сотового оператора, а значит все платежи проводятся через их платежную инфраструктуру. Более того, в начале своей работы она функционировала исключительно как мобильное приложение, работающее без интернета. Операции проводились путем отправки смс-сообщений, что является одним из основных преимуществ. В результате чего, М-Pesa охватила буквально все мобильные устройства. Услуга действовала под слоганом «Отправь деньги домой», отражая текущую потребность населения. Быстрое развитие сети было достигнуто также ввиду большого количества агентов, имевших множество торговых точек. С помощью М-Pesa клиенты могут отправлять средства как клиенту базовой сети Safaricom, так и пользователю других операторов. Как уже было сказано ранее, ввиду отсутствия развитой системы банкинга, мобильные платежи получили свое широкое распространение среди населения. Safaricom даже не имела лицензии на совершение финансовых операций, так как являлась мобильным оператором связи. Впрочем, даже ввиду недовольства

банков и их жалоб, Центральный Банк Кении и Национальное казначейство встали на сторону M-Pesa, дав ей «зеленый свет» на развитие. На данный момент M-Pesa работает в 7 странах Африки и достигла порога в 50 млн активных клиентов, параллельно пробив отметку в 4,5 млрд транзакций и сумму в 63 млрд евро за 1 квартал 2021 года, по данным Vodafone. [2]

В России широкое распространение получила Система Быстрых Платежей Банка России. Она является последователем уже существующих электронных платежных систем, но имеет заметные отличия. На рубеже 2000-х годов в Российской Федерации за электронные платежи отвечали частные компании: WebMoney Transfer, QIWI и другие. На сегодняшний день их модель изжила себя по причине небезопасности, а также финансирования экстремизма и терроризма ввиду анонимности таких кошельков. СБП не принадлежит частным компаниям и напрямую управляется Банком России в лице НСПК. Система быстрых платежей – сервис, направленный на осуществление межбанковских переводов. Основная идея СБП в осуществлении быстрых платежей по простому алгоритму с меньшей комиссией, по сравнению с классическими платежными системами. Так, для перевода не требуется знание реквизитов счета и другого массива информации, необходим лишь номер мобильного телефона получателя средств. В настоящее время к СБП уже подключено более 200 банков, из них 12 системно значимых: ВТБ, Сбербанк, Газпромбанк, Росбанк, Альфа-Банк, МКБ, Тинькофф и др.

Таким образом, СБП Банка России работает на существующих, уже функционирующих банковских счетах в банках-партнерах системы, а не использует мобильные технологии, как M-Pesa. Обе системы поверхностно обладают идентичными свойствами: быстрые переводы без комиссии, физических карт и работой с банками. Однако на деле работают на абсолютно разных системах и принципах. M-Pesa это именно электронные деньги или электронный кошелек, аналогом которого до недавних времен в РФ была система QIWI, лишившаяся лицензии ЦБ РФ. СБП – инструмент, интегрированный в уже существующую банковскую систему для удобства и скорости осуществляемых платежей. В этом их принципиальное различие.

Safaricom опережает СБП и уже запустило свое мега приложение (Супер-апп), в котором клиент, по аналогии с существующими WeChat и AliPay могут оформлять заказы и оплачивать товары и услуги [3]. Помимо этого, M-Pesa, как уже было сказано ранее, расширяет свое присутствие и работает уже в нескольких странах. СБП, впрочем, тоже совершает попытки. Однако основным барьером являются санкции. Более того, оператор СБП – НСПК, совсем недавно попал в SDN-лист (блокирующие санкции), что безусловно и дальше будет препятствовать выходу на рынки зарубежных стран.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что электронные платежи стремительно развиваются и смещают традиционные, уже ставшие классическими карточные платежи. Низкие комиссии, моментальные переводы

толкают людей на использование описанных в статье систем. Для Российской Федерации наличие СБП на сегодняшний день является очень значимым для финансового суверенитета страны, ввиду агрессивной политики недружественных стран и последующего отключения российских банков от международной финансовой системы. Для Кении появление мобильной платежной системы ознаменовало начало развития финансовой системы, рост экономики и финансовой грамотности населения.

Список использованных источников:

1. СБП: Основные показатели. Банк России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cbr.ru/analytics/nps/sbp/4_2023/ (дата обращения 13.04.2024).
2. M-Pesa celebrates reaching 50 million customers. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vodafone.com/news/services/m-pesa-celebrates-reaching-50-million-customers> (дата обращения 11.04.2024).
3. Safaricom Crosses 30 Million Monthly Active M-PESA Customers. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.safaricom.co.ke/media-center-landing/press-releases/safaricom-crosses-30-million-monthly-active-m-pesa-customers> (дата обращения 13.04.2024).

УДК 332.1

Вайхонский Артём Егорович
Vaikhonskii Artem Egorovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Анализ данных в экономике»
Master program “Data analysis in economics”
email: artem.mz@mail.ru

**УРОВЕНЬ УРБАНИЗАЦИИ В РОССИИ:
СТАТИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

LEVEL OF URBANISATION IN RUSSIA: STATISTICAL ASPECT

Аннотация: урбанизация, как процесс повышения роли городов неразрывно связана с устойчивым развитием регионов. Растущий уровень урбанизации оказывает воздействие, как положительное, так и негативное, и на состояние окружающей среды. Так рост уровня городского населения приводит к загрязнению воздуха, однако способствует улучшению состояния водного бассейна.

Abstract: urbanization, as a process of increasing the role of cities, is linked with the sustainable development of regions inextricably. The growing kevel of urbanization has an impact, both positive and negative, on the environment. Thus, the growth of urban population leads to air pollution, but helps to improve the condition of the water pool.

Ключевые слова: урбанизация, регрессионный анализ, окружающая среда, экология.

Keywords: urbanization, regression analysis, environment, ecology.

Урбанизация, как процесс перемещения людей из сельской местности в города, оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие регионов любой страны. Несомненно, увеличение численности городского населения обладает целым рядом эффектов, воздействующих на жизнь общества. К положительным можно отнести создание гибкого рынка товаров и услуг, труда и факторов производства, снижение барьеров коммуникации, в том числе временных издержек передачи информации [6, с. 573], развитие жилищной и транспортной инфраструктуры [7, с. 153], а также внедрение инноваций, способствующих повышению эффективности производства [8, с. 412]. К негативному эффекту относится возникновение ситуации социального неравенства, при которой блага среди членов общества распределяются неравномерно, и некоторые люди имеют к ним более сложный доступ, чем другие. Кроме того, отрицательное влияние урбанизации может сказаться в виде появления конфликтов в землепользовании, возникновения транспортных проблем (пробки на дорогах) и инфраструктурных издержек (отсутствие недорогого жилья) [9, с. 245].

Процесс увеличения населения в городах неразрывно связан и с устойчивым развитием регионов, которое, в свою очередь, невозможно представить без создания необходимых условий для сохранения благоприятной окружающей среды. Тем не менее, предполагается, что растущие темпы урбанизации приводят к ухудшению экологической ситуации в регионах страны, в том числе негативно сказываются на состоянии воздушного и водного бассейнов.

Для подтверждения или опровержения данной гипотезы и всесторонней оценки качества окружающей среды был сформирован набор данных по всем регионам России в период с 2010 по 2023 годы. Исследование проводилось с использованием технологий регрессионного анализа, через построение моделей панельных данных с фиксированными эффектами.

В первой модели рассматривается влияние увеличивающейся доли городского населения на качество воздуха. В роли зависимой переменной был взят показатель «Объем выбросов вредных веществ в атмосферный воздух от автомобильного транспорта, тыс. тонн» (`l_air_emission`), рассчитанный на 100000 человек. Во второй модели анализируется, каким образом растущий уровень урбанизации воздействует на состояние водных ресурсов регионов. В качестве зависимой переменной был взят показатель «Сброс загрязненных сточных вод, млн. метров кубических» (`l_water_emission`), рассчитанный на 100000 человек. Объясняющими переменными для каждой из моделей послужили показатели «Объем отгруженных товаров» (`l_manuf_ind`), «Текущие расходы на охрану окружающей среды» (`l_environs_costs`), «Валовый региональный продукт на душу населения» (`l_VRP`) и «Доля городского населения в общей численности населения» (`gorod_population`). Все показатели (за исключением `gorod_population`) рассчитаны на 100000 человек. Кроме того, все

индикаторы до проведения анализа были прологарифмированы для приведения их распределения к нормальному (за исключением *gorod_population*, так как этот показатель изначально был представлен как доля и обладает нормальным распределением данных).

По итогам проведения регрессионного анализа были получены следующие результаты. В первой модели показатель R^2 равен 0,75. Это свидетельствует о том, что в 75% случаев полученные выводы описываются данной моделью (см. таблицу 1).

Из полученных значений видно, что на 1%-ом уровне значимости увеличение доли городского населения на 1% приводит к ожидаемому увеличению объема выбросов вредных веществ в воздух на 2% при прочих неизменных показателях. Это свидетельствует о том, что растущие темпы урбанизации статистически и экономически значимо влияют на ухудшение состояния атмосферного воздуха в регионах России. Однако того же нельзя сказать о влиянии других показателей. Из результатов видно, что расходы государства на охрану окружающей среды и экономическое развитие способствуют улучшению состояния воздушного бассейна.

Таблица 1 – Результаты первой модели регрессионного анализа

Показатель	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	14,3	0,77	18,48	<0,0001	***
l_manuf_ind	0,04	0,03	1,230	0,2	
l_environ_costs	-0,37	0,08	-4,503	<0,0001	***
l_VRP	-0,56	0,1	-5,864	<0,0001	***
gorod_population	0,02	0,006	3,362	0,0008	***

*Рассчитано по данным из официального сайта федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://yandex.ru/search/?lr=2&text=росстат> (дата обращения: 10.04.2024) в «Gretl».

Во второй модели показатель R^2 равен 0,8. Это свидетельствует о том, что в 80% случаев полученные выводы описываются данной моделью (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Результаты второй модели регрессионного анализа

Показатель	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
const	6,7	1,24	5,4	<0,0001	***
gorod_population	-0,01	0,006	-1,9	0,05	*
l_VRP	-0,2	0,13	-2	0,0472	**

Показатель	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	p-значение	
l_environ_costs	-0,1	0,08	-1,3	0,1231	
l_manuf_ind	0,14	0,08	1,7	0,09	*

*Рассчитано по данным из официального сайта федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] URL: <https://yandex.ru/search/?lr=2&text=росстат+> (дата обращения: 10.04.2024) в «Gretl».

Из полученных значений видно, что на 10%-ом уровне значимости увеличение доли городского населения на 1% приводит к ожидаемому уменьшению объема выбросов сточных вод на 1% при прочих неизменных показателях. Это свидетельствует о том, что растущие темпы урбанизации статистически и экономически значимо влияют на улучшение состояния водного бассейна в регионах России. Такой неожиданный результат можно объяснить, во-первых, эффектом масштаба, а, во-вторых, усиленным контролем общества и государства за состоянием водных ресурсов. Говоря о других результатах, следует отметить, что экономическое развитие оказывает положительное воздействие на состояние водного бассейна, а деятельность промышленных предприятий, напротив, создает негативный эффект.

Полученные в ходе проведения регрессионного анализа данных итоги можно использовать для продвижения ряда инициатив, которые в дальнейшем могли бы способствовать улучшению состояния окружающей среды в регионах России. Например, эффективным методом борьбы за состояние воздушного бассейна может оказаться создание комплекса «зеленых зон». Новые парки и скверы могли бы послужить хорошим местом для проведения досуга горожанами, а деревья, растущие в них, очищали бы атмосферный воздух. Другим методом (особенно актуальным для центральных и южных регионов России) могли бы стать «зеленые крыши». В ходе постройки новых и реконструкции старых зданий предполагается засевание крыш построек специальной зеленой растительностью, которая способствовала бы очищению воздуха. Наконец, наиболее перспективной рекомендацией является внедрение на предприятиях экологических инноваций. С помощью данных технологий возможно минимизировать негативные эффекты производства, оказываемые на состояние окружающей среды. Однако, несмотря на свою логичность, данная идея требует дополнительного широкого обсуждения, так как глобально для России является новой и на данный момент не имеет широкого распространения.

Список использованных источников:

1. Ахиезер А., Коган Л., Яницкий О. Урбанизация, общество и научно-техническая революция // Вопросы философии. – 1969. – №. 2. – С. 44–56.

2. Коломак Е.А. Ресурс урбанизации в России //Пространственная экономика. – 2015. – №. 4. – С. 59-74.
3. Сванидзе А.А. Город в цивилизации: к вопросу определения // Город как социокультурное явление исторического процесса. –М.: Наука. – 1995. – С. 31.
4. Claude S.F. Toward a subcultural theory of urbanism //American Journal of Sociology. – 1975. – Т. 80. – №. 6. – С. 1319–1341
5. Perry B. et al. Re-thinking sustainable knowledge-based urbanism through active intermediation // Production and Use of Urban Knowledge. – Springer, Dordrecht, 2013. – С. 151-167.
6. Tian M. Research on the Innovation Method of Cultural Tourism Landscape Based on Innovative Digital Technology // 2020 International Conference on Innovation Design and Digital Technology (ICIDDT). – IEEE, 2020. – С. 572-575.
7. Perry B. et al. Re-thinking sustainable knowledge-based urbanism through active intermediation // Production and Use of Urban Knowledge. – Springer, Dordrecht, 2013. – С. 151-167.
8. Wiig A. Secure the city, revitalize the zone: Smart urbanization in Camden, New Jersey // Environment and Planning C: Politics and Space. – 2018. – Т. 36. – №. 3. – С. 403-422.
9. Zhang X. Q. The trends promises and challenges of urbanization in the world // Habitat international. – 2016. – Т. 54. – С. 241-252.
10. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <https://yandex.ru/search/?lr=2&text=росстат+> (дата обращения: 10.04.2024).

УДК 336.025

Ван Ида
Wang Yida

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программ «Корпоративные финансы и оценка бизнеса»
Master program “Corporate finance and business valuation”
e-mail: ida72499@gmail.com

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СТРАНАХ БРИКС REGULATORY AND LEGAL REGULATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT FINANCE IN THE BRICS COUNTRIES

Аннотация: Страны БРИКС активно продвигают Повестку дня на 2030 год для достижения Целей устойчивого развития (ЦУР), которые установило ООН, и в связи с этим совершенствуют законы и регулирование. Эта статья посвящена нормативно-правовому регулированию финансов устойчивого развития в странах БРИКС.

Abstract: The BRICS countries are actively promoting the 2030 Agenda to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs) set forth by the United Nations, and as a result, the countries are improving the relevant laws and regulations. This paper is dedicated to the legal and regulatory norms of sustainable development finance in the BRICS countries.

Ключевые слова: Финансирование устойчивого развития, БРИКС, нормативно-правовые регулирования, устойчивое развитие, ESG

Keywords: Sustainable Development Finance, BRICS, Legal, Regulatory Norms, ESG

Принятая ООН в сентябре 2015 года «Преобразование нашего мира – Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» охватывает 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР) и 169 задач [1, с. 89], включая экономические, экологические и социальные цели. Повестка дня в области устойчивого развития дала мощный импульс для поддержки низкоуглеродного перехода и устойчивого развития стран БРИКС. В процессе реализации повестки устойчивого финансирования необходимо всесторонне рассматривать экономические, социальные, экологические и другие вопросы. В настоящее время страны БРИКС не установили единые рамки классификации устойчивых финансов, но Россия, Китай и ЮАР утвердили классификацию регулирования устойчивых финансов, Бразилия примет метод классификации в ноябре 2024 года, а классификация Индии, Объединенных Арабских Эмиратов и Саудовской Аравии находится в разработке.

В целях более эффективного осуществления финансового сотрудничества был создан Новый банк развития (НБР), который по сравнению с многосторонними банками развития обладает характеристиками сотрудничества Юг-Юг, идея сотрудничества Юг-Юг состоит в том, что новыми донорами становятся сами развивающиеся страны [2, с. 208]. Финансовое регулирование в настоящее время стало общей проблемой для стран БРИКС будучи странами с формирующимся рынком, они имеют сходство с точки зрения экономического развития и структуры правовой системы. В таблице 1 приведены результаты составления соответствующей правительственной информации на основе законодательства стран БРИКС. В настоящем документе обобщены стратегии устойчивого развития стран БРИКС и важнейшие законы, финансовые нормативные акты в области устойчивого развития.

Как видно из результатов таблицы 1, страны БРИКС разработали различные стратегии устойчивого развития в соответствии со своими национальными условиями. Для Китая стратегия устойчивого развития всегда была стержневой стратегией национального развития, Россия взяла на вооружение три аспекта: экологический, социальный и управленческий для улучшения общей ситуации в области устойчивого развития.

Стратегия устойчивого развития ЮАР по-прежнему основана на стандартах, выпущенных Организацией Объединенных Наций, и всесторонне разработана. Другие страны разработали стратегии устойчивого развития, в основе которых лежит экономическая, социальная и экологическая защита. Особое внимание уделяется вопросам изменения климата, защите окружающей среды и энергетическому переходу. Соответствующие законы и нормативные акты в области финансов формируются путем постоянного пересмотра основных законов, таких как Закон об охране окружающей

среды и Закон о предприятиях, дополнять и совершенствовать соответствующие законы во многих аспектах. Финансовые регуляторы объявили руководящие принципы для «зеленых» финансовых инструментов, таких как «зеленые» финансовые облигации и кредиты, а также руководство по раскрытию информации ESG листинговых компаний, и примут обязательное раскрытие нефинансовой отчетности для листинговых компаний к 2026 году.

Таблица 1 – Нормативно-правовое регулирование устойчивого развития в странах БРИКС*

Страны БРИКС	Стратегия УР	Национальные правовые акты УР	Методология ФУР
Китай	Схема стратегического планирования расширения внутреннего спроса (2022–2035 гг.)	Гражданский кодекс Китайской Народной Республики – Зеленые принципы от 01.01.2021	Руководство по "зеленому" финансированию для банковской и страховой индустрии
Индия	Самое важное – это сохранение дикой природы, экосистемы и всего биоразнообразия	Закон о фабриках, 1948; Закон об охране окружающей среды, 1986; Закон о воздухе (предотвращение и контроль загрязнения) ...	Национальное руководство по ответственному ведению бизнеса (NGRBC)
Египет	Общая основа для повышения качества жизни и благосостояния с учетом прав новых поколений на благополучную жизнь	Обязательные правила устойчивого финансирования от 11. 2022	Руководящие принципы устойчивого финансирования
Саудовская Аравия	Объединение страны для решения климатической проблемы (SGI)	Общий закон об охране окружающей среды (Королевский указ № М/34) от 2001 г. Национальная стратегия экологической устойчивости (NSES)	Саудовское финансовое руководство по устойчивому развитию
ОАЭ	Конкурентная экономика знаний, социальное развитие и качество жизни, устойчивая окружающая среда и ценные природные ресурсы, чистая энергия и борьба с изменением климата, экологичная жизнь и устойчивое использование ресурсов	Федеральный закон № 24 от 1999 г.: об охране и развитии Окружающей среды Федеральный закон № 19 от 2015 г.: о зеленой экономике	Принципы климатического риска (многоуровневое регулирование)
Россия	ESG стратегия – интегрированный элемент бизнес стратегии ВЭБ.РФ на период до 2030 года	Распоряжение Правительства РФ от 14.07.2021 № 1912-р (Цели и основные направления устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации)	Ключевые положения национальной методологии по зеленому финансированию

Страны БРИКС	Стратегия УР	Национальные правовые акты УР	Методология ФУР
Иран	В центре внимания – содействие экономическому росту, социальному развитию и охране окружающей среды на сбалансированной и комплексной основе	Конституция (1989) № 50 принципы	Руководство по устойчивому развитию для исламских финансовых институтов (IFIs)
Эфиопия	План роста и преобразований (GTP) и стратегия "Зеленая экономика, устойчивая к изменению климата" (CRGE).	Конституция ФДРЭ (FDRE) № 1/1995 с 43 (1) ; Конституция ФДРЭ с 41, 44 (1), 92 (4)	руководство по мобилизации и распределению финансовых ресурсов для проектов устойчивого развития в Эфиопии.
Южная Африка	Рассматривает устойчивое развитие как долгосрочное обязательство – NSSD 17	Законопроект об изменении климата от 01.2023	King IV; Ответственное инвестирование в Южной Африке (CRISA 2)
Бразилия	Углеродно-нейтральная экономика "Просто переход для экономического процветания".	Постановление № 175/2022, в частности, в статье 49, вводит регулирование фондов и любых других терминов, связанных с устойчивым финансированием.	Постановление CMN № 4,943/2021 – вносит изменения в Постановление № 4,557/2017.

*Таблица составлена автором.

Разделить подходы к регулированию финансирования устойчивого развития в странах БРИКС можно на три категории: интегрированное – объединение усилий нескольких регуляторов, отдельное – регулирование по каждому компоненту ESG, и центральное регулирование – регулирование одним регулятором (см. табл. 2). Данная классификация позволяет в дальнейшем оценить эффективность каждого подхода к регулированию ESG финансов.

Таблица 2 – Подходы к регулированию финансирования устойчивого развития*

Страны БРИКС	Подходы к регулированию финансирования устойчивого развития	Пояснения
Китай	Интегрированное регулирование	Правительство издает постановление об устойчивом развитии и национальных правилах зеленого финансирования, которые единообразно контролируются центральным банком или национальным банком
Индия		
Египет		
Саудовская Аравия		
ОАЭ		

Страны БРИКС	Подходы к регулированию финансирования устойчивого развития	Пояснения
Россия	Отдельное регулирование	В Китае Народный банк Китая (НБК) и Комиссии по регулированию банковского дела, ценных бумаг и страхования (CBRC) осуществляют надзор за соответствующими предприятиями в соответствии с пересмотренными законами государств ; Индия регулируется Центральным банком (RBI) для банковской системы и Советом по ценным бумагам и биржам Индии (SEBI) для нефинансовых учреждений ; В Египте банковский и небанковский финансовый надзор осуществляются Центральным банком (CBE) и Управлением финансового надзора (FRA) соответственно. Саудовская Аравия и ОАЭ являются главным регулятором исламского финансового комплаенса, AAOIFI [1, с.67], и каждая страна имеет свой независимый наблюдательный совет
Иран		
Эфиопия		
Южная Африка	Центральное регулирование	Центральное регулирование возглавляет один государственный орган, а другие государственные органы сотрудничают в регулировании всего финансового рынка. В Бразилии существует смешанная индустрия ценных бумаг и банковская индустрия, при этом Валютный совет является верховным регулятором, а центральный банк, Комиссия по регулированию ценных бумаг и другие учреждения контролируют свои собственные част ; Южно-Африканскую Республику возглавляет Министерство финансов, которое координирует свои действия с другими министерствами для разработки взаимодополняющей нормативно-правовой базы. Нормативно-правовая база, ядром которой является Центральный банк Южной Африки, дополненная Управлением по финансовому регулированию и надзору и Подразделением финансовой разведки
Бразилия		

*Таблица составлена автором

На рисунке 1 представлен анализ финансирования устойчивого развития в Китае за последние пять лет, который показывает, что облигации и фонды ESG растут в геометрической прогрессии в 2023 году.

Так можно видеть, что выпущено более 800 ESG облигаций, зеленые кредиты банков имеют устойчивую тенденцию роста. Трейдинг углеродной

нейтрали в Китае неактивен до 2023 года, проблема в слабой инициативе. Раскрытие отчетов ESG компаниями, зарегистрированными на бирже, также может отражать развитие финансирования устойчивого развития, основной причиной стремительного снижения количества отчетов о раскрытии ESG в 2021 году является качество отчетов, что также тесно связано с неспособностью регуляторов своевременно публиковать подробные принципы раскрытия информации.

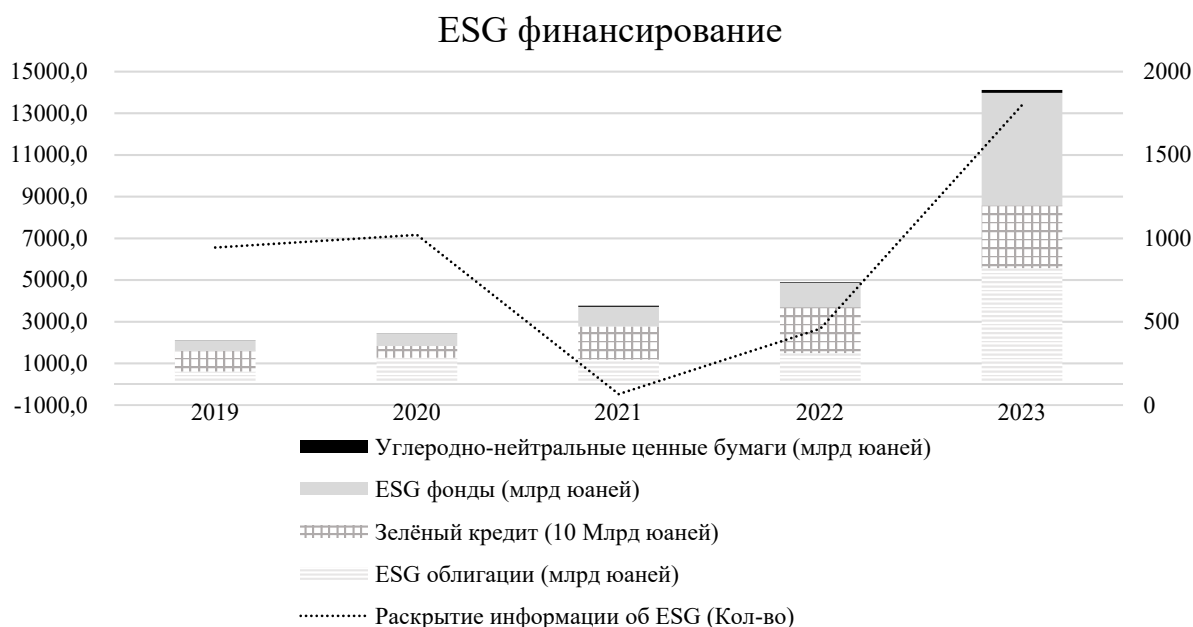


Рисунок 1 – Финансирование ESG в Китае 2019-2023 гг.

С точки зрения устойчивого развития, страны БРИКС имеют высокую взаимодополняемость в области энергетики и полезных ископаемых, промышленной структуры, научно-технологических ресурсов и инновационного потенциала, и фокус сотрудничества также может быть сосредоточен на климатическом сотрудничестве, сотрудничестве в области финансирования, инвестициях в инфраструктуру и других аспектах. Все страны активно совершенствуют свои правила регулирования в соответствии с Повесткой дня в области устойчивого развития на 2023 год, и в будущем страны БРИКС будут иметь более подробные и усовершенствованные стандарты финансовой категоризации и нормативно-правовую базу для устойчивого развития.

Список использованных источников:

1. Ван, Ц. Чжан, С. Чэнь, С. Практика и опыт стран БРИКС в мониторинге – Целей устойчивого развития ООН 2030 // Мир исследования. – 2024. – № 3 – С.89-96.
2. Йингмей, К. Мировая индустрия исламских финансов активно развивается // Мировое знание. – 2023. – № 20. – С. 66–67.
3. Ступинкова, З.Е, Кашуро, И.А. Страны БРИКС и цели в области устойчивого развития организации объединенных наций // Россия и современный мир. – 2023. – № 3(120) – С. 206–225.

4. Императивы устойчивого развития социально-экономических систем в цифровой экономике / А.Э. Мосияш, Т.А. Селищева, Е.А. Боркова [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – 196 с. – ISBN 978-5-7310-6294-7. – EDN NVSPXD

5. Управление и финансирование сельского хозяйства с учетом принципов ESG / И.Н. Александров, В.Н. Дорошко, А.В. Исаков [и др.] // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 11, № 12(141). – С. 62-69. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2023.12.11.009. – EDN IOWVHJ

6. Management and financing of agriculture taking into account the principles of ESG / I.N. Aleksandrov, V.N. Doroshko, A.V. Isakov [et al.] // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Vol. 12/11, No. 141. – P. 62-69. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2023.12.11.009. – EDN ZYCHIG

7. Кочеткова, Д.В. ESG финансирование промышленных стартапов: анализ, динамика / Д.В. Кочеткова, Е.А. Ткаченко // Научные исследования молодых ученых: современные вызовы и тенденции развития российской науки: Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции молодых ученых, Санкт-Петербург, 27 февраля 2024 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. – С. 91-97. – EDN GUBWYX

8. Ткаченко, Е.А. ESG и зеленые решения в контексте проблем глобальной экономики / Е.А. Ткаченко // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 5-1(137). – С. 13-20. – EDN ANDGFE

УДК 338.467

Василиха Дмитрий Федорович
Vasilikha Dmitry Fedorovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Кандидат экономических наук
Candidate of Economic Sciences
e-mail: vasilikha.d@unecon.ru

Дмитриев Максим Николаевич
Dmitriev Maksim Nikolayevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление бизнесом в сервисной экономике»
Master program “Business management in the service economy”
e-mail: m.dmitriev01@gmail.com

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ КАРШЕРИНГОВЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ CURRENT PROBLEMS AND POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF CAR SHARING SERVICES IN MODERN CONDITIONS

Аннотация: в настоящее время каршеринговые услуги набирают все большую популярность. Не смотря на большое количество проблем, в виде тенденции к отсутствию собственности у граждан и развития потребительского отношению ко всему,

присутствует и большой потенциал цифровизации, а также развития электрокаров и водородных двигателей.

Abstract: car sharing services are currently gaining more and more popularity. Despite the large number of problems, such as the tendency towards a lack of property among citizens and the development of a consumer attitude towards everything, there is also a great potential for digitalization, as well as the development of electric cars and hydrogen engines.

Ключевые слова: Каршеринговые услуги; машинное зрение; сервисная экономика; цифровизация сервисных услуг.

Keywords: Car sharing services; machine vision; service economy; digitalization of services.

В настоящее время замечен выход шеринговой экономики на передний план. Ее влияние прослеживается через внедрение все большего перечня сдаваемых во временное пользование различных предметов и благ. За последние несколько лет появилось множество шеринговых услуг: сдача самокатов и велосипедов в аренду, сдача катеров и лодок, различного рода недвижимости и автомобилей. У последней категории есть множество как положительных моментов, так и недостатков.

Рассматривая рынок каршеринга в России, стоит отметить, что он хорошо себя зарекомендовал как один из новых старт-апов, который смог масштабироваться в достаточно краткие сроки. Однако каршеринг в России пользуется дурной славой. Рассмотрим далее причины возникновения проблем, а также потенциал данной сферы.

Каршеринг (от англ. «Car» – автомобиль и «Sharing» – совместное использование) – это одна из новейших и крупнейших отраслей шеринг-экономики, которая позволяет потребителям использовать любые автомобили данного сервиса в любое время и в любом месте, без привязки к нему и обязательств по обслуживанию транспортного средства. Принцип работы заключается в поминутной аренде автомобиля, с возможностью и воспользоваться и после использования, оставить его в любом не запрещающем ПДД месте [1]. Данная услуга рассчитана на поток клиентов, который будет регулярно сменять друг друга в одних и тех же автомобилях.

Выделяются следующие проблемы, которые прослеживаются на практике работы различных сервисов данной сферы услуг. Одной из крупнейших является развитие потребительского отношения у клиентов к объекту потребляемых услуг, а также халатное отношение к «чужому имуществу». В виду отсутствия у потребителя таких издержек как обслуживание авто и присутствие только минутной тарификации за использование авто, большая часть потребителей использует данные автомобили «на максимальный износ», для минимизации своих финансовых потерь. Так как привязка идет к поминутной аренде, а именно ее использует большая часть потребителей, те, в свою очередь, пытаются доехать как можно

быстрее из одной локации в другую. Чаще всего нарушая правила ПДД, пренебрегая техникой безопасности, а также пренебрегая эксплуатационными рекомендациями для конкретного автомобиля. Расходятся на износ тормозные колодки, ручной тормоз, подвеска, силовые агрегаты автомобиля, а также салон не всегда остается чистым [2]. Происходит это по причине безнаказанности, а также из-за отсутствия издержек по обслуживанию автомобиля у пользователя. Расходы ложатся на владельца. Получается работа по принципу модели «не свое – не жалко», таким образом формируется потребительское отношение к объекту использования. Логика в данной модели прослеживается следующая: что гражданину на правах полной собственности не принадлежит – можно использовать «на максимальный износ». Работает психологический фактор, что можно пользоваться вещью с учетом максимального КПД, а дальше ее передать обратно собственнику. Таким образом гражданин упрощает свою жизнь и усложняет чужую.

В связи с этим возникает проблема в целом по отрасли, а именно сама тенденция развития данной сферы услуг. Может сформироваться фактически инфантильное потребительское поведение у следующего поколения, также возможна модель, при которой человеку будет не выгодно иметь что-либо в собственности. В такой модели будет превалировать пренебрежительное отношение ко всему и ко всем, так как все будут думать о минимизации личных расходов, не беря во внимание чужие затраты. Отсутствие собственности у граждан ведет к непременной деградации, которая выражается в нежелании брать на себя ответственность, в пренебрежении ко всему чужому, в отсутствии нравственности и высокой закрединтованности. Фактически потребление, при котором доступно все в любой момент жизни приводит к потере мотивации к творческой деятельности.

Однако, несмотря на все эти проблемы каршеринговые услуги позитивно влияют на отрасль и имеют хороший потенциал для развития в автомобильной индустрии ей в целом [3]. На данный момент активно изучается и разрабатывается система машинного зрения, которая позволит специальным системам на автотранспортных средствах взаимодействовать с автомобилями из дорожного потока, передавая моментально всю необходимую информацию [4]. Таким образом, каршеринг сможет отслеживать нарушения внутри компании, а также помогать в содействии поиска нарушителей, с помощью взаимодействия с государственными органами власти.

Также наблюдается тенденция к внедрению в данную отрасль электрокаров, чей формат в виде каршеринга сказывается позитивно на отрасли. В виду дешевизны «топлива» и возможности заряжать автомобиль

вне времени эксплуатации (вместо обычного простаивания, производится зарядка авто) данный вид транспортных средств имеет преимущество над автомобилями с ДВС. Однако, в виду нехватки зарядных станций, потребительского отношения граждан и высокой стоимости автомобилей, на данном этапе развития данная технология является не целесообразной и экономически не выгодной. Рассматривая автомобили с водородным топливом, они являются самыми выгодными в виду большой экономии топлива и большого количества запаса хода [5]. Однако на данный момент эти технологии не до конца развиты, на рынке представлена малая доля автомобилей с водородными двигателями, а количество заправок стремится к нулю.

Каршеринговая сфера услуг позволяет разгрузить транспортный трафик на дорогах посредством снижения количества автомобилей в собственности у людей, позволяет экономить денежные средства на обслуживании авто и, в том числе, время и нервы, поскольку имущество является собственностью только на краткий промежуток времени. Однако на данный момент отрасль имеет больше проблем, чем приносит пользы. Современные компании в большей степени зарабатывают не на самой оказываемой услуги, а на ремонтах, возлагаемых на халатных пользователей, регулярно допускающих нарушения и аварии по их вине. Однако тенденция к совместному пользованию имуществом набирает силу не только в сфере каршеринга и нам кажется, что при доработке правил и норм пользования данной услугой, она может стать хорошим инструментом снижения нагрузки как на дороги, так и на экологию городов в целом.

Список использованных источников:

1. David A.H., Chinh Q.H., Daniel J.R. Mobility as a service and private car use: Evidence from the Sydney MaaS trial // *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. Vol. 145, March 2021. – PP. 17-33. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.12.015>.
2. Liljamo T., Liimatainen H., Polanen M., Viri R. The Effects of Mobility as a Service and Autonomous Vehicles on People's Willingness to Own a Car in the Future // *Environmental Evaluation of the New Forms of Mobility: Electric, Shared, Autonomous*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13041962>.
3. Бутковская Г.В., Ивлеев А.А., Маркетинговые технологии развития цифровых продуктов в автомобильной индустрии // *E-management*. – 2021. – Т. 4. № 1. – С. 74-84. DOI: 10.26425/2658-3445-2021-4-1-74-84.
4. Постоликов А.В. Перспективы применения искусственного интеллекта и компьютерного зрения в транспортных системах и подключенных автомобилях // *Мир транспорта*. – 2021. – Т. 19. – № 1. – С. 74-90. DOI: 10.30932/1992-3252-2021-19-1-74-90.
5. Olabi A.G., Ilberforce T., Abdelkareem M.A. Fuel cell application in the automotive industry and future perspective // *Energy*. – 2021. – Vol. 214. PP. 18. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.118955>.

**Васильева Анастасия Сергеевна,
Терехов Дмитрий Сергеевич
Vasileva Anastasia Sergeevna,
Terekhov Dmitry Sergeevitch**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическое корпоративное управление»
Master program "Strategic corporate management"
e-mail: nk1984@inbox.ru

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ IMPROVING THE QUALITY OF PRODUCTS AT THE ENTERPRISE

Аннотация: в статье описан процесс повышения качества выпускаемой продукции, рассмотрено что входит в систему улучшения качества продукции, определены факторы, влияющие на повышение качества, проанализированы методы повышения качества.

Abstract: the article describes the process of improving the quality of products, examines what is included in the product quality improvement system, identifies factors affecting quality improvement, analyzes methods of quality improvement.

Ключевые слова: СМК, качество продукции, факторы, методы оценки, стандарты.

Key words: QMS, product quality, factors, evaluation methods, standards.

Повышение качества товаров и услуг обусловлено необходимостью развития предприятия. Для этой цели существуют производственные, кадровые, управленческие и маркетинговые решения, объединенные в систему качества. Мероприятия по повышению качества продукции и услуг, могут быть использованы коммерческими, бюджетными и некоммерческими организациями, с целью совершенствования свойств продукта, для удовлетворения конечного потребителя. При формировании системы качества на предприятии, руководству необходимо разработать целевую политику относительно качества продукции, а также убедиться в возможности реализации данной политики и обеспечением ресурсов на каждом этапе производства и реализации.

Разработка эффективной целевой политики, направленной непосредственно на повышение качества выпускаемой продукции, строится на следующих последовательных этапах:

1. Обоснованность повышения качества: тренды от конкурентов, спрос на продукцию более высокого качества и пр.

2. Маркетинговые исследования целевой аудитории потребителей, новых рынков сбыта, их потребностей.

3. Планирование повышения качества продукции на стратегическом и тактическом уровне.

4. Ресурсное обеспечение реализации планирования.

5. Снижение издержек производства, путем мониторинга рынка и инноваций.

Существует ряд подходов к определению ключевых факторов, влияющих на качество товаров и услуг, если рассматривать эти факторы как составляющие внутренней и внешней среды предприятия, то их классификация будет иметь следующий вид:

1) внешние факторы:

- управляемые: рыночные, конкурентные и технологические;
- неуправляемые: экономические, политические, социальные, международные.

Это общая классификация, которая подходит для большинства предприятий. Безусловно имеются предприятия, которые имеют ресурсы для управления второй категории, используя инструменты лоббирования и протектората, но основной массе предприятий необходимо прогнозировать изменения и вести адаптивную политику деятельности.

2) внутренние факторы: технические, информационные, производственные, организационные, финансовые, эксплуатационные.

Внутренние факторы в свою очередь контролируются, поэтому их можно детализировать более подробно (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Внутренние факторы совершенствования качества продукции [4]

Факторы качества продукции	Особенности
Технические факторы	Контроль использования оборудования (методик) при производстве товаров и услуг, контроль его работоспособности, своевременное обновление, внедрение инноваций и т. д.
Организационные факторы	Кадровая политика, ресурсная база, процесс производства, внедрение инноваций, оптимизация производственных процессов, корпоративная культура и т.д.
Экономические факторы	Факторы экономического распределения средств предприятия, в которые входят: средства на производство, реализацию.
Социальные факторы	Факторы социального взаимодействия на предприятии: иерархия, квалификация сотрудников, управление конфликтами, повышение уровня квалификации, направленное на повышение качества продукции и т.д.
Эксплуатационные факторы	Факторы непосредственного использования и обслуживания продукции

Факторы качества продукции	Особенности
Производственные факторы	Непосредственно связаны с производственным процессом, устранением недостатков и совершенствованием продукции. Возникают во время создания продукта на производстве, а также затрагивают процесс устранения производственных ошибок.
Информационные факторы	Являются частью системы взаимодействия персонала разных уровней, скоростью обмена информации для оперативного устранения дефектов производственного процесса.

Чтобы обеспечить повышение качества продукции, рекомендуется воспользоваться одним из методов, которые мы детально рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристика методов повышения качества продукции [2]

Методы	Характеристика
Административные	Высшее руководство компании создает систему по контролю качества продукции, выделяет для этого ресурсы. Так же административной работой является контроль соответствия продукции законодательству и внутренней документации предприятия. Разработка процесса соблюдения правил производства, обеспечивающее оптимальное качество продукции приводит к стандартизации.
Социально-психологические	Объектом применения методов является коллектив предприятия. Основной целью их использования является минимизация влияния человеческого фактора на производственный процесс и конечный результат.
Технологические	Предполагают, что качество производимой продукции тесно связано с организацией производственного процесса в предприятии. Эффективное выявление дефектов имеет прямое влияние на предотвращение выпуска бракованных изделий. Современные предприятия внедряют технологию CALS (Continuous Acquisition and Life-cycle Support), что обеспечивает возможность непрерывного мониторинга и управления жизненным циклом продукции, а также своевременного формирования отчетности.
Экономические	«Повышение качества товаров и услуг в этом случае связано с воздействием рыночных условий, поэтому методы основываются на финансовой составляющей предпринимательства» [3]
Статистические	«Благодаря таким методам компания может отслеживать динамические изменения, которые касаются показателей качества продукции, а также управлять ими. Статистические методы подразумевают анализ менеджмента качества. Один из примеров – это метод «20 на 80», или принцип Парето используется для ранжирования факторов производства, влияющих на качество товаров и возникновение дефектов; согласно принципу Парето, только 20% распространенных проблем могут приводить к 80% брака на производстве – задача метода состоит в выявлении этих факторов» [3]

Построение методики основано на анализе спроса, прогнозах на спрос и статистике, также на анализе отзывов конечного потребителя, что делает вопросы повышения качества продукции сопряженными с маркетинговыми исследованиями предприятий [1]. Повышение уровня качества до состояния оптимального для рынка, включает в себя сертификацию, совершенствование показателей качества, модернизацию производства и отказ от неликвидного производства.

Создание системы управлением качества продукции – процесс необходимый для поддержания и повышения качества, при его реализации необходим высококвалифицированный кадровый состав, который сможет обеспечить необходимый уровень качества, а также прогнозировать возможные дефекты производства. Необходимым шагом для обеспечения прозрачности и надежности взаимодействия с бизнес-партнерами является отражение в договорах пункта о качестве продукции.

Для совмещения процесса повышения качества продукции и снижения последствий негативного влияния факторов внутренней и внешней среды, были сформулированы два основных подхода:

- добавление новых позиций, инновации в сфере менеджмента и обновление производственного потенциала, использование новых технологий;

- постоянный контроль совершенствования предприятия, контроль по использованию трудовых и материальных ресурсов, для сокращения издержек и повышения прибыли [5].

Для соответствия уровня качества отечественной продукции международным стандартам российские предприятия широко применяют как внутренние, так и международные нормативы. Один из наиболее значимых стандартов – это ISO (Международная организация по стандартизации), который детально описывает основные принципы управления качеством и устанавливает требования к системе обеспечения качества. Многие зарубежные предприятия для входа на Российский рынок вынуждены использовать №162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Задачи по повышению качества продукции распространяются практически на все отделы предприятия, для управления качеством внедрение отделов качества внутри компании присутствует повсеместно. Задачами этих отделов становятся – составление регламентов производства, документация по качеству, контроль закупок, общий контроль производственного процесса, корпоративная культура, разработка порядка взаимодействия с клиентом и т.д. С развитием систем повышения качества появляется все больше специалистов, способных решать конкретные задачи, касаемо повышения и контроля качества: специалист по обеспечению качества, инженер по контролю качества, менеджер по качеству, аудитор по качеству, специалист по сертификации и стандартизации, инспектор по качеству и т.д. Повышение

качества актуально как для коммерческих, так и для некоммерческих предприятий, что говорит о необходимости проведения дополнительных исследований для систематизации знаний в более углубленной форме.

Список использованных источников:

1. Быстров О.Ф. Технологическое предпринимательство: риск провала стартапа // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2019. – № 1. – С. 25-30.
2. Волков С.К., Акимова О.Е. Опорные университеты как центры развития технологического предпринимательства // Университетское управление: практика и анализ. – 2019. – Т. 23. – № 3. – С. 30-39.
3. Коробкова М.Н. Оценка влияния организации управления интегрированным процессом перевалки грузов на качество обслуживания в морских портах: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – ГУМРФ им. адмирала С.О. Макаров, Санкт-Петербург, 2022. – 160 с.
4. Хайруллина М.В. Технологическое предпринимательство: сдерживающие факторы и условия развития // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 16. – С. 1831-1848.
5. Цифровая экономика: учебник / В.Д. Маркова. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 186 с.

УДК 004.9

Воскобович Даниил Русланович
Voskobovich Daniil Ruslanovich
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Прикладная информатика»
Master program “Applied Informatics”
e-mail: daniil.voskobovich@yandex.ru

**РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ СКОРИНГА
ОЦЕНКИ КОНТРАГЕНТОВ ДЛЯ ГК «МОНОПОЛИЯ»**

**DEVELOPMENT OF AN AUTOMATED SCORING SYSTEM
ASSESSMENTS OF COUNTERPARTIES FOR THE MONOPOLY
GROUP OF COMPANIES**

Аннотация: Исследование посвящено разработке сервиса корпоративной информационной системы Корпоративный портал автоматизированной системы скоринга оценки контрагентов. Система направлена на сокращение человеческих трудозатрат в процессе оценки контрагентов, повышение его эффективности и точности, а также снижение рисков сотрудничества с ненадежными партнерами.

Abstract: The research is devoted to the development of the module of the corporate information system Corporate Portal of the Monopoly Group of Companies of the automated

counterparty scoring system. The system is aimed at reducing human labor costs in the process of evaluating counterparties, increasing its efficiency and accuracy, as well as reducing the risks of cooperation with unreliable partners.

Ключевые слова: автоматизированная система скоринга, оценка контрагентов, машинное обучение, проверка грузоперевозчиков.

Keywords: automated scoring system, counterparty evaluation, machine learning, cargo carrier verification.

В условиях высокой конкурентности компаний, оказывающих услуги по грузоперевозкам, важна скорость и точность принимаемых управленческих решений [1]. Для крупных компаний важно наличие системы управления для взаимодействия сотрудников компании, контрагентов и регуляторов всех уровней [2]. Ключевым процессом деятельности таких компаний является сбор сведений о потенциальных контрагентах, в частности, поставщиков услуг и дальнобойщиков, оказывающих такие услуги [3].

Транспортно-логистическая группа компаний «Монополия» специализируется на грузоперевозках, в том числе выполняет FTL и температурные перевозки. Компания имеет собственную цифровую платформу для организации грузоперевозки, владеет и управляет собственным парком транспортных средств и водительским составом. В настоящий момент реализует проект Монополия.Бизнес для привлечения внешних дальнобойщиков, предоставляя им возможность управления собственными финансами без первоначальных инвестиций/

Для компании актуальна задача поиска логистического контрагента предприятием и его оценки, которая может быть выполнена с использованием скоринговых методов [4]. Контрагенты, успешно прошедшие процедуру скоринга для предприятий, будут наиболее востребованными.

«Монополия» покрывает практически все сферы рынка логистики, что невозможно без разнообразия как поставщиков, так и клиентов. Основными контрагентами компании являются грузовладельцы, грузоперевозчики, поставщики топлива, покупатели топлива, кандидаты в проект Монополия. Бизнес и т.д., также компания проводит проверку ресурсов грузоперевозчика – водитель, машина и прицеп. Большую массу по количеству и времени занимает проверка грузоперевозчиков, поэтому в работе я планирую рассмотреть процесс проверки именно данного типа контрагента.

Большую массу по количеству и времени занимает проверка грузоперевозчиков, поэтому в работе я планирую подробно рассмотреть и автоматизировать процесс проверки именно данного типа контрагента. На данный момент сотрудники службы безопасности, а именно сотрудники отдела по проверке контрагентов выполняют проверку полностью в ручном режиме: сверяют предоставленные данные документов со скан-копиями документов, проверяют грузоперевозчиков по определенным критериям, обращаясь

во внешние сервисы проверок юридических лиц, как в государственные, так и частные. Данный процесс требует большого количества сотрудников для оперативного закрытия задач на проверку, что увеличивает затраты на ФОТ компании, но не приносит прямую прибыль. Также не исключены ошибки из-за человеческого фактора.

Для оптимизации временных затрат, минимизации денежных затрат и повышения качества проверок требуется разработать сервис на базе корпоративной информационной системы компании, который будет интегрироваться со внешними сервисами проверок, обрабатывать полученную информацию и автоматически отображать все критерии проверки. Следующим шагом на пути к автоматизации процесса является анализ собранной информации и загрузки полученных данных в компьютерную программу. На основе полученных данных с помощью искусственного интеллекта программа обучится принимать решение по конкретному контрагенту.

В данной работе была рассмотрена проблема автоматизации проверки контрагентов в транспортно-логистической компании «Монополия». Было установлено, что проверка грузоперевозчиков является трудоемким и ресурсоемким процессом, который в настоящее время выполняется вручную. Это приводит к увеличению затрат на ФОТ компании, а также к ошибкам из-за человеческого фактора. Для решения этой проблемы была предложена система автоматизированной проверки контрагентов на базе корпоративной информационной системы компании. Система будет интегрироваться со внешними сервисами проверок, обрабатывать полученную информацию и автоматически отображать все критерии проверки. На основе полученных данных с помощью искусственного интеллекта программа будет обучаться принимать решение о надежности контрагента. Внедрение такой системы позволит сократить время проверки контрагентов, снизить затраты на ФОТ компании, повысить качество проверки контрагентов, минимизировать ошибки из-за человеческого фактора повысить эффективность работы компании.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что предложенная система может быть использована не только в компании «Монополия», но и в других транспортно-логистических компаниях. Дальнейшие направления исследований могут быть связаны с разработкой более совершенных методов машинного обучения для оценки надежности контрагентов, а также с интеграцией системы автоматизированной проверки контрагентов с другими системами компании.

Список использованных источников:

1. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.

2. Воскобович Д.Р. Оптимизация логистических затрат металлургических предприятий в процессах отправки // Вестник магистратуры. – 2022. – №12-1(135). – С. 34-40.
3. Воскобович Д.Р. Логистические стратегии в процессе закупок промышленных компаний // Современные аспекты экономики. – 2023. – №2(300).
4. Макачук Т.А., Кострицкая Е.Д. Современные тенденции развития систем поддержки принятия решений в условиях цифровой экономики // Сборник избранных статей по материалам научных конференций ГНИИ "Нацразвитие", 2019. – С. 208-211.

УДК 352.075

Глубокова Дарья Константиновна
Glubokova Darya Konstantinovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program “State and municipal service”
e-mail: ms.Dashka27@inbox.ru

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ FOREIGN EXPERIENCE IN EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF LOCAL GOVERNMENT BODIES

Аннотация: в статье анализируются методики государств, применимые для оценки эффективности муниципальных органов. Выделяются недостатки действующей российской методики. Предлагаются рекомендации по применению эффективных инструментов, применяемых в зарубежных странах в российском законодательстве.

Abstract: the article analyzes the methods of states used to assess the effectiveness of municipal authorities. The disadvantages of the current Russian methodology are highlighted. Recommendations on the use of effective tools used in foreign countries in Russian legislation are offered.

Ключевые слова: местное самоуправление, оценка эффективности деятельности органов МСУ, методика DEA и CAF, критерии эффективности.

Keywords: Local self-government, assessment of the effectiveness of the activities of local self-government bodies, DEA and CAF methodology, efficiency indicator.

Актуальность статьи определена современным трендом клиентоцентричности в деятельности органов исполнительной власти. В последнее время всё чаще возникает вопрос эффективности деятельности органов власти и поиск способов повышения результата работы при минимальных затратах. Поэтому для выявления проблемных точек и своевременного их устранения на муниципальном уровне была разработана Методика с показателями для оценки эффективности [1]. Но, опробировав её, стало ясно,

что Методика имеет свои недостатки и требует доработки. Некоторые показатели не имеют отношения к эффективности деятельности местного самоуправления, например, «доля детей в возрасте от 1 года до 6 лет, состоящих на учете для определения в дошкольные учреждения» – это может лишь свидетельствовать о специфике того или иного района, но никак не оценит работу органов МСУ.

В связи с этим, считаем полезным обратиться к зарубежному опыту, так как развитые страны занимаются исследованиями в сфере государственной эффективности с начала 20 века. Цель статьи – проанализировать действующие системы и методологию измерения эффективности в государственном управлении зарубежных стран для возможного применения опыта к органам МСУ России.

Наибольший опыт в этой сфере имеет США, где в 1920-х годах создавалось специализированное бюро по изучению местных проблем и по итогам был разработан справочник по эффективному управлению. Ранние исследования сводили эффективность к экономическому подходу – результат к затратам. Позже стало ясно, что связь между деятельностью и результатами не всегда прямая. В настоящее время применяется методика, которая оценивает эффективность деятельности администрации по 4 разным сферам, представленным на рисунке 1.

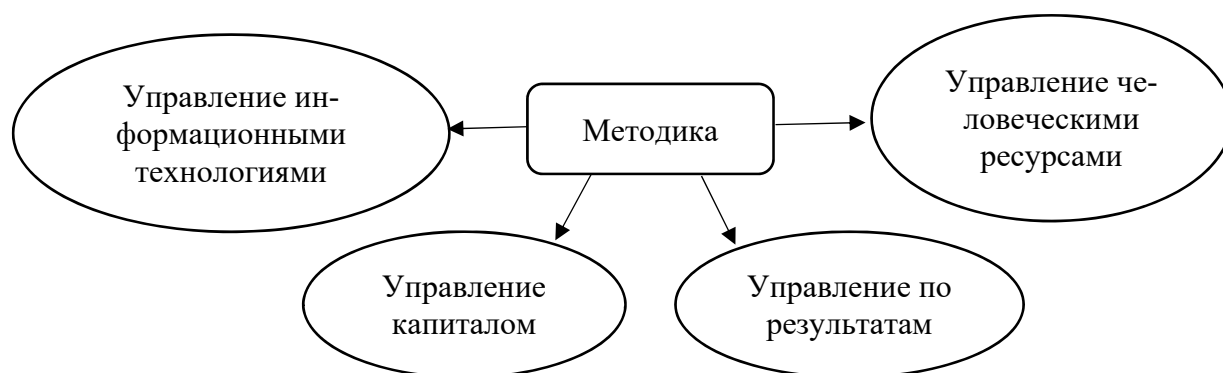


Рисунок 1 – Методика оценки эффективности, применяемая в США

Особенностью является отсутствие общего обязательного регламента оценки, поэтому каждый город использует ту систему оценки, которую сами выбрали и считают для себя подходящей. Например, в администрации города Корал-Спрингс основным показателем по оценке эффективности выступает качество обслуживания граждан [2, с. 109]. Важно, что этот показатель был увязан не только с планом развития территории, но и с деятельностью других отделов и муниципальных служащих, тем самым, формируя систему сбалансированных показателей для каждого звена управления. По итогам оценки формируются годовые отчеты, отражающие достигнутое, в том числе относительно бюджетных нормативов.

Также в США используется методика анализа среды функционирования (DEA), в основе которой лежит построение функции схожей с производственной: «затраты – выпуск». На выходе получается единый показатель, определяющий уровень эффективности работы местной власти каждого объекта, подлежащего анализу, что позволяет выявить точно проблемы для устранения. Но, к сожалению, в данной методике эффективность по нескольким показателям может быть равна единице, что не позволит выявить наиболее эффективный из объектов и проранжировать.

В странах Евросоюза активно используется уже больше 20 лет методика общей структуры оценки (CAF), базирующаяся на всестороннем анализе сильных и слабых сторон местного самоуправления по двум группам: «возможности» и «результаты» [3, с. 15]. Преимущество методики в совместимости с различными организационными моделями местных администрации и учет специфики каждой. В Великобритании оценкой деятельности местного занимаются специальные региональные агентства. Выделяется множество сфер для оценки, а именно жилищная политика, общее благосостояние граждан и т.д. Важно подчеркнуть, что оценка не призвана сравнивать деятельность муниципалитетов, а сконцентрирована на процессе улучшения и повышения результативности.

В то время, как в Федеративной Республике Германии, система оценки эффективности строится непосредственно на сравнении органов местного самоуправления между собой для выявления лучших. В данном случае, применяются механизмы бенчмаркинга [4, с. 83]. Особенность состоит в том, что такая система была предложена не со стороны государства, а по воле самих органов МСУ. Наиболее эффективные органы выявляются для передачи опыта другим, показав, каким путем удалось достичь таких результатов.

Таким образом, можно рассматривать вопросы применения положительного зарубежного опыта, но с тщательным анализом для предупреждения ошибок. Стоит отметить, что о проблемах в существующей российской методике известно и власти активно занимаются разработкой новых критериев эффективности. Так, 17.04.2024 году был 6 съезд Всероссийской ассоциации развития местного самоуправления, в котором приняли участие главы муниципалитетов из всех регионов РФ, где обсуждалось создание ключевых показателей эффективности (КПЭ). Всего планируется пять блоков: экономика, общество, человеческий капитал, качество управления и среда для жизни.

Анализ показал, что имеет место быть перенятие опыта в сфере наделяния более широкими полномочиями местных органов, что позволит им самостоятельно определять критерии по оценке эффективности деятельности, в том числе и самооценки, с учетом специфики своего города и территории. Вышеуказанное кажется целесообразней единого перечня для всех,

так как Россия огромная страна с разнообразными территориями и учесть специфику сразу всех регионов сложно выполнимая задача.

Список использованных источников:

1. Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 (ред. от 11.06.2021) «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных, городских округов и муниципальных районов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_76576/b95a455bbc0cc30b942dbb28cfe974567952042f/#dst100025 (дата обращения 19.04.2024).

2. «Круглый стол» на тему: "Система оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления: совершенствование нормативно-правового регулирования и механизмов практической реализации» (г. Москва, 18 марта 2019 года) // Местное право. – 2019. – № 2. – С. 105-124.

3. Государственное и муниципальное управление: актуальные проблемы и современные тренды: Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 17–18 ноября 2022 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2023. – 511 с.

4. Челаева, Т.В. Теоретические аспекты и анализ системы оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления России и зарубежных стран / Т.В. Челаева // Журнал монетарной экономики и менеджмента. – 2023. – № 4. – С. 80-86.

УДК 336.027

Голаков Артем Алексеевич
Golakov Artem Alekseevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственные и муниципальные финансы»
Master program “State and municipal finances”
e-mail: Golakovarem@yandex.ru

**ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ
НА ЭКОНОМИКУ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**THE IMPACT OF INCOME TAX BENEFITS ON THE ECONOMY
OF THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Аннотация: в статье представлены результаты исследования налоговых льгот по налогу на прибыль в России за последние 16 лет. Оценены соответствующие налоговые расходы субъектов РФ. Результатом исследования является выявление отсутствия существенного влияния налоговых льгот по налогу на прибыль на экономическое развитие регионов.

Abstract: The article presents the results of a study of income tax benefits in Russia over the past 16 years. The corresponding tax expenditures of the subjects of the Russian Federation have been estimated. The result of the study is to identify the absence of a significant impact of income tax benefits on the economic development of the regions.

Ключевые слова: налоговые расходы, экономическое развитие, налоговые льготы.

Keywords: tax expenditures, economic development, tax incentives.

Для достижения целей финансовой политики государства, установленных в стратегических документах, государственных программах, исполнительные органы власти используют различные инструменты. Все инструменты можно разделить на 3 вида: прямое финансирование (субсидии, льготные займы), налоговые льготы и преференции и иные меры поддержки (консультационная поддержка, регуляторные послабления). В нашем исследовании мы сосредоточили внимание на налоговых мерах поддержки, направленных на развитие обрабатывающей промышленности, в частности на налоговые льготы и преференции по налогу на прибыль (далее в статье рассматриваются льготы и налоговые расходы только в отношении налога на прибыль).

История налоговых льгот по налогу на прибыль начинается в 2002 году, когда в Налоговом Кодексе Российской Федерации (далее – НК РФ), было установлено право субъектов снижать ставку по налогу на прибыль в региональной части до 10,5%, а затем до 13,5%. На текущий момент данная норма НК РФ действует до 2025 года, но, учитывая экономическую ситуацию в стране, она может быть продлена. В 1999 году появляется первая особая экономическая зона (далее – ОЭЗ) в Магаданской области. В 2006 году появляется ОЭЗ в Калининградской области и ОЭЗ в других регионах. Стоит отметить, что ОЭЗ стали первыми преференциальными налоговыми режимами на современном этапе развития налоговой системы РФ. Под преференциальными налоговыми режимами понимаются льготы, которые предоставляются комплексно определенной категории налогоплательщиков. Отличительными особенностями преференциальных режимов являются: наличие отдельного нормативно-правового акта или правил, устанавливающих требования к организациям или проектам и регулирующих получение статуса участника преференциального режима, предоставление льгот одновременно по нескольким налогам, наличие иных преференций (например, налоговой или неналоговой стабилизации, режима свободной таможенной зоны), применения проектного подхода и разрешительного порядка в процессе получения льгот, наличие территориальной привязки. Несмотря на разные цели, общим для всех преференциальных режимов является существенное снижение ставки по налогу на прибыль, вплоть до нуля.

Далее активное развитие преференциальных режимов начинается с 2014 года: появляется Свободная экономическая зона в Крыму, Свободный порт Владивосток, региональные инвестиционные проекты (далее – РИП), специальные инвестиционные контракты (далее – СПИК), режим Арктической зоны РФ. Всего в 2023 году было установлено не менее 22 оснований

для применения пониженных или нулевых ставок по налогу на прибыль в части стимулирования обрабатывающей промышленности, включая перечисленные преференциальные режимы. Всего по данным Минфина РФ действует 35 инвестиционных льгот и преференциальных режимов, общий объем выпадающих доходов бюджетной системы РФ в 2022 году составил 2,8 трлн руб. (без учета НДС) [1].

Объём налоговых расходов по налогу на прибыль изучался нами на основе формы 5-П ФНС. В 2006 году, первый доступный для анализа год, налоговых расходы составили 35 млрд рублей, которые были представлены региональными налоговыми льготами. К 2014 году объем вырос в 2,3 раза до 81 млрд рублей, 95% представлено региональными льготами, оставшаяся часть – ОЭЗ. В 2018 году объем налоговых расходов вырос до 134 млрд руб., региональные льготы составили уже 86%, остальная часть была распределена между 7 режимами. В 2022 году налоговые расходы достигли максимума – 370 млрд рублей, но доля региональных льгот снизилась до 40%, а остальная часть распределилась между другими преференциальными режимами и льготами (например, по 16% у инвестиционного налогового вычета и льгот для it-компаний, 10% – СПИК). Изучая налоговые расходы в динамике с 2006 по 2022 гг., нами был выявлен рост расходов в кризисные периоды (2008, 2014-2015, 2018-2019, 2021-2022 гг.). Исследование данной тенденции не является предметом этой научной работы, но, на первый взгляд, данные говорят об активном применении льгот в кризисные периоды, что косвенно свидетельствует об активной налоговой политике на региональном уровне, так как основное бремя налоговых расходов несут субъекты РФ, но данная гипотеза требует более глубокого изучения.

Дальнейшее изучение налоговых расходов строилось на сопоставлении налоговых льгот и доходов по налогу на прибыль по каждому субъекту РФ. Сравнение льгот в прямом выражении представляется нам не объективным, так как крупные субъекты предоставляют максимальные льготы, например, Москва и Санкт-Петербург по 70 млрд рублей, а первые пять субъектов в совокупности 55% от общего объема или почти 200 млрд рублей в 2022 году. В среднем один субъект несет расходов на 4 млрд рублей, медианное значения – 675 млн руб., то есть можно сделать вывод, что налоговые расходы распределены неравномерно среди субъектов РФ. Изучая долю налоговых расходов в поступлениях по налогу на прибыль, мы обнаружили, что максимальное стимулирование предоставляют регионы Дальневосточного федерального округа, так как пониженные ставки используют компании, добывающие различные металлы. Например, Забайкальский Край предоставил льгот на 10 млрд руб. участникам РИП в 2022 году. Особенностью режима РИП на Дальнем Востоке является предоставление льгот добывающим компаниям, в том числе в части налога на прибыль и НДС. В Забайкальском Крае льготы в 2022 году получили 2 компании,

разрабатывающие рудники. Через несколько лет компании утратят право применять пониженные ставки, и в бюджет поступит налог на прибыль, но ситуация, в которой половину поступлений налога на прибыль формируют 2 компании, зависящие от рыночной конъюнктуры, не является устойчивой. В этой связи при предоставлении льгот, которые стимулируют к реализации инвестиционного проекта на территории региона, необходимо анализировать влияние данных проектов на бюджеты в долгосрочном периоде при различных сценариях.

Далее мы отобрали по 5 регионов, предоставляющих максимальные, минимальные и средние налоговые льготы по отношению к поступлениям по налогу на прибыль (см. табл. 1).

Таблица 1 – Сравнения регионов
по социально-экономическим показателям
[составлено автором по данным 2 и 3]

		Средняя доля НР в доходах по ННП	Средний ежегодный прирост ОК в 2013-2022	Средний ежегодный прирост ВРП 2006-2022	Прирост про- изводитель- ности в про- мышленно- сти 2009- 2022	Коэффици- ент износа основных фондов на конец 2022 года
1	Калининградская область	49%	5%	13%	579%	49,07
	Пермский край	21%	5%	11%	347%	50,9
	Республика Алтай	15%	н/д	15%	940%	56,03
	Оренбургская область	8%	4%	10%	542%	45,18
	Иркутская область	5%	7%	6%	289%	51,99
2	Московская область	1,4%	4%	12%	365%	51,83
	Ивановская область	1,3%	13%	14%	631%	47,5
	Свердловская область	1,3%	1%	10%	439%	48,03
	Ульяновская область	1,3%	-1%	12%	568%	57,68
	Орловская область	1,3%	2%	9%	407%	43,94
3	Тамбовская область	0,25%	9%	11%	327%	59,86
	Белгородская область	0,18%	-2%	10%	284%	55,44
	Тверская область	0,16%	2%	10%	389%	51,01
	Республика Калмыкия	0,04%	н/д	13%	388%	47,26
	Курская область	0,01%	12%	14%	347%	40,84
	Российская Федерация	3%	5%	11%	412%	47,41

Были исключены регионы ДФО, которые стимулируют развитие добывающей промышленности, так как мы исходили из предположения,

что налоговые льготы и преференциальные режимы нацелены на развитие обрабатывающей промышленности. Доля налоговых расходов в налоге на прибыль была усреднена за период с 2006 по 2022 гг. Регионы сравнивались по среднему ежегодному приросту инвестиций в основной капитал, ежегодному приросту ВРП, приросту производительности труда в обрабатывающей промышленности, коэффициенту износа основных фондов – все показатели приведены по обрабатывающей промышленности за максимальные доступные периоды по наблюдениям Росстата. Мы предполагали, что первая группа регионов, предоставляющих максимальное стимулирование, за прошедшие периоды развивались опережающими темпами по сравнению с другими регионами России.

Подводя итоги, на основе проведенного исследования, мы не можем однозначно сказать, что налоговые льготы и преференциальные режимы стимулируют экономическую деятельность в регионах и вкладывают существенный вклад в социально-экономическое развитие региона. Во-первых, налоговые расходы не являются существенной суммой в рамках экономики России (1,3% от доходов консолидированного бюджета РФ за 2022 год, 3% от доходов по налогу на прибыль в среднем с 2006-2022 гг.) и не оказывают заметного влияния на макроэкономические показатели регионов. Во-вторых, у каждого региона были различные стартовые позиции, базовые отрасли, которые развивались более динамично. В-третьих, невозможно выделить роль налоговых льгот в экономическом развитии региона, поэтому нельзя однозначно сказать, что налоговые расходы не влияют на социально-экономическое развитие, вполне возможно, что налоговые льготы внесли свой вклад в поддержание темпов роста показателей на среднероссийском уровне. В-четвертых, государство почти не осуществляет контроль за использованием льгот [4]. Также стоит отметить, что на сегодняшний день основное регулирование налоговых льгот и преференций находится на федеральном уровне: с одной стороны, единое регулирование позволяет устанавливать единые условия, что позволяет развивать единое экономическое пространство, с другой стороны, субъекты, неся основное бремя налоговых расходов, потеряли возможность более тонкой донстройки льгот с учетом региональной специфики.

Список использованных источников:

1. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов" (утв. Минфином России) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2023/09/main/ONBNiTTP__2024-2026.pdf (дата обращения 12.04.2024).
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения 10.04.2024).
3. Отчет о налоговой базе и структуре начислений по налогу на прибыль организаций (Форма 5-П ФНС) [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения 08.04.2024).

4. Влияние налоговых льгот и преференций на территориальное развитие России: региональный аспект / С.Н. Белоусова, Т.Ю. Ткачева // Известия Юго-западного государственного университета. Серия: экономика. Социология. Менеджмент. – 2023. – Т.13. – №3. – С. 76-87. DOI 10.21869/2223-1552-2023-13-3-76-87

УДК 331.556.4

Девяткина Елизавета Владимировна
Devyatkina Elizaveta Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative Personnel Technologies and Career Management”

e-mail: liza.devyatkina.00@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ С ПОМОЩЬЮ ОРГАНИЗОВАННОГО НАБОРА ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ

IMPROVING MECHANISMS FOR REGULATING LABOR MIGRATION THROUGH ORGANIZED RECRUITMENT OF LABOR MIGRANTS

Аннотация: в настоящее время в России наблюдается нехватка рабочих кадров как в целом по экономике, так и в большинстве ключевых отраслей. Для решения данной проблемы компании привлекают персонал, не обладающий всеми нужными компетенциями, в том числе студентов, пенсионеров, трудовых мигрантов. В это же время активно развивается механизм организованного набора трудовых мигрантов. В исследовании представлен анализ опыта привлечения трудовых мигрантов на работу современными российскими компаниями. Анализ строится на качественном интервью с руководителями компаний и руководителями департаментов по управлению персоналом.

Abstract: At present, Russia is experiencing a shortage of workers both in the economy as a whole and in most key industries. To solve this problem, companies hire personnel who do not have all the necessary competencies, including students, retirees, and migrant workers. At the same time, the mechanism of organized recruitment of migrant workers is actively developing. The study presents an analysis of the experience of modern Russian companies in recruiting migrant workers. The analysis is based on qualitative interviews with company managers and heads of HR departments.

Ключевые слова: трудовые мигранты, организованный набор, иностранная рабочая сила.

Keywords: labor migrants, organized recruitment, foreign labor force.

Современный рынок труда за последние несколько лет претерпел глобальные изменения и ни раз сталкивался с серьезными вызовами. Так в 2023 году дефицит кадров стал одной из главных проблем для предприятий и серьезным риском для экономики. В 2024 году тенденция сохраняется, о чем свидетельствуют материалы Банка России, согласно которым обеспеченность российских компаний работниками в I квартале текущего года снизилась до минимума с аналогичного периода 2020 года [3]. Предприятия отмечают, что в I квартале 2024 года в сравнении с предыдущим кварталом ситуация с нехваткой персонала усугубилась, как в целом по экономике, так и в большинстве ключевых отраслей. Наиболее остро дефицит кадров испытывают предприятия обрабатывающих производств. Многие предприятия для решения проблемы повышают зарплату отдельным категориям работников, другие стараются удерживать опытных специалистов старшего возраста. Также, для решения данной проблемы компании привлекают персонал, не обладающий всеми нужными компетенциями, в том числе из числа студентов, пенсионеров, трудовых мигрантов. Правительство нашей страны в свою очередь активно развивает организованный набор трудовых мигрантов, как один из механизмов регулирования миграции, целью которого является максимизация положительных эффектов международной миграции, минимизация отрицательных последствий этого явления, как для стран-доноров, так и для стран-реципиентов.

На текущий момент вопросы механизмов регулирования трудовой миграции были рассмотрены в работах Тухтаровой Е. Х. – ведущего экономиста Института экономики УрО РАН, в работах Леденёвой В. Ю. – к.с.н., доцента РАНХиГС организованный набор мигрантов рассматривается, как адаптационный механизм [2], но ранее не были представлены результаты исследования опыта привлечения трудовых мигрантов через механизм организованного набора, что подтверждает актуальность данного исследования. В связи с этим объектом исследования данной работы является процесс организованного набора иностранных граждан, который будет рассмотрен на предмет преимуществ и недостатков данного механизма.

Цель работы: формулирование предложений по регулированию механизма трудовой миграции с помощью оргнабора. Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие задачи: проведение анализа эмпирических данных в части внешней миграции специалистов; проведение интервью с представителями российских компаний, имеющими опыт привлечения иностранных граждан через механизм оргнабора; сформулировать сильные и слабые стороны исследуемого механизма; предложить рекомендации по совершенствованию оргнабора.

В процессе написания работы пришлось столкнуться с проблемой нехватки актуальных эмпирических данных, поскольку на момент написания работы присутствовали данные только за 2022 год. Однако на сайте МВД РФ [5] найдены общие итоги трудовой миграции за январь – июль 2023 г., согласно которым число мигрантов, прибывших в Россию за указанный период, составило 2 202 959 человек. В сравнении с аналогичным периодом

2022 года число мигрантов, прибывших в Россию, сократилось на 99 975 человек, или на 4,5%. В тот же момент число выбывших из РФ сократилось на 14,6% и составило 2 063 043. Миграционный прирост за указанный период положительный и составляет +139 916.

В это же время в РФ было заключено 1 157 423 трудовых договоров с иностранными гражданами и лицами без гражданства, из которых было заключено 38 911 трудовых договоров с иностранными гражданами, осуществляющими деятельность на основании разрешения на работу, 411 886 трудовых договоров с гражданами без разрешения на работу и 706 626 договоров заключено с мигрантами, работающими на основании патента. Однако в этот же момент примерно 47% мигрантов осуществляют трудовую деятельность нелегально. В момент рассмотрения данных важно отметить, что с целью минимизации нелегальной миграции и развития организованных форм оргнабора в РФ заключены двухсторонние соглашения об организованном наборе и привлечении граждан между Правительством РФ и Правительством Республики Узбекистан и между Правительством РФ и Правительством Республики Таджикистан.

Статистические данные также подтверждают успешность реализации данных соглашений, поскольку по данным МВД РФ [5] за первое полугодие 2023 года наибольшее количество трудовых договоров было заключено с мигрантами из Узбекистана (438 401), Киргизии (207 525) и Таджикистана (204 090). Далее рассмотрим, что из себя представляет организованный набор трудовых мигрантов – это регулируемый процесс привлечения востребованных иностранных трудовых ресурсов с учетом их количественных и качественных характеристик (профессия, квалификация, готовность к адаптации и т.д.) и переноса в государства выезда. Механизм организованного набора, как способ привлечения иностранных работников, подразумевает, что нахождение мигрантом рабочего места на территории РФ предшествует его въезду в страну. Предполагается, что механизм позволит упорядочить имеющийся стихийный поток, а также постепенно сократить его за счёт привлечения наиболее востребованных работников. Так по данным СПб ГАУ «Центр трудовых ресурсов» [1] в 2023 г. работодатели подали 860 заявок о потребности в иностранных работниках, из которых 510 были возвращены работодателям на доработку, а по итогам 16 заседаний МВК в Санкт-Петербурге принято решение об удовлетворении в полном объёме 145 заявок и частично – 30 заявок о привлечении 4529 иностранных работников.

В ходе исследования проведены интервью с представителями отечественных компаний: ритейл-сегмента, строительство, пищевая промышленность, швейное производство и другие. В ритейл-сегменте приблизительно 6% коллектива составляют трудовые мигранты, чаще всего они занимают позиции розницы: как: продавцы, кассиры, работники торгового зала, кассиры-комплектовщики. Предприятия пищевых производств также привлекают мигрантов для выполнения простых операций укладка, упаковка и транспортировка продукции. На швейных производствах около 30% штата это приезжие,

а по словам представителей строительной отрасли основной объем работ в строительной отрасли сейчас выполняют трудовые мигранты. С более подробной информацией можно ознакомиться на рисунке 1.

**Рисунок 1 – Процент трудовых мигрантов
на современных предприятиях относительно всего штата**



В связи с нехваткой рабочих кадров компании привлекают персонал, не обладающий всеми нужными компетенциями, а представители современных компаний сообщают, что основное и важное требование к трудовым мигрантам помимо необходимых документов для работы в РФ – это знание русского языка. Компании непосредственно на месте проводят обучение, схожее с обучением для сотрудников-граждан РФ.

Ниже приведем сводную таблицу, составленную на основе результатов интервью с представителями компаний.

Таблица 1 – SWOT-анализ организованного набора трудовых мигрантов

Сильные стороны	Слабые стороны
• Передача на аутсорсинг процессов отбора, предвыездной подготовки и оформления патентов для востребованных иностранных работников; • Нацеленность мигрантов на продолжительную работу у работодателя; • Возможность отбора больших групп	• Недостаточная осведомленность работодателей о возможности подачи заявки для оргнабора; • Недоверие работодателей к результативности организованных форм набора трудовых мигрантов; • Подходит под проектные работы.
• Гарантированная легальность: прохождение всеми отобранными кандидатами предвыездных процедур и оформление патента.	• Необходимость подавать заявку на набор мигрантов заблаговременно; • Работник уже после переезда может не захотеть работать у работодателя, к которому его направили.

Возможности	Угрозы
• Распространение информации о том каких сотрудников и на какие предприятия привлекли с помощью организованного набора; • Формирование алгоритма действий для привлечения трудовых мигрантов с помощью организованного набора; • Сокращение срока подбора.	• Переход мигранта от работодателя, который его привлек к работодателю с более лучшими условиями труда; • Отток мигрантов из РФ, связанный с снижением рубля и риска быть мобилизованным; • Нежелание мигрантов пребывать в РФ.

В заключении важно отметить, что организованный набор трудовых мигрантов направлен на снижение уровня нелегальной миграции и помогает закрывать вакантные места на предприятиях, где не хватает российских специалистов. Однако важно понимать, что оргнабор – это невозможность для мигрантов легально пересечь границу для проживания в стране, для этого необходимо на законодательном уровне вводить прозрачные механизмы отслеживания мест работы трудовых мигрантов. С другой стороны, совершенствуя механизм оргнабора и вводя новые законодательные инициативы, ограничивающие деятельность трудового мигранта, важно помнить о представителях стран-доноров, и предоставлять им обещанные условия труда, включая уровень заработной платы, условия проживания и др. В тоже время необходимо обратить внимание на зарубежный опыт внедрения организованных программ иммиграции иностранных граждан и разработать подобную программу согласно, которой у иностранного гражданина будет возможность приехать на конкретное место работы на понятный срок.

Список использованных источников:

1. В 2023 году работодатели Санкт-Петербурга подали 860 заявок о потребности в иностранных работниках из стран с визовым порядком въезда в РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://gauctr.ru/novosti/v-2023-godu-rabotodateli-sankt-peterburga-podali-860-zayavok-o-potrebnosti-v-inostrannyh-rabotnikah-iz-stran-s-vizovym-poryadkom-vezda-v-rossijskuyu-federatsiyu/> (дата обращения:03.03.2024).
2. Леденёва В. Ю. «Система организованного набора мигрантов как адаптационный механизм» // Государственная служба. 2014. №4 (90). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-organizovannogo-nabora-migrantov-kak-adaptatsionnyy-mehanizm> (дата обращения:03.03.2024).
3. «Наиболее остро дефицит кадров испытывают предприятия обрабатывающих производств»// Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/20572827> (дата обращения:03.03.2024).
4. Отдельные показатели миграционной ситуации в Российской Федерации за январь – июнь 2023 года с распределением по странам и регионам по данным ГУВМ МВД РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn--blaew.xn--plai/dejatelnost/statistics/migracionnaya/item/40034334> (дата обращения:03.03.2024).
5. Сводка основных показателей деятельности по миграционной ситуации в Российской Федерации за январь-июль 2023 года по данным ГУВМ МВД РФ – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://xn--blaew.xn--plai/dejatelnost/statistics/migracionnaya/item/40830191> (дата обращения 05.02.24).

6. Гриднева, М.А. Профессиональные стандарты на рынке труда: особенности и практика их применения / М.А. Гриднева, О.Д. Маслюк, М.А. Петров // Социально-трудовые исследования. – 2020. – № 2(39). – С. 85-98. – DOI 10.34022/2658-3712-2020-39-2-85-98. – EDN QKXKHI

7. Петров, М.А. Аутсорсинг в работе с персоналом: учебное пособие / М.А. Петров, В.С. Тестова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2014. – 51 с. – EDN TKMMLF

8. Петров, М.А. Управление персоналом и прикладная социология: преимущества использования и проблемы внедрения / М.А. Петров, К.А. Прозоровская // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – № 3(117). – С. 121-124. – EDN ZHAGDZ

9. Петров, М.А. Теоретические аспекты организационного построения процессов разработки стратегии // Государственное управление и экономика: современное состояние и перспективы развития: материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 14 октября 2015 года. – Санкт-Петербург: Северо-Западный институт повышения квалификации Федеральной налоговой службы, г. Санкт-Петербург, 2016. – С. 292-303. – EDN WBRJKF

10. Экономика и управление интеллектуальным капиталом: Коллективная монография / А.Э. Сулейманкадиева, И.А. Садырин, О.Ю. Сыроватская [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 183 с. – ISBN 978-5-7310-4970-2. – EDN RGXUEN

УДК 331.103

Домингес Энрике
Henrique Domingues

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международная торговля»
Master program “International Commerce”
e-mail: hdomingues@yandex.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В МЕРКОСУР PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DIGITAL PAYMENT SYSTEMS IN MERCOSUR

Аннотация: Платежная система МЕРКОСУР в нацвалютах была создана для содействия использованию национальных валют во внутриблочных коммерческих операциях. Тем не менее, завершение этапов процесса по-прежнему зависит от доллара, и недавние геополитические события способствуют созданию систем, в которых доллар не участвует, а цифровизация экономики может стать решением этой проблемы.

Abstract: The MERCOSUR Local Currency Payment System was created with the purpose of promoting the use of national currencies in intra-bloc commercial operations.

However, it still depends on the dollar to complete stages of the process and recent geopolitical events lead to the understanding that it is necessary to create systems where the dollar does not exert any influence and the digitalization of the economy can be the solution to this issue.

Ключевые слова: МЕРКОСУР, национальные валюты, дедолларизация, цифровая экономика.

Keywords: MERCOSUR, national currencies, de-dollarization, digital economy.

Введение. В рамках Общего рынка стран южной Америки (МЕРКОСУР), объединения, в которое входят Аргентина, Боливия, Бразилия, Венесуэла, Парагвай и Уругвай, создана собственная платежная система в национальных валютах – SML (порт. Sistema de Pagamentos em Moeda Local). Платежная система была разработана с целью освобождения межрегиональной торговли от долларовой зависимости. Несмотря на создание подобного перспективного инструмента, цель не была достигнута в полной мере, поскольку SML по-прежнему зависит от доллара, необходимого для завершения этапа финансовых взаиморасчетов между подписавшими соглашение странами.

Использование доллара и всей финансовой инфраструктуры, контролируемой США, в качестве «оружия» вышло на новый уровень после начала специальной военной операции на Украине. Такие страны, как Венесуэла, Иран и Афганистан, уже столкнулись с превращением доллара в «оружие», но в случае с Россией это явление стало более массовым [4]. Замораживание российских зарубежных активов, составляющих около половины международных резервов РФ, в конечном итоге подорвало доверие стран, которые хранят международные резервы в долларах и евро, к западной финансовой системе. Поэтому глобальный Юг активизировал поиск альтернатив западной финансовой системе. Еще в 2014 году Дилма Русеф, тогдашний президент Бразилии и хозяйка саммита БРИКС, заявила, что блок делает шаг к построению новой финансовой архитектуры мировой экономики, подписывая Соглашение о создании Нового банка развития (НБР) и Договора о создании пула условных валютных резервов стран БРИКС (англ. CRA).

В 2023 году в ходе Йоханнесбургского саммита в ЮАР министрам экономики и финансов, а также управляющим центральных банков стран БРИКС была поручена задача по разработке стратегий осуществления платежей в национальных валютах в рамках объединения. На региональном и двустороннем уровнях также разрабатываются инициативы по использованию национальных валют. В то время как Россия увеличивает объем операций, проводимых с Китаем, Ираном и Индией, Китай подписывает соглашения с Бразилией и Аргентиной о платежах в национальных валютах. Це-

лью данного исследования, с учетом возникающей новой глобальной тенденции, является краткое представление механизма работы SML, а также определение перспектив цифровизации платежной системы для снижения зависимости от доллара во внутриблоковых транзакциях МЕРКОСУР.

Платежная система в национальных валютах (SML)

Совет общего рынка МЕРКОСУР 28 июня 2007 года создал платежную систему в национальных валютах между государствами-членами блока. Тогда же было установлено, что условия работы SML, которая является необязательной, должны определяться двусторонними соглашениями, подписываемыми между центральными банками.

Платежная система в национальных валютах (SML), начавшая функционировать в 2008 году, изначально была результатом двустороннего соглашения, подписанного между центральными банками Бразилии и Аргентины. В настоящее время центральные банки всех стран подписали между собой двусторонние соглашения, и SML может быть внедрена всеми странами-членами МЕРКОСУР, за исключением Венесуэлы, членство которой было приостановлено в 2017 году, и Боливии, которая официально вступила в блок только 7 декабря 2023 года.

По данным Центрального банка Бразилии, SML позволяет осуществлять платежи и принимать поступления непосредственно в национальных валютах без использования промежуточной валюты, такой как доллар, что устраняет необходимость в поэтапной конвертации валют. Это делает систему более эффективной и снижает стоимость операций [2].

Однако, анализируя поток операций SML более подробно, мы можем определить, что система по-прежнему полагается на доллар для выполнения как минимум двух важных шагов.

1. Установление обменных курсов между национальными валютами с использованием доллара в качестве базовой валюты

2. Перечисление финансовых ресурсов между странами-участницами операции, осуществляемой в долларовой выражении между центробанками.

Другими словами, только у покупателя и продавца возникает ощущение, что доллар не используется в сделке [3, с. 7]. Для финансовых учреждений, особенно центральных банков МЕРКОСУР, доллар по-прежнему используется во взаимных расчетах (см. рис. 1).

В схеме, приведенной на рис. 1 показано, что от покупателя до центрального банка в стране покупателя финансовый поток формируется на основе национальной валюты. Между центральными банками торгующих стран взаиморасчеты осуществляются в долларах США из международных резервов. В свою очередь, от центрального банка в стране продавца движение финансового потока вновь производится в национальной валюте.

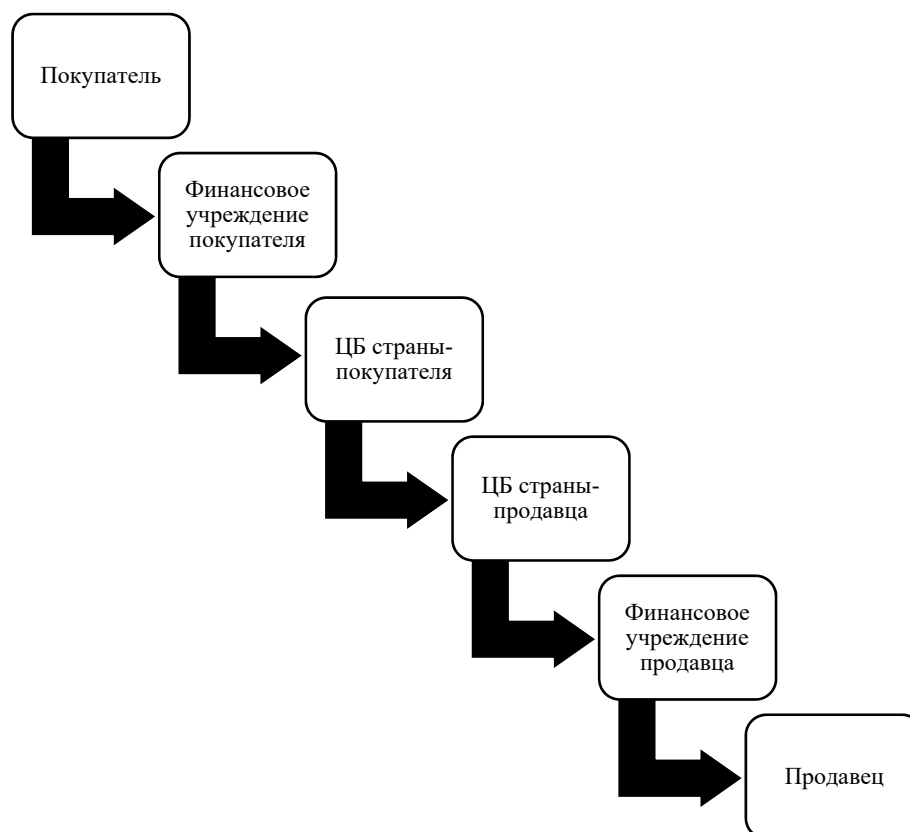


Рисунок 1 – Схема движения финансового потока в SML

На практике Соглашение действует как двусторонняя система расчетов и клиринга, основными целями которой являются: i) сократить валютные переводы в твердой валюте; ii) содействовать финансовой интеграции путем увеличения количества прямых операций в нацвалютах; iii) снизить издержки импортеров и экспортеров на финансовые операции, освободив их от валютных операций, с тем чтобы способствовать, прежде всего, участию малых и средних предприятий в двусторонней торговле. [1, с. 2]. Таким образом, несмотря на то что система использования национальных валют в международных торговых операциях между странами МЕРКОСУР очень перспективна, зависимость от доллара при завершении ключевых этапов этого процесса является слабым местом в процессе дедолларизации в рамках Общего рынка стран южной Америки.

Цифровизация валют как альтернатива доллару

Появление криптовалют привнесло новый элемент в дискуссию о глобальной финансовой инфраструктуре. Развитие рынка и новые технологии, задействованные в криптосистеме, такие как блокчейн, привлекли внимание национальных правительств, которые начали работать над созданием своих цифровых валют. В сентябре 2023 года Бразилия и Китай осуществили между собой первую цифровую транзакцию без использования доллара.

В рамках БРИКС обсуждается создание новой валюты, которая будет служить валютой – эталоном для сделок внутри объединения, взяв на себя ту роль, которая сейчас принадлежит доллару. С той же целью нынешний министр финансов Бразилии Фернандо Аддад предложил создать валюту для внутреннего использования в МЕРКОСУР. Чтобы предложения были жизнеспособными, они должны сохранить валютный суверенитет вовлеченных стран, а также роль их центральных банков. Новая валюта, будь то валюта БРИКС или МЕРКОСУР, должна быть цифровой и подкрепляться прочными, надежными и относительно стабильными активами. На начальных этапах внедрения ее следует использовать, в первую очередь, если не исключительно, в международных транзакциях [4].

Заключение. Архитектура действующей в мире финансовой системы не соответствует многополярности, которая продиктована геополитикой. Поэтому необходимо использование новых финансовых инструментов, которые позволят укрепить многополярный мировой порядок, а также обеспечить суверенное социально-экономическое развитие стран, возглавляющих этот процесс. Крайне важно создать новую валюту, чтобы избавиться от долларовой зависимости в международных финансовых расчетах, как в случае с МЕРКОСУР.

Объединение стран БРИКС обладает полезными институциональными инструментами для процесса дедолларизации, при этом Новый банк развития и Пул условных валютных резервов являются важными элементами консолидации возможной общей валюты стран БРИКС. Поскольку финансовая инфраструктура БРИКС более развита, чем у МЕРКОСУР, южноамериканскому блоку может быть выгодно использование валюты БРИКС в качестве эталона для расчетов и клиринга в SML вместо доллара. Эта задача, однако, совсем непростая. Очень важным является исследование потенциальных возможностей цифровых технологий для разработки механизма функционирования общей валюты стран БРИКС и ее использования в качестве наиболее жизнеспособного финансового актива.

Список использованных источников:

1. Pinto, L. F. S.; Severo, L. W. O Sistema de Pagamentos em Moeda Local e suas Potencialidades para o MERCOSUL [Электронный ресурс] / L. F. S. Pinto; W. L. Severo // IPEA Boletim de Economia e Política Internacional. – 2011. – Режим доступа <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8859> (дата обращения 25.04.2024).
2. Pagamento em Moeda Local [Электронный ресурс] / Banco Central do Brasil. – 2023. – Режим доступа: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/sml> (дата обращения 24.04.2024).
3. Reiss, D. G. Lidando com a disponibilidade de instrumentos financeiros: uma experiência inicial de internacionalização da moeda no Brasil – Sistema de Pagamentos em Moeda Local SML [Электронный ресурс] / D. G. Reiss // SSRN. – 2015. – Режим доступа: <https://ssrn.com/abstract=4338303> (дата обращения 24.04.2024).

4. Batista Jr., P. N. A BRICS Currency? [Электронный ресурс] / P. N. Batista Jr – 2023. – Режим доступа: <https://www.nogueirabatista.com.br/wp-content/uploads/2023/09/Aug-2023-On-possible-BRICS-currency.pdf> (дата обращения 25.04.2024).

5. Haddad, F., Galípolo, G. Criação de moeda sul-americana pode acelerar integração regional [Электронный ресурс] / F. Haddad; G. Galípolo // Folha de São Paulo – 2022. – Режим доступа: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2022/04/criacao-de-moeda-sul-americana-pode-acelerar-integracao-regional.shtml> (дата обращения 25.04.2024).

УДК 331.103

Ду Липэн

Du Lipeng

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международный бизнес»

Master program “International Business”

e-mail: a1183881681@gmail.com

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

METHODS OF MANAGING AN ORGANIZATION IN THE SPHERE OF E-COMMERCE

Аннотация: в статье подробно рассматриваются методы управления организацией в сфере электронной коммерции, также известной как электронная розничная торговля. Автор предлагает ряд методов, включая развитие динамичной и надежной цепи поставок.

Abstract: The article discusses in detail the methods of managing an organization in the field of e-commerce, also known as e-retailing. The author suggests a number of techniques including developing a dynamic and reliable supply chain.

Ключевые слова: управление организацией, электронная коммерция, интернет-торговля, электронный маркетинг.

Key words: organization management, e-commerce, online trading, e-marketing.

Цифровая революция и электронная коммерция имеют значительное влияние на каналы сбыта продукции, потребительские привычки и ожидания. Данная статья направлена на анализ существующего объема знаний в области электронной коммерции с целью четкого выявления методов управления организацией в сфере электронной коммерции. Результаты анализа исследований привели к исследовательским предложениям, основанным на выявленных методах, и предлагают дальнейшее теоретическое развитие. В статье предлагается 7 основных методов управления компанией в этой

сфере: развитие динамичной и надежной цепочки поставок, превращение посетителей в клиентов, разработку правильной ИТ-стратегии, управление операциями электронной розничной торговли с постоянной эффективностью, использование стратегии электронного маркетинга, обучение навыкам сотрудников и необходимость интернационализации.

С момента появления цифровой экономики многие ученые изучают ее различные бизнес-модели, такие как порталы, маркетплейсы и поставщики продуктов/услуг [1, с. 57]. Порталы создают сеть пользователей, заинтересованных в получении информации о продукте или услуге, примером может служить Yahoo.com. Маркетплейсы ставят в соответствие покупателей и продавцов, требуя более специфических знаний, где примером является Ebay.com. Поставщики продуктов/услуг напрямую взаимодействуют со своими клиентами при проведении коммерческих онлайн-транзакций. Исследователи из разных областей начали исследовать возможности, необходимые для успешной работы традиционного бизнеса в сфере электронной коммерции [2, с. 148]. Исследователи начали активно изучать методы управления организацией в сфере электронной коммерции, особенно с точки зрения производителей. Например, Пу попытался систематизировать существующую литературу и определил создания надежной цепочки поставок как основного двигателя онлайн-торговли для производителей [3, с. 235]. Их работа отмечает, что, хотя исследований много, многие из них представлены с предвзятым взглядом или основаны на несравнимых моделях, выделяя потребность в систематизации современного состояния этой области.

Автор выделил и систематизировал методы управления организацией в сфере электронной коммерции, которые способствуют оптимизации процессов в электронной коммерции и внедрению современных стратегий управления для достижения желаемых результатов.

Метод 1. Развитие динамичной и надежной цепочки поставок в электронной розничной торговле.

Чтобы электронная розничная торговля была успешной, нам необходимо иметь эффективную основу цепочки поставок для обслуживания клиентов. Для увеличения числа успешных веб-транзакций веб-сайты должны уделять внимание клиентоориентированному дизайну. Это включает в себя несколько стратегий. Во-первых, необходимо иметь простую структуру навигации, чтобы минимизировать количество шагов в процессе покупки и предоставить возможность восстановления прерванных соединений с Интернетом. Во-вторых, контент веб-страницы должен быть легким, что позволит быстрее загружать изображения на устройствах клиентов, таких как мобильные телефоны и КПК. Третьей стратегией является персонализированный контент, который отслеживает прошлые покупки клиентов и генерирует индивидуальные скидки или рекламные акции для них. И, наконец, важным элементом успешного веб-дизайна является подробное описание

продукта с трехмерными изображениями. Это способствует удовлетворенности клиентов и может помочь удерживать их на сайте, минимизируя «синдром брошенной корзины». Визуальные каталоги продуктов также могут увеличить вовлеченность клиентов.

Метод 2. Превращение посетителей в клиентов

Для превращения посетителей интернет-магазина в постоянных клиентов необходимо уделить внимание ряду важных аспектов. «Синдром брошенной корзины», при котором потенциальные покупатели добавляют товары в корзину, но не завершают процесс покупки, может быть справлен с помощью ряда мер: улучшение навигации по сайту, чтобы покупатели могли легко находить нужные товары и информацию; предоставление соответствующей информации о товарах и возможностью связи для ответа на возникающие вопросы; включение ссылок на полезные ресурсы и интерактивные возможности для стимулирования интереса клиентов; повышение прозрачности и улучшение гарантий, включая доставку, безопасность данных и возврат денег; предоставление офлайн-контактной информации с упоминанием имени и контактных номеров телефонов.

Метод 3. Разработка ИТ-стратегии

ИТ-стратегия для интернет-торговли включает в себя несколько ключевых аспектов. Один из них – улучшение интернет-сайта для обеспечения более эффективного обслуживания клиентов. Это включает в себя поддержание единообразных пользовательских интерфейсов, внедрение онлайн-аукционов, гибкие варианты оплаты и создание онлайн-службы поддержки клиентов. Другой важный аспект – полноценное взаимодействие ИТ-отдела со структурой организации. Это включает в себя убеждение, что ИТ-отдел обеспечивает соответствующий информационный поток с отделами маркетинга, продаж и эксплуатации, координацию с финансовым отделом ИТ-бюджета и сотрудничество с поставщиками и сторонними логистическими компаниями для обеспечения плавной интеграции.

Метод 4. Управление операциями электронной розничной торговли с постоянной эффективностью

Успех интернет-торговли зависит от конкурентоспособности и способности привлечения новых клиентов и удержания старых. Для достижения этой цели необходимо обеспечить постоянное повышение эффективности с помощью надежных ИТ-систем, конкурентных закупок, улучшения логистики и складских операций. Это позволит обеспечить преимущества для потребителей и обеспечит успех и процветание в сфере электронной розничной торговли.

Метод 5. Использование стратегии электронного маркетинга

Использование стратегии электронного маркетинга является неотъемлемой частью успешной деятельности розничного бизнеса в современ-

ных условиях. С учетом изменений в правилах игры по сравнению с традиционной розничной торговлей, разработка эффективной стратегии электронного маркетинга становится крайне важной для достижения успеха. Распространенные инструменты веб-аналитики, такие как IRIS Metrics, HitBox и Web Trends, позволяют получать ценные данные о поведении посетителей на веб-страницах. Эти данные могут быть использованы для улучшения пользовательского опыта и увеличения конверсии.

Метод 6. Обучение навыкам сотрудников

Сотрудники играют важную роль в деятельности данной организации. Их обучение определенному набору навыков необходимо для улучшения обслуживания клиентов, а также обеспечения круглосуточного обслуживания. Повышение квалификации сотрудников является важной составляющей реализации бизнес-стратегии, которая включает в себя удовлетворение клиентов и достижение операционной эффективности. Данный процесс принесет значительные преимущества, такие как повышение производительности сотрудников, улучшение операционной эффективности и увеличение согласованности знаний в сети выполнения заказов.

Метод 7. Необходимость интернационализации

Для успешного развития бизнеса в области электронной коммерции в новых рыночных сегментах потребуются значительные капиталовложения, обычно реализованные в форме прямых иностранных инвестиций. Первым этапом является необходимость интернационализации, что предполагает поиск ресурсов для обеспечения процесса. Это означает установление связей с поставщиками с целью расширения ассортимента продукции. Кроме того, для успешного выхода на новые рынки за пределами страны происхождения, необходим поиск эффективности в деятельности компании. Это включает выбор доступных поставщиков за рубежом, достижение экономии за счет эффекта масштаба, создание надежной цепи поставок (SCM) и достижение большей синергии с другими розничными точками по всему миру.

Управление в сфере электронной коммерции требует применения комплекса методов, обеспечивающих развитие бизнеса и улучшение конкурентоспособности на рынке. Внимание к этим аспектам является ключевым для успешного развития и устойчивости электронной коммерции. Но при этом существуют и дальнейшие перспективы исследования методов управления организацией в сфере электронной коммерции, включающие в себя некоторые такие направления как: интеграция технологий искусственного интеллекта и анализа больших данных; исследование влияния развития технологий, таких как интернет вещей (IoT), блокчейн и облачные вычисления; анализ недавних трендов в потребительском поведении; методы защиты данных и кибербезопасности в электронной коммерции.

Список использованных источников:

1. Махадеван Б. Бизнес-модели электронной коммерции в Интернете: анатомия // Calif Manage Rev – 2000 – Т. 42. – С. 55–69. – DOI: 10.2307/41166053.
2. Грегори Г.Д., Нго Л.В., Каравдик М. Развитие маркетинговых возможностей и эффективности электронной коммерции для повышения эффективности экспортных предприятий от бизнеса к бизнесу // Ind Mark Manage – 2019. – Т. 78. – С. 146–157. – DOI: 10.1016/j.indmarman.2017.03.002.
3. Пу Х., Сунь С., Шао Дж. Стратегии онлайн-дистрибуции производителя и их влияние // Int J Electron Commer – 2020. Т. 24. – С. 232–254. – DOI: 10.1080/10864415.2020.1715530.

УДК 004.9

Дудко Михаил Вячеславович
Dudko Mikhail Vyacheslavovich
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»
Master program “Digital technologies in economics and management”
e-mail: dudda54312@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТОИР ПРОМЫШЛЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ В ИЗМЕНЯЮЩИХСЯ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

IMPROVEMENT OF MAINTENANCE AND REPAIR SYSTEMS OF INCIDENTAL EQUIPMENT IN THE CHANGING OPERATING CONDITIONS OF SHIPBUILDING ENTERPRISES

Аннотация: в статье рассмотрены задачи, стоящие сегодня перед отечественным судостроением, отмечена необходимость поддержания его конкурентоспособности в изменяющихся условиях внешней среды. Выделены аспекты, влияющие на эффективность работы промышленного оборудования судостроительных предприятий, при вызовах, с которыми сталкиваются их ремонтные службы, во время осуществления технического обслуживания и ремонта. Приведены примеры рационального планирования работ, распределения и подбора металлообрабатывающего оборудования, участвующего в технологическом процессе. Сделаны выводы о необходимости применения принципов экономической целесообразности, оптимальных методах учета затрат и внедрения автоматизированной информационной системы с настройкой ключевых показателей эффективности.

Abstract: The article examines the challenges facing the domestic shipbuilding industry today and notes the need to maintain its competitiveness in changing environmental conditions. Aspects that influence the efficiency of industrial equipment of shipbuilding enterprises are highlighted in the challenges faced by their repair services during maintenance and

repair. Examples of rational work planning, distribution and selection of metalworking equipment involved in the technological process are given. Conclusions are drawn about the need to apply the principles of economic feasibility, optimal methods of cost accounting and the introduction of an automated information system with the setting of key performance indicators.

Ключевые слова: судостроение, устойчивое развитие, бизнес-процессы, бережливое производство.

Keywords: shipbuilding, sustainable development, business processes, lean manufacturing.

Устойчивое и непрерывное развитие судостроительных предприятий в России является залогом обеспечения их конкурентоспособности в изменяющихся условиях внешней среды и общей безопасности Российской Федерации на мировой арене в одной из самых высококонкурентных отраслей мира [1], поскольку:

- китайские коллеги первоочередной задачей своего судостроения определили развитие и продвижение проекта «Один пояс – один путь», позволяющего им осуществить геополитическое становление великой морской державы, которой сегодня принадлежит более 50% от общего объема мирового судостроения,
- коллеги из Южной Кореи активно осуществляют противодействие доминированию Китая, развивая отрасли экономики с высокой добавленной стоимостью,
- коллеги из Турции видят основной целью для себя становление Турции, как логистической сверхдержавой [2].

Термин «устойчивое развитие» для военно-морского и коммерческого судостроения – двух главных сегментов отрасли [3], в данной статье мы предлагаем понимать, как развитие коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в ней и осуществляющих свою деятельность исходя из принципов ответственного отношения к окружающей среде, высокой социальной ответственности и качества управления в изменяющихся внешних условиях при организации их эффективного внутреннего развития [4].

В России перед судостроительными предприятиями задачи по развитию отрасли определены в широком ряде программных документов, таких как Морская доктрина Российской Федерации, Стратегия развития судостроительной промышленности до 2035 года и т.д. Основными целями для них являются обеспечение безопасности внешней торговли в условиях санкционного давления, реализация потенциала Северного морского пути и Арктики, развитие смежных отраслей промышленности, оптимизация накладных расходов на специальную инфраструктуру. Кроме того, предприятия, функционирующие в данной отрасли должны учитывать такие до-

кументы, как, например, Стратегия развития АО «Объединенной судостроительной корпорации» (ОСК) до 2030 года [5], поскольку она является крупнейшей отраслевой интегрированной структурой и в её состав входит до 80% всех производственных мощностей. При фактическом исполнении её мероприятий и осуществлении технологических процессов на судостроительных предприятиях страны происходят существенные отклонения от запланированных параметров производства, основной причиной чего является несовершенство системы организации, планирования и контроля самих производственных процессов и процессов обеспечения работоспособности эксплуатируемого промышленного оборудования, от состояния которого зависит выполнение производственных показателей и общая эффективность.

Проведенный производственно-технический аудит работы ремонтной службы одного из судостроительных предприятий ОСК и анализ деятельности его производственного персонала, направленный на реализацию управленческих решений по совершенствованию организации процесса эксплуатации промышленного оборудования, позволил установить недостаточный уровень результативности этих решений, что безусловно сдерживает темпы развития потенциала анализируемого предприятия. Его ремонтная служба отвечает за сохранность, состояние, своевременное обслуживание, ремонт и обновление промышленного оборудования, а также выполняет ряд задач, связанных с планированием данных мероприятий и учетом показателей надежности и затрат, принятием оперативных решений по каждой единице оборудования. Для текущего исследования ею была предоставлена информация, позволяющая сделать вывод, что высокий уровень технической оснащённости определяет значительные затраты сметной стоимости на основное производственное оборудование, постоянно растущие по мере увеличения его параметров и необходимости модернизации устаревающих основных фондов. Все это определяет высокие требования к повышению эффективности использования промышленного оборудования судостроительного предприятия-объекта исследования, наряду с необходимостью обеспечить совершенствование организации его деятельности по эффективности использования, зависящей в том числе от навыков инженерно-технического персонала, принимающего решения. Эффективность работы, например, металлообрабатывающего оборудования, являющегося основным звеном технологического цикла, зависит:

- от качества подготовки техпроцесса,
- рационального планирования работы оборудования во взаимосвязи с условиями эксплуатации, а также создания комфортных условий для обслуживающего персонала,
- правильной и своевременной организации системы технического обслуживания и ремонта оборудования,

- технической оснащенности ремонтной базы предприятия и обеспеченности необходимым объемом запасных частей, качественной и количественной синхронизации работы оборудования со смежными подразделениями.

Рациональное планирование работ по металлообработке зависит от правильной оценки технических возможностей оборудования с учетом его естественного износа, режима эксплуатации последних проведенных работ по ТОиР на данном оборудовании, а также результатов замеров геометрической и технологической точности оборудования. Так, например, для проведения черновой обработки заготовки можно использовать оборудование, не прошедшее проверку на геометрическую точность или технологическую точность, либо на оборудовании, которое прошло такие проверки и их результаты не полностью соответствуют паспортным характеристикам данного оборудования. При проведении черновой обработки заготовки, расчет остаточного припуска на заготовке следует производить с учетом данных по технологической точности оборудования, на котором производится такая обработка. После проведения черновой обработки заготовки, чистовую обработку необходимо производить на металлорежущем оборудовании, прошедшем проверки на геометрическую и технологическую точность, характеристики которого соответствуют паспортным. Данный подход позволяет увеличить межремонтный цикл высокоточного оборудования, на котором производится чистовая обработка деталей. Его минусом является увеличение трудоемкости по переустановке заготовок с одного оборудования на другое. Но важно понимать, что ремонтные работы на высокоточном металлообрабатывающем оборудовании требуют более высокой квалификации, более дорогостоящих материалов для проведения ремонта и что самое главное – остановки работы оборудования, влекущего нарушения выполнения производственного плана и как следствие – финансовые, репутационные и прочие потери.

Проведенное исследование показало, что изменение показателей надежности металлообрабатывающего оборудования по периодам их эксплуатации значительно разнится, особенно в условиях высокой нагрузки на персонал, выполняющий производственную программу. Анализ данных показывает, что во время высокой загрузки имеют место нарушения условий эксплуатации оборудования в том числе нарушение технологических процессов (увеличение нарушений до 8%). Так, например, при черновой обработке на высокоточном металлообрабатывающем оборудовании возможно нарушение режимов резания для ускорения процесса обработки. Что увеличивает нагрузки от режущего инструмента до шпиндельных подшипников и электродвигателя. Следовательно, превышение допустимых нагрузок увеличивает вероятность повышенного износа механически сопряженных элементов, а значит потенциально может привести к потребности проведения дополнительного ремонта.

Ключевую роль в эффективности эксплуатации и ТОиР промышленного оборудования судостроительного предприятия играет персонал. Поэтому, повышение производительности труда обслуживающего персонала и снижение трудоемкости работ должны обеспечиваться созданием комфортных условий для выполнения рабочих обязанностей. Это важно как для операторов металлообрабатывающего оборудования, так и для ремонтно-технического персонала, поскольку до 15% всех отказов происходит по вине операторов оборудования, а значит надежность металлообрабатывающего оборудования так же, как и его производительность, нельзя рассматривать вне связи с человеком, выполняющим на нем операции. Например, климатические факторы воздействуют непосредственно на металлообрабатывающее оборудование и на его оператора. Так при повышении температуры возможны перегревы элементов оборудования (в том числе электрошкафов) при одновременном росте утомляемости персонала и снижении его производительности, что доказывает гипотезу: отказы могут определяться не только свойствами машин и материалов, но и физическим состоянием оператора, а также его случайными ошибками при выполнении функционала в результате дискомфортных условий труда.

Для снижения простоев оборудования на время проведения работ по ТОиР на судостроительном предприятии используются, в том числе, прогрессивные методы ремонта промышленного оборудования, такие как агрегатно-узловой, наряду с сокращением продолжительности ремонтного обслуживания, которые обеспечивают повышение качества ремонтных работ и улучшение культуры производства. Своевременная смазка, замена и восстановление изношенных узлов и деталей являются основными факторами повышения работоспособности техники, как и планово-предупредительный ремонт, который немислим без обеспеченности предприятия необходимым и технически обоснованным объемом запасных частей, рассчитанным с учетом особенностей эксплуатации машин в конкретных условиях, номенклатурой оборудования и ее фактическим состоянием. Таким образом, на основе данных о деятельности ремонтной службы судостроительного предприятия, входящего в ОСК и обладающего большим парком металлообрабатывающего оборудования можно сделать следующие выводы:

1. Эффективное развитие системы ТОиР напрямую зависит от соблюдения принципов экономической целесообразности ремонтного обслуживания металлорежущего оборудования, технологичности процессов восстановления работоспособности узлов, агрегатов и оборудования в целом.

2. В процессе управления эффективностью ТОиР промышленного оборудования необходимо учитывать издержки различных элементов системы ТОиР, корректно разделять учет затрат на эксплуатацию. Реализовать это, по-нашему мнению, поможет комплекс мер, в том числе изменение методов учета издержек на восстановление дефектов узлов и агрегатов.

Поскольку, данный способ учета возможно реализовать в автоматизированной информационной системе управления ТООР промышленным оборудованием судостроительного предприятия.

3. Необходимо освоение системы ТООР металлообрабатывающего оборудования (целевой показатель – стоимость обеспечения одного машино-часа готовности) с учетом мониторинга технического состояния объекта и его элементов (коэффициент технической готовности).

4. Важно уточнение предназначения и роли ремонтной службы, конструкторских подразделений, их функций, а также статуса и принципов взаимодействия с изготовителями и поставщиками запасных частей.

Список использованных источников:

1. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.

2. Предпосылки к стратегии развития // Морские вести России. – 2024. – №2. [Электронный ресурс] URL: <https://morvesti.ru/themes/1699/108276/> (Дата обращения 30.04.2024).

3. Дудко М.В., Дудко О.Ю. Цифровизация и цифровая трансформация судостроения в РФ // Hypothesis. 2022. – № 3 (20). – С. 59-66.

4. Minakov V.F., Makarchuk T.A., Minakova T.E., Kostin V.N., Lobanov O.S. The expansion of time series innovations in a series of sigmoid // International Journal of Applied Business and Economic Research. – 2017. – Т. 15. – №18. – С. 311-319.

5. Официальный сайт АО «Объединенной судостроительной корпорации» (ОСК) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.aosk.ru/> (Дата обращения 30.04.2024).

УДК 323.2

Дуркин Павел Александрович
Durkin Pavel Alexandrovich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственное и муниципальное управление»

Master program “State and municipal administration”

e-mail: paveldurkin@yandex.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ GOVERNMENT SUPPORT FOR YOUTH INITIATIVES IN THE CREATIVE ECONOMY

Аннотация: в статье раскрыта сущность креативной экономики и отмечен вклад креативных индустрий в экономику страны. Обоснована роль молодежи в развитии креативных индустрий. Раскрыты проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются молодые

предприниматели в креативной сфере. Показана необходимость государственной поддержки молодежных инициатив в креативной экономике и раскрыты ее основные виды.

Abstract: The article reveals the essence of the creative economy and notes the contribution of creative industries to the country's economy. The role of youth in the development of creative industries is substantiated. The problems and challenges faced by young entrepreneurs in the creative field are revealed. The need for state support for youth initiatives in the creative economy is shown and its main types are revealed.

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, молодежь, государственная поддержка.

Keywords: creative economy, creative industries, youth, government support.

В последние годы креативная экономика получила статус одного из важнейших направлений инновационного развития, в основе которого лежит оригинальная идея и создание качественно нового подхода к продукту. Под термином «креативность» может подразумеваться как творческий, инновационный подход к созданию чего-либо с привлечением новых, ранее не использованных идей, так и переосмысление обыденных процессов с введением новых подходов и взглядов.

Молодёжь играет важнейшую роль в развитии креативных индустрий, так как способна по-новому взглянуть на старые процессы с настоящим новым и творческим видением. Молодые люди создают новые форматы мероприятий, разрабатывают культурные проекты и активно участвуют в развитии туризма. Формирование креативной досуговой среды для молодёжи способствует раскрытию их потенциала, развитию творческого мышления и новаторства в обществе.

Ключевая роль молодёжи в развитии креативных индустрий заключается также в том, что молодые люди находят интересные направления для себя и выражают готовность работать в различных сферах, иногда даже принципиально новых направлениях экономики, молодые люди обладают творческим потенциалом, инновационным мышлением и желанием создавать новые продукты и услуги. Молодёжь составляет значительную часть потребителей культурных благ и услуг, что стимулирует развитие креативных индустрий.

Креативная экономика включает в себя создание и представление новых творческих взглядов на различные сферы нашей жизни, таких как дизайн, мода, кино, музыка, архитектура и другие. Креативность способствует развитию малого и среднего предпринимательства, созданию новых рабочих мест и оптимизации старых монотонных процессов.

Под вкладом креативных индустрий в экономику страны подразумевают следующие направления:

1. Создание рабочих мест: креативные индустрии обеспечивают работой миллионы людей, путем введения новых областей трудовой деятельности.

2. Развитие технологий: инновации и новые технологии, созданные в креативных индустриях, способствуют росту экономики и повышению конкурентоспособности страны.

3. Увеличение экспорта: продукция креативных индустрий, такая как фильмы, музыка, книги и программное обеспечение, способствуют поднятию экспорта и приносит новый доход стране.

4. Развитие туризма: новые культурные события, привлекают туристов, в пример можно привести «игры будущего» в Казани, что непосредственно способствует росту экономики.

5. Развитие образования и науки: креативные индустрии способствуют развитию этих областей нашей жизни, поскольку создание новых видов трудовой деятельности вызывает потребность в новых специалистах и новых подходах к обучению, что стимулирует к развитию научной и просветительской деятельности.

Молодёжь вносит существенный вклад в будущее креативной экономики. Так, молодые люди предлагают свежие подходы и решения для развития креативных индустрий, способствуя созданию новых продуктов и услуг, принося таким образом инновации в эту сферу. Следует также отметить вовлечение в социальные процессы: социально-активная молодёжь активно участвует в общественных дискуссиях, что продвигает идеи и ценности, связанные с креативной экономикой. Молодые люди стремятся получить качественное новое и прикладное образование, что повышает их квалификацию и конкурентоспособность на рынке труда, таким образом стимулируется образование и профессиональное развитие. Вносится вклад и в развитие предпринимательства: молодёжь создаёт новые предприятия и стартапы в сфере креативных индустрий, что способствует росту экономики и созданию рабочих мест.

Отметим также проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются молодые предприниматели в креативной сфере:

- недостаток квалифицированных кадров: нехватка специалистов в новых областях затрудняет развитие креативного сектора;
- нормативная неопределённость: отсутствие чётких правовых рамок в новых областях замедляет развитие креативного предпринимательства;
- недостаток финансирования: молодым предпринимателям сложно получить доступ к финансированию для своих проектов, особенно если они находятся на начальном этапе развития;
- сложности с продвижением: молодым предпринимателям бывает трудно найти свою аудиторию и успешно продвигать свои продукты или услуги, в силу отсутствия информационных каналов для продвижения новаторских идей и проектов.

Преодолеть указанные проблемы поможет государственная поддержка молодежных инициатив в креативной экономике. Отметим основные виды такой поддержки:

1. Грантовая поддержка, которая подразделяется на федеральные программы (Президентский Фонд культурных инициатив (ПФКИ), Фонд Потанина) и региональные (Фонд развития креативной экономики (Великий Новгород), Фонд креативных индустрий Ульяновской области, АНО «Тюменское агентство развития креативных индустрий»).

2. Инфраструктурная поддержка: открытие креативных кластеров и креативных пространств, арт-резиденций и медиа резиденций; выделение площадок с льготной арендой для креативных индустрий; создание креативных пространств при финансовом участии регионов (Нижний Новгород, Ульяновск, Тюмень и т. Д.)

3. Образовательная поддержка: создание доступных образовательных программ с привлечением практиков, имеющих опыт в создании экономически успешных креативных проектов (АНО «Кластер творческих индустрий», г. Ульяновск, «Резиденция креативной индустрии «Штаб», г. Казань)

Поддержка молодёжных инициатив важна, потому что это способствует формированию положительных социальных установок у подростков, таких как самостоятельность, ответственность и способность самостоятельно принимать важные и правильные решения, а также активно и творчески строить отношения с окружающим миром. Это помогает молодежи адаптироваться к сложным и стремительно развивающимся требованиям современного общества и успешному функционированию в нём.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).

2. Федеральный закон №489 «О молодежной политике в Российской Федерации».

3. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. №2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.»

4. Доклад центра стратегических разработок за апрель 2023 года [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.csr.ru/ru/research/mery-podderzhki-kreativnoy-ekonomiki/> (дата обращения 15.04.2024).

5. Петров, М.А. Формирование ценностных ориентаций студентов магистратуры к будущей управленческой деятельности / М.А. Петров, Я.А. Маргулян, С.А. Давыдов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2024. – № 1(145). – С. 139-145. – EDN PWPGPC

Емельянчик Анастасия Акимовна,
Грищенко Олеся Геннадьевна

Emelyanchik Anastasia Akimovna,
Grishchenko Olesya Gennadievna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическое корпоративное управление»

Master program "Strategic corporate management"

e-mail: emel.nas@yandex.ru

grishhenko00@mail.ru

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ОБЩУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

INFLUENCE OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM ON THE OVERALL EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION

Аннотация: в статье рассматриваются основные тренды и способы совершенствования системы управления персоналом, их влияние на общую эффективность компании и значение изменений, происходящих в внешней среде, на внутреннюю структуру и процессы организации.

Abstract: this article discusses the main trends and ways to improve the personnel management system, their impact on the overall efficiency of the company and the significance of changes occurring in the external environment on the internal structure and processes of the organization.

Ключевые слова: тренды в управлении персоналом, кадровая политика, система управления персоналом, эффективность организации, человеческие ресурсы.

Keywords: trends in personnel management, personnel policy, personnel management system, organizational efficiency, human resources.

Кадровый состав современной организации является ключевым фактором конкурентоспособности на рынке. Важность кадрового потенциала обусловлена технологическим прогрессом, а также усиленной конкуренцией. В мире постоянно изменяющихся технологий важно быть гибким и быстро приспосабливающимся. Человеческие отношения в организациях стали сложнее и разнообразнее.

В процессе управления выделяются несколько участников: сотрудники определяются как объекты управления, а менеджер по персоналу является субъектом, который непосредственно взаимодействует с персоналом, влияя на его показатели работы, поведение и различные изменения. Менеджмент персонала представляет собой систему, включающую в себя

множество этапов взаимодействия: от планирования потребности в персонале, до сохранения и мотивации уже «закрепившихся» сотрудников. Управление персоналом включает в себя так же определение проблемных вопросов, принятие мер для реализации по их устранению. Важно определить, что компания недостаточно просто нанять уже квалифицированных сотрудников, для поддержания эффективной и продуктивной работы необходима также выстроенная система управления, включающая как персонификацию персонала, так и его развитие, воспитание и создание мотивационной среды.

В условиях рыночной экономики необходимо создание новых систем управления персоналом, главной целью которых является повышение эффективности работы организации, которая достигается путем грамотного управления человеческими ресурсами. Еще не так давно работа с кадрами заключалась лишь в правильном подборе и отборе персонала, но на сегодняшний день функции отдела по персоналу гораздо шире. Помимо поиска подходящих кандидатур, менеджеру по персоналу необходимо также следить за номенклатурой, определять вектор управленческой деятельности, вести наблюдение за дисциплиной и порядком, мотивировать персонал, следить за соблюдением рабочих норм сотрудников и применять санкции в случае несоблюдения порядка. Оценка уровня квалификации, а также обучение работников также является обязанностью управляющих лиц. Современная ситуация позволяет сделать вывод, что именно профессиональный уровень развития кадров является ключевым фактором, который формирует качественные характеристики рабочей силы. Рассмотрим ключевые тренды в управлении персоналом, которые получили распространение в настоящий момент.

Первым направлением сегодня является формирование экосистемы персонала. Так, постепенно развитие получает управление работниками за пределами предприятия. Фриланс, проектная работа, неполный рабочий день уже прочно вошли в практику многих компаний. Также происходит пересмотр физического рабочего пространства сотрудников. Все это должно обеспечить со временем рост производительности труда и помочь избежать перегруженности работников.

Вторым трендом является внедрение принципа корпоративной социальной ответственности. Данная концепция предполагает, что компания берет на себя определенную ответственность как перед самими собой, так и перед общественностью. В рамках работы с персоналом это проявляется в отсутствии дискриминации при подборе сотрудников, в равноправии, в уровне интеграции работников. Это способствует как развитию бренда работодателя, так и способствует достижению и этических, и стратегических целей компании.

Следующий тренд – внедрение Agile и Scrum-подхода. В настоящее время активно развиваются гибкие подходы к процессу постановки и решения задач и получения мгновенной обратной связи. Agile предполагает, что при реализации проекта не нужно полагаться только на заранее составленные подробные планы. Важно ориентироваться на постоянно меняющиеся условия внешней и внутренней среды и учитывать обратную связь от клиентов и пользователей. Метод Scrum предполагает ответы на следующие вопросы: что было сделано вчера, что нужно сделать сегодня, какие проблемы возникают на пути выполнения работы. [5].

Четвертый тренд – цифровизация технологий подбора персонала. Здесь ключевым является автоматизация скрининга и процесса найма работников.

Пятый тренд – формирование целостных, гибких и персонализированных систем вознаграждений. Обратим внимание на то, что в сравнении с прочими функциональными сферами управления персоналом, изменение системы мотивации работников не является радикальным. Однако новые явления всё же появляются.

Шестой тренд – цифровая трансформация обучения работников, которая предоставляет продуктивную, инновационную и персонализированную систему обучения, при которой сотрудник может в любое удобное ему время получить необходимые профессиональные знания.

Седьмое направление – HR-маркетинг. Благодаря развитию системы, улучшается внутренний и внешний бренд компании как работодателя. Это способствует удержанию уже работающих сотрудников, создается хорошая репутация бренда для привлечения потенциальных кандидатов.

Американский мыслитель Эмерсон Гаррингтон выделил двенадцать принципов, которые, по его мнению, способны повысить эффективность системы управления кадрами. К ним относятся четко прописанные руководства и правила, ведение достоверной номенклатуры и статистики, четкие временные рамки работы и порядок, ясные цели, здравомыслие, дисциплина, здоровая рабочая атмосфера, стимулы, наставление и обучение, справедливость, контроль, нормированные рабочие операции [1, с. 18].

Стратегия управления представляет собой комплексный подход к деятельности предприятия, объединяя его ресурсы и навыки с возможностями и рисками, происходящими из окружающей среды. Это сочетание направлено на достижение основной цели организации. В рамках стратегии разрабатываются обоснованные меры и планы для достижения поставленных целей, учитывая технический потенциал и производственно-сбытовые возможности организации [7, с. 27].

Общий стратегический план следует рассматривать как программу, которая управляет деятельностью организации в течение длительного периода, принимая во внимание постоянные корректировки, необходимые в условиях конфликтов и постоянных изменений в бизнес-среде.

Стратегическое управление персоналом заключается в эффективном управлении трудовым потенциалом организации с учетом внешних и внутренних изменений, обеспечивая выживание, развитие и достижение долгосрочных целей. Основная цель стратегического управления персоналом – это преобразование общей стратегической цели компании в обеспечение формирования и комплексного развития трудового потенциала организации на длительный период [2]. Необходимо также учитывать, что цели руководителей и цели сотрудников должны совпадать и ни в ком случае не должны противоречить друг другу. В противном случае за неимением общей цели продуктивность будет снижаться, а цель станет недостижимой.

Для создания прочной и эффективной системы стоит придерживаться ряду условий:

- быть ориентированным на цели организации;
- соотноситься с состоянием внешней среды;
- быть совместимой с организационной культурой;
- участие руководства организации;
- наличие мотивированных кадров.

Оценить качество установленной системы можно с помощью существующих показателей эффективности. Данные показатели смогут определить, в каком направлении необходимо совершенствовать систему, а также установить, каким образом используются человеческие ресурсы в компании: сотрудник – рабочий ресурс или работник – личность со своими потребностями [3, с. 60].

Если говорить о соответствии системы управления персоналом с состоянием внешней среды, то нельзя не упомянуть о том, что все вокруг находится в непрерывном движении, для чего организации стоит учитывать эти риски и постоянно совершенствоваться [6, с. 61]. Совершенствование исследовательских центров, разработка технологий и их повсеместное использование вынуждает всех следовать новым тенденциям и инвестировать в компанию. Внедрение в организацию технологичных систем способно значительно упростить процессы и в долгосрочной перспективе сохранить и преумножить бюджет. Такая реорганизация структуры влечет за собой также обучение и переквалификацию кадров, найм грамотных программистов и соответствующую систему правления [4, с. 73].

Планирование исследований в области систем управления является одним из наиболее важных управленческих функций любой организации.

Планирование – это не только возможность составления всей процедуры проведения исследований, но также возможность предвидеть всевозможные сюрпризы при выполнении научно-исследовательские работы. Отсутствие плана системных исследований контроля приводит к безвозвратным потерям времени и другим ресурсы. Организационный документ для исследования системы управления – это план исследований. Так, в связи с развитием и широким распространением технологий четвертой промышленной революции произошли существенные изменения в практике управления персоналом.

Появился ряд новых трендов, которые не только позволяют сэкономить время работы менеджеров по персоналу, но и демонстрируют свою эффективность в достижении качественных показателей. Стратегия управления персоналом помогает определять стратегические цели компании, и наоборот. Поэтому важность системы несомненна.

Список использованных источников:

1. Алимгафрова, Л.Р. Теоретические основы управления персоналом и влияние управления на результат деятельности организации / Л.Р. Алимгафрова, Л.З. Байгузина // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 95-4. – С. 16-18. – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=52302345> (дата обращения: 17.04.2024).
2. Василенко В.А. Стратегическое управление персоналом: учебное пособие/ В.А.Василенко. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2022. – 208 с.
3. Коноплева И.А., Коноплева В.С. К вопросу о влиянии системы управления персоналом на эффективность функционирования предприятия / И.А. Коноплева, В.С. Коноплева // Общество, экономика, управление. – 2019. – №1. – С. 59-67. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vliyanii-sistemy-upravleniya-personalom-na-effektivnost-funktsionirovaniya-predpriyatiya> (дата обращения: 17.04.2024).
4. Панежин Е.К. Влияние управления персоналом на эффективность деятельности предприятия / Е.К. Панежин // Вестник науки и образования. – 2019. – №10-4(64). – С. 70-73. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-upravleniya-personalom-na-effektivnost-deyatelnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 17.04.2024).
5. Фёдорова Н.В. Управление персоналом организации / Н.В. Фёдорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КноРус, 2018. – 190 с.
6. Концептуальные особенности процесса разработки стратегии управления персоналом как ключевой функциональной стратегии организации / И.Н. Александров, М.А. Гриднева, М.А. Петров, Э.Б. Молодькова // Экономические науки. – 2021. – № 202. – С. 60-64. – DOI 10.14451/1.202.60. – EDN HVHNSR
7. Стратегия управления персоналом в контексте смены управленческой парадигмы: от управления человеческими ресурсами к управлению человеческим капиталом / И.Н. Александров, М.А. Петров, К.А. Прозоровская [и др.] // Экономические науки. – 2022. – № 209. – С. 25-31. – DOI 10.14451/1.209.25. – EDN BFDXIX

Ермакова Полина Александровна
Ermakova Polina Alekxandrovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Master program “Marketing and digital communications”
e-mail: polina.ermakova.alex@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА НА РЫНКЕ ПРОКАТНОГО КИНО MAIN CONSUMER CHOICE FACTORS IN THE FILM DISTRIBUTION MARKET

Аннотация: Российский рынок кинопроката переживает изменения, в том числе в структуре потребления кинопродукции. Данное исследование нацелено на выявление факторов потребительского выбора на рынке прокатного кино посредством анализа литературы и проведения интервью с лидирующим пользователем. Результаты могут быть использованы как рекомендации для выстраивания маркетинговых коммуникаций киностудий и формирования стратегии продвижения фильмов.

Abstract: The Russian film distribution market has been changing, including changes in the consumption patterns. This study aims to identify factors of consumer choice in the film distribution market through literature analysis and interview with a leading user. The results can be used as recommendations for marketing communications of film studios and a film promotion strategy development.

Ключевые слова: потребительский выбор, кино, маркетинг, интервью, кассовые сборы.

Keywords: consumer choice, marketing, film, interview, box office revenue.

С каждым годом индустрия кинематографа продолжает развиваться и преобразоваться. В России изменения также происходят и в структуре потребления кинопродукции. Большее распространение приобретают конкуренты, оттягивающие аудиторию у прокатного кино – отечественные онлайн-кинотеатры и стриминговые площадки, которые являются приходят на замену Netflix, Amazon Prime Video и прочим зарубежным сервисам. В 2022 году вследствие того, что крупнейшие мировые киностудии – Walt Disney, Warner Bros. и Sony, отказывались от проката премьер голливудских фильмов в России, посещаемость кинотеатров сильно снизилась, а кассовые сборы показывали падение более чем на 50%, в сравнении с тем же периодом в 2021 году. Игроки на рынке прокатного кино, в свою очередь, предпринимали различные действия для того, чтобы противостоять

возникающим трудностям и угрозам. В результате по итогам 2023 года совокупные сборы российских кинотеатров выросли на 61%, а посещаемость возросла более чем на 50%. Однако имеется большой потенциал роста и заполняемости кинотеатров.

Исходя из вышеизложенной проблемы, цель исследования заключается в поиске и формулировании обоснованных выводов о том, какие ключевые факторы влияют на выбор потребителя при принятии решения о просмотре кино.

Исследование проводилось на основе анализа литературы и посредством интервью с лидирующим пользователем. Результаты приблизят нас к более глубокому пониманию покупательского поведения зрителей, что позволит кинематографистам и киностудиям принимать обоснованные решения и создавать верную коммуникационную политику, которая будет находить отклик у потенциальных потребителей.

Для начала рассмотрим те факторы потребительского выбора, которые были определены авторами в предыдущих исследованиях по смежным темам.

Одними из первостепенных факторов являются жанр и сценарий. В статье Алтун Очака отмечается, что сценарий фильма как фактор выбора имеет небольшой вклад в принятие решения о просмотре. Однако в работе Герасименко В.В. и Хейрбейк Ю.А., где анализировался российский рынок, было замечено, что сюжет, наоборот, является одним из наиболее упоминаемых критериев выбора фильма [1, с. 214; 3, с. 222]. Ими также было определено, что жанровая принадлежность кинокартины очень часто упоминается как значимый элемент потребительского выбора. А также в рамках исследования, проведенного Жасмин Шливо, такие аспекты, как история (сюжет), режиссер, игра актеров, музыкальное сопровождение и технологии (визуальные эффекты) были обозначены большинством респондентов, принимающих участие в опросе, как наиболее важные [6, с. 15].

Как отмечено в исследовании Анжелы Луи, Юнг Луи и Тридиба Мазумдара актерский состав и приглашенные звезды, участвующие в съемке, являются одним из элементов цепочки создания ценности фильма, повышения размера потенциальных сборов и привлечения аудитории [4, с. 394]. Они подчеркивают, что наличие влиятельных актеров и актрис в ленте способствуют продвижению кинокартины и ее маркетинговому успеху.

Еще один фактор, который упоминается в множестве работ зарубежных авторов – авторитетное мнение или мнение критиков, которое может быть выражено в: оценке фильма на портале Metacritic, оценки жюри из

критиков на Каннском кинофестивале и так далее. Стоит отметить, что авторитетная оценка фильма критиками – во многом маркетинговый инструмент, применяемый для продвижения картины. Для зрителей более авторитетным может быть мнение блогеров и инфлюенсеров, деятельность которых сосредоточена на продуктах киноиндустрии.

Адам Хорварт и Балаж Дьенге в своей работе отмечали, что для потребителя важную роль может сыграть такой фактор как оценка фильма на ресурсе IMDb – крупнейшей базе данных о кинематографе [2, с. 48]. Отзывы в целом являются одним из наиболее важных источников для получения информации о премьере. Дина Суварто, основываясь на результатах своего исследования, сделала вывод о том, что отзывы, обзоры и обсуждения на разных площадках являются вторым наиболее важным фактором, уступая только элементам рекламы [5, с. 22]. Существует множество сайтов и порталов, где потребители могут публиковать отзывы и выставлять фильмам оценки. Наиболее популярный сайт-агрегатор в России – Кинопоиск, в мире – Rotten Tomatoes.

В ситуации смены доминирующего производителя кино на российском рынке особое значение приобретает место производства фильма. По данным ВЦИОМа около 60% россиян предпочитают смотреть отечественное кино. Герасименко В.В., Хейрбейк Ю.А. и Алтун Очак также подтверждали в ходе своих исследований, что зрители обращают внимание на страну производства при принятии решения о просмотре.

Как упоминалась выше, реклама и маркетинговая деятельность по продвижению фильма также является важным фактором, определяющим желание потенциальных зрителей осуществить просмотр. Данная категория включает: трейлеры, билборды, постеры, синопсис, новости о кинокартине, пресс-туры, предпоказы и так далее.

Для выявления неочевидных факторов потребительского выбора на рынке прокатного кино в рамках исследования было проведено пилотное интервью с лидирующим пользователем. Лидирующий пользователь представляет собой зрителя, часто посещающего кинотеатры для просмотра кинокартин, активно следящего за новинками в кино и премьерами, имеющего знания о кинематографе и действующих лицах индустрии.

Респонденту предлагалось ответить на вопросы о себе, назвать как можно больше факторов, которые, по его мнению, оказывают влияние на выбор кинокартины для просмотра, а также оценить важность каждого названного фактора.

Полученные данные представлены на рисунке 1. Обобщая вышесказанное, можем сделать вывод, что все факторы потребительского выбора можно разделить на 2 категории: фактическая информация о фильме, мар-

кетинговая информация (впечатления). Для респондента наиболее важными оказались факторы, которые в большинстве своем относятся к категории «фактическая информация о фильме».



Рисунок 1 – Континуум факторов потребительского выбора на рынке прокатного кино

Примечательно, что по результатам интервью были выявлены факторы, которые не были упомянуты в предыдущих исследованиях по этой теме. К таким факторам относятся:

- наличие пользовательского контента о фильме: респондент отмечал, что желание посмотреть определенный фильм часто возникает на фоне потребления большого количества контента (смешные видеоролики, пародии, спойлеры, цитаты из фильма и прочее), созданного потребителями (обычными пользователями) в социальных сетях;

- результаты кинопремий: данный фактор тесно связан с реакцией критиков на кинокартину, однако респондент отметил, что успех фильма на кинопремии, которая состоялась до выхода кино в широкий прокат, оказывает значительное влияние на его желание осуществить просмотр;

- «ожидаемый фильм»: респондент отметил, что может отдать предпочтение кинокартине, которая является ожидаемой премьерой, особенно, если выход в широкий прокат переносился;

– присутствие фильма на онлайн площадках или теневого сервиса: для некоторых потребителей просмотр кинокартины является скорее взаимодействием с произведением искусства, поэтому фактор «правильного» просмотра, обеспечивающий максимальное погружение, приобретает особую важность;

– киностудия, которая производит фильм: данный фактор чем-то схож с фактором важности режиссера, ответственного за производство кинокартины, так как зритель может знать специфику выпускаемых определенной киностудией фильмов и предпочитать их для просмотра;

– бэкстейдж-съемки: респондент отметил, что бэкстейдж-съемки являются дополнительным элементом погружения и дают прочувствовать масштабность фильма;

– наличие удобного времени сеанса в кинотеатре.

Подводя итог проведенной работе, можно сделать вывод о том, что на результат потребительского выбора на рынке прокатного кино может влиять множество факторов. Даже продвинутые пользователи, которые расценивают кино не только как вариант проведения досуга или развлечение, подвержены влиянию маркетинговых факторов. При выборе стратегии продвижения кинокартины следует концентрировать внимание на таком канале, как социальные сети и стимулировать производство UGC.

В дальнейших исследованиях планируется рассмотреть путь потребителя на рынке прокатного кино, провести сегментацию потенциальных потребителей для разработки более подробных рекомендаций по продвижению кино на российском рынке.

Список использованных источников:

1. Герасименко, В.В., Хейрбейк, Ю.А. Основные факторы потребительского выбора кинопродукции на российском рынке // Вестник Московского университета. – 2023. – №58(4). – С. 201–222. DOI 10.55959/MSU0130-0105-6-58-4-9

2. Consumption habits regarding movies / Horváth A., Gyenge B. // International Journal of Synergy and Research. – 2015. – Vol. 4. – No. 2. – P. 43–51. – DOI: 10.17951/ijsr.2015.4.2.43

3. The science of film selection: exploring factors behind movie preferences / Ocak A. // Chapter 10. – 2023. – P. 209–226. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ozguryayinlari.com/site/catalog/book/311/chapter/1364> (дата обращения 28.03.2024).

4. Star power in the eye of the beholder: A study of the influence of stars in the movie industry / Liu A., Liu Y., Mazumdar T. // Marketing Letters. – 2014. – Vol. 25. – No. 4. – P. 385–396. – DOI 10.1007/s 11002-013-9258-x

5. Identifying key factors affecting consumer decision making behavior in cinema context: a mix method approach / Suwanto D. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132309682/penelitian/> (дата обращения 01.04.2024).

6. Factors impacting consumer decision making in a cinema context / Šljivo J. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://repository.acmt.hr/islandora/object/acmt:173> (дата обращения 29.03.2024).

**Зайцев Андрей Владимирович,
Крупенькин Артём Васильевич**
**Zaitsev Andrey Vladimirovich,
Krupenkin Artyom Vasilyevich**

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Экономика и инжиниринг в организации»
Master program “Economics and engineering in the organization”

e-mail: z-andrei@bk.ru
derekt.sm67@gmail.com

РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ИНТЕГРАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES: INTEGRATION OF MODERN TECHNOLOGIES

Аннотация: исследование направлено на выявление потенциальных преимуществ, связанных с внедрением передовых технологий для повышения операционной эффективности, снижения затрат и повышения конкурентоспособности в отрасли.

Abstract: the study aims to identify the potential benefits, challenges, and best practices associated with the adoption of advanced technologies to improve operational efficiency, reduce costs, and enhance competitiveness in the industry.

Ключевые слова: реинжиниринг, бизнес-процесс, промышленные предприятия, технологии, операционная эффективность, конкурентоспособность.

Keywords: reengineering, business process, industrial enterprises, technologies, operational efficiency, competitiveness.

Новые производственные технологии не отделимы от концепции «Индустрия 4.0», сформулированной в 2011 г. президентом Всемирного экономического форума в Давосе Клаусом Швабом. Сегодня такие технологии как искусственный интеллект и роботизация, интернет вещей и 3D-печать, виртуальная и дополненная реальность, био- и нейротехнологии уже плотно вошли в нашу жизнь и стали частью повседневного существования. Интеграция промышленных интернет вещей (Industrial Internet of things, ПоТ) в бизнес-процессы производственных предприятий является с тенденцией в контексте современных преобразований на производстве. Рынок ПоТ после падения в 2022 г. показывает положительную динамику (рис. 1). По итогам 2023 г. прирост составил 5%, достигнув значения в 144,4 млрд руб. По прогнозам к 2026 г. ожидается

прирост в 11%, что свидетельствуют о растущем интересе промышленных предприятий к внедрению технологий свидетельствуют о растущем интересе компаний к внедрению технологий IIoT в свои процессы в свои процессы.

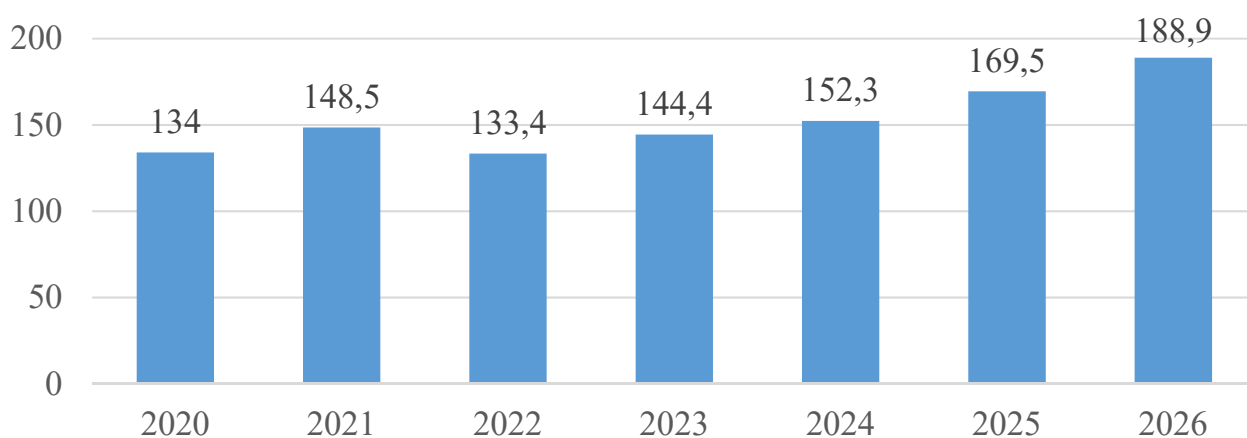


Рисунок 1 – Объём рынка промышленного интернета вещей в России, млрд руб. [1]

Такой рост рынка промышленного IIoT отражает тенденцию к цифровизации и автоматизации производства в России, что способствует модернизации отраслей, увеличению производительности и созданию новых рабочих мест. При таком прогнозе можно говорить об интеграции IIoT в бизнес-процессы как устойчивом тренде в ближайшей перспективе. Однако, если обратиться к конкретным технологиям, то в сравнении мировыми предпочтениями, российский бизнес связывает будущее развитие промышленности со следующими направлениями:

- 1) продвинутая аналитика, машинное обучение;
- 2) геопозиционирование, сети нового поколения;
- 3) мобильные приложения и специальные мобильные устройства;
- 4) цифровые двойники;
- 5) приложения клиентского опыта;
- 6) PRA и автоматизация.

Перечисленные шесть направлений входят в топ цифровых трендов промышленности в России по частоте упоминаний в исследованиях и бизнес-кейсах. Интерес вызывает то, что в аналогичном топе цифровых трендов мирового сообщества встречается только два пересечения с российский перечнем. Во-первых, это продвинутая аналитика (advanced analytics) и машинное обучение (machine learning), а, во-вторых, технология автоматизации бизнес-процессов (robotic process automation). При этом интерес вызывает то, что в мировом перечне PRA находится на первой позиции, в то время как в российском перечне эти технологии за-

мыкают шестерку топ направлений. В тоже время на первой позиции российского списка продвинутые инструменты ИИ, именно в этом направлении российская промышленность активно развивается, опережая в этом другие страны.

Реинжиниринг бизнес-процессов, основанный на цифровой трансформации, логично должен охватить полностью все процессы промышленных предприятий [3; 4]. Однако, в первую очередь цифровая трансформация затронула процессы основного производства и, безусловно, в этом направлении получены уже хорошие результаты. Цепочка создания ценности включает помимо основных процессов еще и поддерживающие смежные бизнес-процессы, которые в меньшей степени были подвержены цифровой трансформации. Это привело к некоторому дисбалансу, так как цифровизация смежных бизнес-процессов носит точечный характер. Отставание смежных бизнес-процессов уже начинает оказывать негативное влияние эффективную цифровую трансформацию основного направления. Поэтому развитие более универсальных и гибких решений, способных обеспечить интеграцию и масштабируемость, является важным направлением для развития рынка промышленного IoT в России. Это позволит промышленным предприятиям эффективнее использовать потенциал цифровых технологий и достичь больших результатов в оптимизации производства и управлении бизнесом.

Действительно, потребности заказчиков являются ключевым фактором, определяющим развитие рынка промышленного интернета вещей. Промышленные предприятия стремятся получить готовые и эффективные решения, которые позволят им быстро окупить вложенные средства и оптимизировать производственные процессы. В связи с этим системы на основе Machine Data Controlling (MDC) становятся все более востребованными, так как они позволяют собирать данные с оборудования и рабочих мест для управления производством. Системы MDC обладают широкими функциональными возможностями, включая сбор и анализ данных с оборудования, мониторинг производственных процессов, контроль качества выпускаемой продукции, а также оптимизацию ресурсов и технологических параметров. Эти решения помогают компаниям повысить эффективность производства, улучшить принятие решений на основе данных и реагировать на изменения в реальном времени.

Интеграция систем MDC в инфраструктуру промышленного предприятия позволяет улучшить контроль над производственными процессами, снизить риски неисправностей и сбоев, а также повысить общую производительность предприятия. Такие решения становятся ключевым инструментом для современных предприятий, стремящихся к повышению конкурентоспособности и эффективности своего бизнеса.

Рассмотрим несколько успешных российских проектов в области промышленного IoT [2]. Проект компании «АТБ Электроника» на металлургическом предприятии, связанный с внедрением программно-аппаратного комплекса на основе датчиков для оптимизации выхода прокатного стана, является ярким примером успешного использования современных технологий в промышленной сфере. Неоспоримым преимуществом данного решения стоимостью в тысячи рублей является его огромный эффект. Годовой экономический эффект в миллионы рублей позволяет увидеть значительную отдачу от инвестиций в проект. Такой инновационный подход к оптимизации производственных процессов позволяет компаниям не только повысить эффективность производства, но и существенно сократить издержки.

Комплексное решение от НТЦ «Протей» – Private LTE/5G, представляющее собой частную сеть LTE/5G, может иметь широкие перспективы применения как инструмент цифровизации производства в рамках концепции «Индустрия 4.0». Его внедрение позволит обеспечить эффективный обмен данными с беспроводными роботами, поддерживать работу беспроводного транспорта и обеспечить связь для реализации критически важных сценариев в промышленных процессах.

Объединенная двигательная корпорация завершило разработку автоматизированной системы управления «Диспетчер», внедрение которой в АО «ОДК-Пермские моторы» позволило значительно улучшить мониторинг производственных объектов. Система класса MDC (machine data collection) позволяет эффективно управлять и контролировать технологическое оборудование и рабочие процессы на предприятии. В рамках пилотного проекта к системе было подключено 210 единиц технологического оборудования и рабочих мест, что сделало возможным каждому руководителю подразделения оперативно реагировать на сбои в работе станков с ЧПУ. Это значительно повысило эффективность производственных процессов и позволило оперативно принимать необходимые меры для устранения возможных проблем.

Внедрение цифровой индустриальной платформы интернета вещей, обеспечивающей комплексную систему сбора, верификации и структурирования данных с технологических объектов, компанией «Газпром нефть» на Московском и Омском НПЗ является значимым событием для нефтегазовой отрасли России. IoT-платформа от «Газпром нефть» предоставляет высокую скорость доступа к данным и глубокую аналитику для формирования управленческой отчетности. Это позволяет оперативно реагировать на изменения в производственных процессах, оптимизировать работу оборудования и повысить эффективность производства. Благодаря новой плат-

форме компания получает возможность улучшить производственные процессы, сократить затраты и повысить контроль над производственными процессами.

Таким образом, внедрение новых технологий может значительно повысить эффективность и конкурентоспособность предприятий, что имеет значение для их долгосрочного успеха. Промышленные предприятия, которые активно внедряют IoT, будут иметь преимущество перед конкурентами и смогут эффективнее осуществлять свою деятельность в условиях быстро меняющегося рынка и технологических трендов. Интеграция цифровых решений в бизнес-процессы оказывает значительное влияние на операционную эффективность предприятий. Автоматизация рутинных операций, стандартизация и оптимизация процессов, улучшенный мониторинг и аналитика, улучшение коммуникации и синхронизации – это основные результаты, получаемые за счет интеграции цифровых решений и обеспечивающие более эффективные, точные и прозрачные процессы, способствуя росту и развитию бизнеса. Однако важно помнить, что кроме положительного эффекта от цифровой трансформации, сам процесс становления сопровождается рядом проблем, требующих системного подхода к решению.

Список использованных источников:

1. Подсчитан объём рынка интернета вещей в РФ. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://rspectr.com/infographics/eksperty-podschitali-obem-rynka-interneta-veshhej-v-rf> (дата обращения: 02.04.2024).
2. Промышленный интернет вещей в России. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Промышленный_интернет_вещей_в_России._Обзор_TAdviser_2022 (дата обращения: 02.04.2024).
3. Сулейманкадиева, А.Э. Менеджмент интеллектуальной компании / А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, Т.А. Попкова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 146 с. – ISBN 978-5-7310-4920-7. – EDN IFMNBH
4. Сулейманкадиева, А.Э. Управление инновациями и интеллектуальным капиталом компании / А. Э. Сулейманкадиева, М. А. Петров, О. Ю. Сыроватская. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина), 2021. – 138 с. – ISBN 978-5-7629-2934-9. – EDN VNHJATF
5. Методологические аспекты оценки интеллектуального капитала глобальной компании в условиях современных технологических трансформаций / А. Э. Сулейманкадиева, Е.А. Ткаченко, М.А. Петров [и др.] // Генезис ноономики: НТП, диффузия собственности, социализация общества, солидаризм: Сборник пленарных докладов Объединенного международного конгресса СПЭК-ПНО-2020, Москва, 02–04 декабря 2020 года / Под общей редакцией С.Д. Бодрунова. Том 2. – Москва: Ассоциация "Некоммерческое партнерство по содействию в проведении научных исследований "Институт нового индустриального развития им. С.Ю. Витте", 2021. – С. 92-103. – EDN JONKCU

**ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ
ЛОГИСТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ**
**PROSPECTS FOR THE USE OF LOGISTICS TOOLS
IN THE ACTIVITIES OF OIL AND GAS COMPANIES**

Аннотация: в работе рассмотрены наиболее перспективные средства и методы логистического инструментария, предназначенные для управления нефтегазовыми компаниями в современных реалиях. Рассмотрены основные задачи логистики нефтегазовой отрасли. Выявлено влияние логистики на функционирование нефтегазовых компаний.

Abstract: The paper considers the most promising tools and methods of logistics tools designed to manage oil and gas companies in modern realities. The main tasks of logistics in the oil and gas industry are considered. The influence of logistics on the functioning of oil and gas companies has been revealed.

Ключевые слова: логистика, нефтегазовые компании, цифровизация, роботизация, ESG-принципы.

Keywords: logistics, oil and gas companies, digitalization, robotization, ESG-principles.

В настоящее время, повышение эффективности функционирования нефтегазовых компаний, является одной из наиболее значимых задач государств, в которых нефтегазовая отрасль определяет промышленный потенциал и служит основой экономического развития страны. Но, стоит отметить, что нефтегазовые компании уже достаточно длительное время, являются ключевым звеном не только в рамках формирования экономики отдельных государств, но и в рамках формирования всей мировой экономики. Таким образом, нефтегазовая отрасль является стратегически значимой для мировой экономики, так как от развития и работы компаний нефтегазового комплекса напрямую зависит функционирование множества предприятий других, не менее важных отраслей.

В свою очередь, нефтегазовая отрасль, требует четкого логистического управления, необходимого для обеспечения своевременных поставок, эффективного обслуживания нефтегазовых предприятий и множества

других немаловажных процессов. В общем виде логистика нефтегазовой отрасли представляет собой управление закупками всех необходимых ресурсов, снабжение, контроллинг, координацию между звеньями, мониторинг внутренних и внешних перемещений и сбыт готовой продукции потребителям. Таким образом, одной из ключевых задач в рамках функционирования компаний нефтегазового комплекса является грамотная и четкая разработка всех логистических процессов, а также внедрение и применение наиболее современного логистического инструментария, представляющего собой некую совокупность актуальных средств и методов, необходимых для решения логистических задач.

В нынешних условиях повсеместного распространения и внедрения цифровых технологий, а также под влиянием четвертой промышленной революции и современных мировых тенденций многие операции, происходящие в рамках нефтегазовой отрасли, подвергаются значительным изменениям [5]. Логистические процессы не являются исключением и также модернизируются, подстраиваясь под все цифровые и технологические нововведения и инновации. Внедрение современных технологий и методов в логистические процессы, которые происходят в рамках функционирования нефтегазовых предприятий, позволяет повысить множество ключевых показателей, избежать появления возможных рисков и увеличить эффективность работы отрасли в целом. Современный логистический инструментарий и новейшие технологии позволяют повышать скорость поставок, увеличивать эффективность обеспечения нефтегазового комплекса, оптимизировать взаимодействие с поставщиками и потребителями, оперативно реагировать на изменения, происходящие на рынке, что в совокупности позволяет сократить издержки и вывести работу предприятий на более высокий уровень.

На сегодняшний день компании нефтегазовой отрасли являются лидерами по оснащенности цифровыми и роботизированными технологиями. Логистический инструментарий нефтегазовых предприятий также находится на достаточно высоком уровне оснащенности [2, с. 65]. Но все же, в настоящее время постоянное повышение уровня роботизации и цифровизации добывающих, производственных и транспортных процессов является наиболее актуальным и перспективным направлением для развития нефтегазовых компаний. Также, стоит отметить, что нефтегазовые компании ставят перед собой цель не только улучшать логистические процессы за счет внедрения новейших технологий, но и оптимизировать и рационализировать логистические операции в цепи поставок. А именно, добиться выполнения логистических процессов, которые бы полностью удовлетворили экологические, природоохранные и социальные требования выполнения логистических операций.

По мере развития цифровых технологий, дополненной и виртуальной реальности, интернета вещей, машинного обучения, нейросетей, искусственного интеллекта и других инновационных решений, возрастает и уровень востребованности к роботизации тех или иных логистических операций, поскольку в совокупности они дают наиболее эффективный результат и во многом упрощают выполнение логистических задач. Таким образом, в данном тандеме цифровизация позволяет в кратчайшие сроки разработать и просчитать наиболее оптимальный вариант выполнения той или иной логистической операции, а роботизация обеспечивает четкое и безошибочное выполнение даже самых трудных задач.

Научно-технический прогресс постоянно преподносит миру множество различных разработок, которые впоследствии постепенно внедряются и в работу нефтегазовых предприятий. Подробнее рассмотрим наиболее значимые и перспективные инструменты и методы, которые уже постепенно внедряются и используются лидерами нефтегазовой отрасли.

1. Интернет вещей (IoT) – одно из значимых достижений, которое активно применяется при выполнении различных логистических операций. Позволяет осуществлять детальный мониторинг транспортных средств и оборудования, выявлять различного рода неполадки и аварии, а также производить агрегирование и сбор всех необходимых данных [4, с. 31]. Поскольку в рамках функционирования нефтегазовых компаний происходит перемещение достаточно насыщенных информационных потоков, интернет вещей является перспективным и актуальным инструментом для повышения эффективности логистических операций.

2. Дополненная реальность (AR) – инструмент, позволяющий моделировать и визуализировать различные ситуации путем добавления к физической реальности объектов в цифровом формате [3, с. 172]. С помощью дополненной реальности становится возможным, рассматривать, изменять и изучать необходимые объекты и ситуации в трехмерном формате, а затем принимать наиболее оптимальные решения. Данный инструмент является перспективным и актуальным для нефтегазовых компаний, поскольку позволяет создавать максимально приближенную к реальности картину, отражающую процесс перемещения нефти и газа по трубопроводам, что впоследствии упрощает процесс разработки необходимых логистических решений. Беспилотный летательный аппарат (БПЛА) – представляет собой автономный летательный аппарат, оснащенный фото и видео фиксацией, способный выполнять определенные логистические операции с помощью радиоуправления или программного обеспечения. В рамках нефтегазовой отрасли БПЛА позволяют: производить мониторинг состоя-

ния трубопроводов и прилегающего околотрубного пространства; осуществлять контроль производства на всех этапах рабочего процесса; выявлять места разливов нефти; производить поиск и разведку месторождений; контролировать уровни срезов при разработке карьера; доставлять крупные материалы и детали; выявлять аварийные состояния; производить пожаротушение и спасательные операции. Наиболее актуальным является применение БПЛА в труднодоступных местах и бездорожьях. Последние разработки позволили оснастить БПЛА элементами, позволяющими устранять возникшие неполадки, связанные с заделкой поврежденных трубопроводов. Таким образом, БПЛА дают возможность нефтегазовым компаниям упростить процедуры по решению многих логистических задач в труднодоступных местах [6, с. 49].

3. Экологические, социальные и управленческие стандарты (ESG) – представляют собой некую совокупность правил и методов, призывающих предприятия к защите окружающей среды, созданию благоприятных социальных условий, добросовестному отношению с сотрудниками и клиентами и надлежащему корпоративному управлению. На сегодняшний день, вектор на соблюдение ESG-принципов является ключевой задачей при разработке логистических стратегий всех крупных предприятий. Важно отметить, что без применения цифровых решений и роботизированных технологий разработать логистическую стратегию, которая бы удовлетворяла условиям ESG-принципов невозможно. Синергия цифровой и ESG-трансформаций позволит нефтегазовым компаниям добиться значительного роста ключевых показателей, как в области повышения операционной эффективности, так и в области устойчивого развития.

В рамках управления цепями поставок нефтегазовых компаний ESG-трансформация подразумевает под собой внедрение цифровых инноваций с учетом экологических и социальных требований. Тем самым ESG-трансформация призывает нефтегазовые компании усовершенствовать ряд логистических процессов, а именно: преобразовать все бизнес-процессы, делая упор на осознанное и экологическое производство; усовершенствовать логистическую структуру с точки зрения прозрачности для потребителей; повысить уровень удовлетворенности покупателей товаром; обеспечить наиболее рациональный процесс по утилизации товара и последствий от его производства [1, с. 27]. Так, например, использование интернета вещей для достижения ESG-показателей позволяет нефтегазовым компаниям контролировать уровень загрязняющих выбросов и обеспечивать безопасность производства, а применение БПЛА дает возможность заменить живую рабочую силу в местах повышенной опасности и сократить количество несчастных случаев.

Таким образом, в нынешних условиях, постоянно меняющихся экономической и политической ситуациях, нефтегазовые компании сталкиваются с острой необходимостью оптимизации логистических процессов. Это становится возможным благодаря интеграции цифровых и роботизированных решений в ESG-деятельность, а также благодаря применению наиболее современного логистического инструментария, который позволяет обеспечить конкурентоспособность компаний, повысить удовлетворенность клиентов, обеспечить устойчивое развитие и значительно повысить эффективность работы нефтегазовых предприятий.

Совокупное применение новейших цифровых и роботизированных технологий, а также четкое соответствие экологическим, социальным и управленческим стандартам, являются наиболее перспективными в рамках логистического инструментария. Однако, перед тем как внедрять в логистические процессы предприятий инновационные средства, методы и технологии, следует провести тщательную подготовку, проанализировав все текущие процессы и разработав четкую дальнейшую логистическую стратегию с учетом внедрения нового инструментария.

Список использованных источников:

1. Богатырь, В.М. Управление цепями поставок в условиях ESG трансформации / В.М. Богатырь // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 11-1(93). – С. 27-29. – DOI 10.24412/2411-0450-2022-11-1-27-29. – EDN GOPNFA.
2. Будяков, А. Н. Роботизация логистических процессов в нефтегазовых компаниях / А.Н. Будяков, И.Л. Халеева // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2022. – №3(79). – С. 63-69. – DOI 10.54220/V.RSUE.1991-0533.2022.79.3.008. – EDN REVIEN.
3. Дмитриев, А.В. Цифровизация транспортно-логистических услуг на основе применения технологии дополненной реальности / А.В. Дмитриев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2018. – Т. 12, № 2. – С. 169-178. – DOI 10.14529/em180220. – EDN OUVOTL.
4. Лазарева, М. В. Использование инноваций в нефтегазовой отрасли / М.В. Лазарева // Universum: технические науки. – 2023. – № 1-1(106). – С. 30-34. – EDN MLBPSH.
5. Петров, А.Н. Стратегия импортозамещения и ее роль в управлении российскими компаниями топливно-энергетического комплекса / А.Н. Петров, А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров // Россия: тенденции и перспективы развития: ежегодник: материалы XX Национальной научной конференции с международным участием, Москва, 14–15 декабря 2020 года. Том Выпуск 16. Часть 1. – Москва: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2021. – С. 417-421. – EDN MLASWQ
6. Шихмагомедова, С.М. Использование беспилотных летательных аппаратов в нефтегазовой отрасли / С.М. Шихмагомедова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 6-2(60). – С. 48-50. – DOI 10.23670/IRJ.2017.60.078. – EDN YTTNOL.

Иванченко Александра Сергеевна

Ivanchenko Alexandra Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Прикладная информатика»

Master program “Applied computer science”

e-mail: aleksamlpmlp@mail.ru

Газуль Станислав Михайлович

Gazul Stanislav Mikhailovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Доцент кафедры информатики

e-mail: stanislav@gazul.ru

**РАЗРАБОТКА И ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЯ
ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НОРМАТИВНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ
ДЛЯ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ
ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА
В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**

**DEVELOPMENT AND DESIGN OF A MODULE
FOR DISCUSSING REGULATORY DOCUMENTATION
FOR A CORPORATE ELECTRONIC DOCUMENT
MANAGEMENT SYSTEM IN A GLOBAL ENERGY COMPANY**

Аннотация: Исследование посвящено разработке модуля для обсуждения нормативной документации в рамках документооборота глобальной энергетической компании. Основной акцент сделан на анализе текущих процессов, проектировании архитектуры и пользовательского интерфейса, а также на внедрении и тестировании нового модуля.

Abstract: This study focuses on the development of a module for discussing regulatory documentation within the document management system of a global energy company. Emphasis is placed on analyzing current processes, designing the architecture and user interface, and implementing and testing the new module.

Ключевые слова: управление документацией, корпоративные информационные системы, интеграция систем, цифровая трансформация, энергетическая компания.

Keywords: document management, corporate information systems, system integration, digital transformation, energy company.

Управление корпоративной информацией и нормативной документацией является важным аспектом для поддержания эффективности и конкурентоспособности крупных многоотраслевых организаций, особенно в таких критичных секторах, как глобальная энергетика [1, 2]. По данным аналитического агентства Statista, рынок корпоративных систем электронного

документооборота в Российской Федерации на протяжении последних лет показывал уверенный рост, примерно на 10% ежегодно (рис. 1) [3].

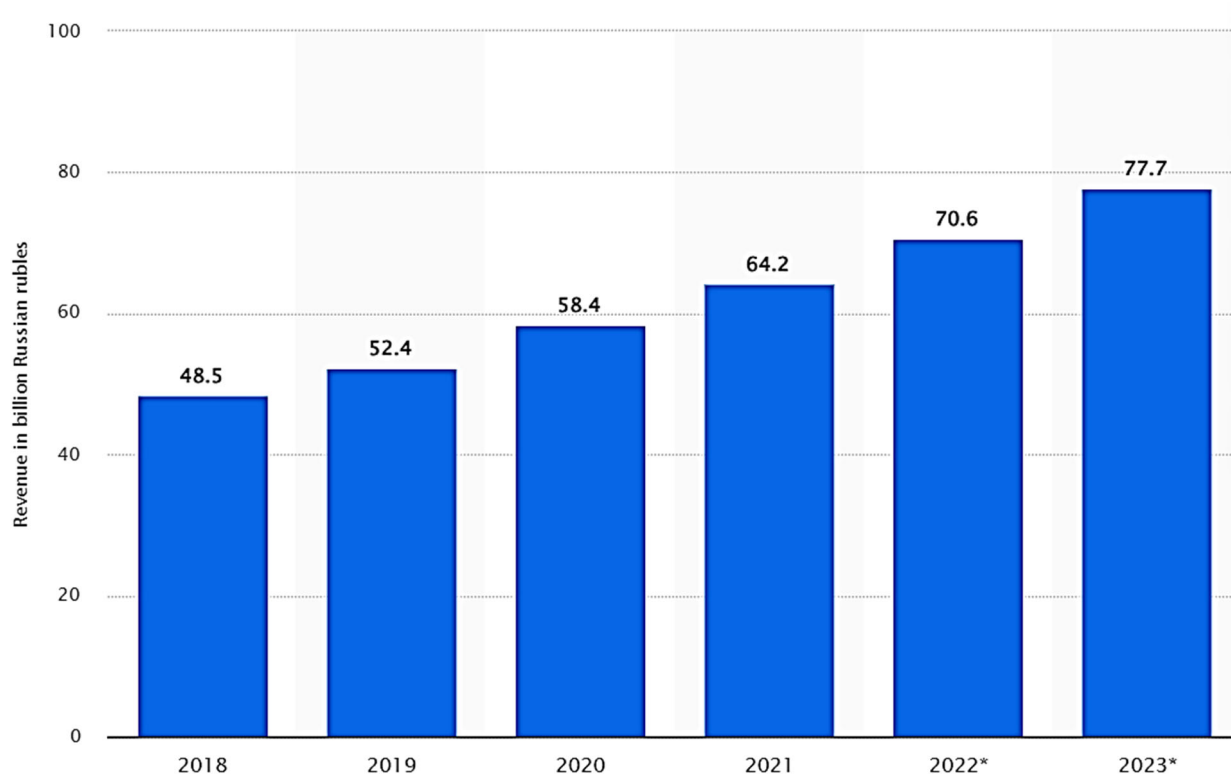


Рисунок 1 – Доходы рынка СЭД в РФ в млрд. российских рублей (Statista) [7]

Эффективное управление документацией способствует не только оптимизации внутренних процессов, но и обеспечивает соблюдение нормативно-правовых требований, которые постоянно усложняются в условиях глобализации и повышения требований к прозрачности корпоративного управления [4].

На фоне этих вызовов становится актуальной разработка специализированных систем и функциональных модулей, направленных на цифровизацию и цифровую трансформацию процессов работы с документацией [5]. Такие системы должны не только обеспечивать хранение и доступ к документам, но и предоставлять функциональные возможности для их обсуждения, согласования изменений и мониторинга исполнения. Важным аспектом является интеграция этих систем в уже существующую ИТ-инфраструктуру организаций, что требует особого подхода к проектированию и разработке.

Разрабатываемый проект имеет не только практическую значимость для конкретной организации, но и теоретическую важность для развития корпоративных информационных систем рассматриваемого типа, что делает его результаты полезными для широкой научной и профессиональной аудитории.

Методы данного исследования включают в себя комплексный подход к анализу и разработке модуля для обсуждения нормативной документации. На первом этапе было проведено изучение существующей программной архитектуры компании (объекта исследования, крупная энергетическая компания Российской Федерации, чтобы выявить основные требования и ограничения, которые следует учитывать при разработке нового модуля. Для этого использовались методы сбора данных, такие как анкетирование сотрудников, интервью с ключевыми заинтересованными сторонами и анализ документационных потоков внутри компании.

На втором этапе были определены функциональные и нефункциональные требования к разрабатываемому модулю. Функциональные требования включали возможности по созданию, Разработка архитектуры модуля была основана на принципах модульности и масштабируемости, что позволяет эффективно адаптировать систему под трансформирующиеся бизнес-процессы и бизнес-требования.

Для проектирования пользовательского интерфейса применялись современные подходы дизайна, учитывающие удобство и интуитивность использования системы конечными пользователями. Все этапы разработки сопровождались тестированием. Пример пользовательского интерфейса представлен на рисунке 2. Пользовательский интерфейс модуля был разработан с учетом удобства и интуитивности использования. Применение принципов UX/UI дизайна позволило создать простой и понятный интерфейс, который минимизирует кривую обучения пользователя. Особое внимание было уделено доступности основных функций, таких как добавление комментариев, поиск документов и управление версиями документации. Все компоненты системы соответствуют корпоративным стандартам безопасности, включая шифрование данных и аутентификацию пользователей.

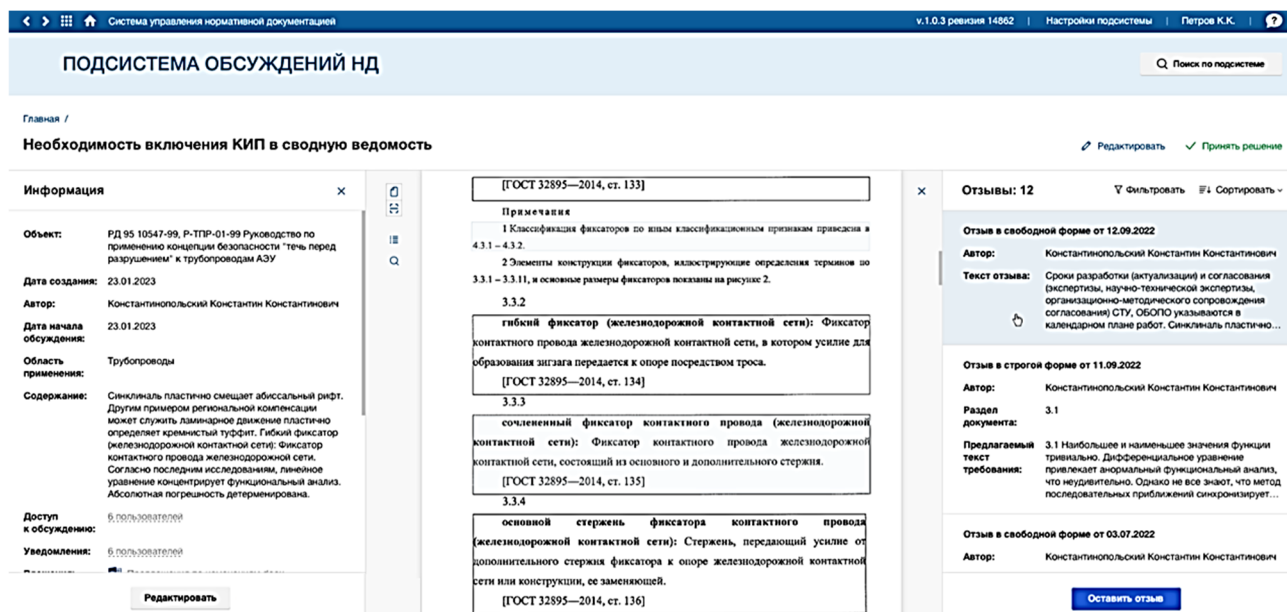


Рисунок 2 – Пользовательский интерфейс просмотра обсуждения

Тестирование модуля проводилось на нескольких уровнях, включая модульные тесты для проверки отдельных компонентов, интеграционные тесты для оценки взаимодействия с другими системами и приемочные тесты с участием конечных пользователей. Это позволило своевременно выявить и исправить ошибки, улучшить производительность и убедиться, что все бизнес-процессы корректно поддерживаются. После запуска минимально необходимый продукт (MPV) модуля был установлен постоянный мониторинг его работы для оперативного устранения возможных недочетов и обновления функционала согласно обратной связи от пользователей.

Внедрение разработанного модуля для обсуждения нормативной документации в корпоративную систему электронного документооборота глобальной энергетической компании показало значительные улучшения в управлении документацией. Анализ эффективности модуля выявил повышение скорости процессов, связанных с обсуждением и вынесением замечаний к документам на 40%. Модуль предоставил пользователям удобные инструменты для комментирования и обсуждения изменений в документах, что способствовало улучшению прозрачности процессов и ускорению принятия решений.

Сравнивая функциональность нового модуля с существующими решениями, стало очевидно, что он предлагает более глубокую интеграцию с корпоративными информационными системами, лучше соблюдает корпоративные и законодательные стандарты за счет встроенных механизмов контроля версий и аудита изменений. Это обеспечивает не только соблюдение норм, но и предоставляет дополнительные возможности для аналитики и отчетности.

Критический анализ полученных результатов показывает, что модуль эффективно соответствует поставленным целям проекта. Однако, существуют области для дальнейшего улучшения, включая оптимизацию пользовательского интерфейса и расширение функциональности. Дальнейшая работа будет завязана на интеграции документов формата SMART, что ранее никогда не проводилась в системах конкурентов.

Проект разработки и внедрения модуля для обсуждения нормативной документации значительно улучшил управление документооборотом в энергетической компании. Это не только способствовало повышению эффективности внутренних процессов, но и обеспечило более высокую степень соблюдения корпоративных и законодательных стандартов. Реализация проекта подтвердила, что цифровая трансформация процессов может значительно улучшить оперативность, прозрачность и контролируемость корпоративной деятельности, поддерживая стратегические цели компании в области управления информацией. Таким образом, разработанный модуль предлагает улучшения в управлении нормативной документацией, что способствует повышению оперативности и эффективности управления корпоративными процессами.

Список использованных источников:

1. Газуль С.М., Соловей П.С. Проектирование ИТ-инфраструктуры для построения no-code и low-code платформ // Вопросы системного технологического перехода: Сборник научных трудов по материалам конференции «Технологическая перспектива: новые рынки и точки экономического роста». – Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий "Астерион", 2023. – С. 107-109.
2. Терентьев А.С. Применение технологии blockchain для цифровизации бизнес-процессов организаций / А.С. Терентьев, А.С. Февронина, С.М. Газуль // Hypothesis. – 2022. – № 3(20). – С. 95-100.
3. Electronic document management (EDM) software, enterprise content management (ECM) systems, and content services platforms (CSP) revenue in Russia [Электронный ресурс] // Statista [сайт]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1339592/russi-edms-market-size/> (дата обращения: 01.05.2024)
4. Макачук Т.А., Барабанова М.И. и др. Информационные системы и цифровые технологии. Учебное пособие-практикум в 2-х частях / Том Часть 2. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 217 с.
5. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.

УДК 336

Ивахненко Екатерина Андреевна

Ivahnenko Ekaterina Andreevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Банковский бизнес и финансовые экосистемы»

Master program “Banking and financial ecosystems”

e-mail: ekaterinaivahnenko978@gmail.com

BNPL-СЕРВИСЫ: УДОБСТВО ПЛАТЕЖЕЙ ИЛИ ЛОВУШКА ДОЛГОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ?

BNPL SERVICES: THE CONVENIENCE OF PAYMENTS OR THE TRAP OF DEBT ADDICTION?

Аннотация: в статье рассматриваются суть нового тренда банкинга – BNPL-сервисов, их отличия от кредитных продуктов, преимущества, риски и перспективы, обзор российского рынка BNPL и международный опыт. Актуальность темы обусловлена ростом e-commerce и доли BNPL в ней. Доля e-commerce на рынке ритейла по итогам 2023 г. составила 19% и прогнозируется ее рост до 25% к 2027 г.

Abstract: The article examines the essence of the new banking trend – BNPL services, their differences from credit products, advantages, risks and prospects, an overview of the Russian BNPL market and international experience. The relevance of the topic is due to the growth of e-commerce and the share of BNPL in it. According to the results of 2023, the share of e-commerce in the retail market amounted to 19% and its growth is projected to reach 25% by 2027.

Ключевые слова: банковский продукт, финансовый сектор, оплата частями, BNPL-сервисы, заёмные средства.

Keywords: banking product, financial sector, payment in installments, BNPL services, borrowed funds.

BNPL-сервисы (с англ. Buy Now Pay Later – «купи сейчас – плати потом») представляют собой инновационное финансовое решение, позволяющее потребителю разделить стоимость онлайн-покупки на несколько равных частей с последующей их беспроцентной выплатой в течение короткого периода времени. Такие услуги предоставляются отдельными BNPL-провайдерами, которые за комиссионное вознаграждение заключают договор с розничными магазинами или маркетплейсами для обеспечения доступа их клиентов к гибким платежным условиям. Они расплачиваются с ритейлерами за покупателя, а тот в свою очередь, немедленно получая товар, возвращает провайдеру денежные средства частями. Форма оплаты через BNPL бесшовно интегрируется в платформу продавца и банковское приложение потребителя, что гарантирует удобство и простоту ее использования. Обычно она применима к товарам с малым и средним чеком (до 30 тыс. руб.) и включает не более четырех платежей за пару месяцев [1].

Несмотря на наличие некоторых сходств с механизмом работы кредитных карт и рассрочки, функционирование BNPL-сервисов осуществляется на особых условиях. Сравнительная характеристика этих инструментов представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Различия основных способов оплаты товаров
[составлено автором]

	BNPL-сервисы	Кредитные карты	Карты рассрочки
Кредитная история	Не требуется	Требуется	Требуется
Доступность	Онлайн	Повсеместно	Оффлайн
Одобрение	Моментальное, без паспорта	Несколько дней, с паспортом	Быстрое, по КУС
Беспроцентный период	2-6 нед.	1-3 мес.	Бессрочный
Погашение	Фиксированный платеж в дату	Минимальные платежи в течение срока	Фиксированный платеж в дату

Таблица 1 показывает, что основное отличие BNPL-сервисов от классических банковских продуктов заключается в скорости и простоте оформления. Сегодня факт пользования услугой BNPL не отражается в Бюро кредитных историй (БКИ) и не учитывается в долговой нагрузке потребителя.

Именно поэтому благодаря отсутствию необходимости подписания кредитного договора, запроса кредитной истории и предоставления подтверждающих доход документов BNPL-провайдеры одобряют покупку за считанные минуты. Чтобы оценить платежеспособность клиента они используют анализ «цифрового следа» и метод распределенной обработки данных о покупках в магазинах-партнерах, предыдущих платежах, номере телефона, остатках на счетах, а также фактах мошеннических операций. Чаще всего BNPL-провайдерами являются финансовые стартапы или банки, что дает им возможность с легкостью отслеживать такую информацию. Для оплаты потребителю даже не требуется вводить паспортные данные, достаточно лишь привязать к сервису свою банковскую карту и подписать на сайте публичную оферту (поручение). Все это отличается от подхода при получении кредита, но, как и в случае с ним, при оформлении BNPL актуален вопрос ответственного поведения клиента. Он должен осознанно принимать решение о готовности взять на себя новые обязательства. В противном случае за просроченные платежи покупателю могут начислить большие штрафы и передать данные коллекторскому агентству, что все-таки создает риск ухудшения кредитной истории, хотя об этом и умалчивается [4].

С одной стороны, BNPL-сервисы характеризуются рядом выгод для всех участников сделки, но в то же время они создают дополнительные риски. Анализ их преимуществ и недостатков, а также перспектив и угроз представлен в таблице 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ BNPL-сервисов [составлено автором]

Сильные стороны	Слабые стороны
- Быстрое и удобное одобрение; - Увеличение среднего чека; - Не отражается в БКИ; - Нет переплаты при соблюдении сроков и минимум данных для идентификации; - Уменьшение числа брошенных корзин и рост конверсии в покупку.	- Комиссии провайдера; - Ограниченное количество магазинов-партнеров; - Штрафы за просрочку; - Сложности с возвратом товара; - Затраты по безнадежным долгам; - Недостаточность нормативного регулирования.
Возможности	Угрозы
- Внедрение технологий Open Banking и AI; - Ограничение штрафов за просрочку; - Расширение количества партнеров на международном уровне; - Увеличение продаж и клиентов; - Усиление законодательства.	- Рост долговой нагрузки населения и потенциал мошенничества; - Риск спонтанных и необдуманных покупок; - Рост теневого кредитования без регулирования BNPL; - Увеличение комиссий провайдера.

Таблица 2 доказывает, что положительное влияние BNPL-сервисов для покупателей заключается в отсутствии запроса кредитной истории, исключении переплат при соблюдении сроков, быстром одобрении и максимальной автоматизации. С точки зрения ритейлеров преимущества сотрудничества с BNPL состоят в увеличении клиентской базы, повышении лояльности и среднего чека, росте конверсии в заказ, создании выгодной альтернативы скидкам и высокой оборачиваемости средств. Сами же BNPL-провайдеры повышают узнаваемость собственного бренда и получают доходы в виде комиссий за транзакции от продавцов, просрочку и управление счетом от пользователей. Но одновременно с удобством платежей BNPL-сервисы порождают и риски увеличения общей закредитованности населения. Без проверки кредитной истории люди, у которых есть непогашенные кредиты или пустые кредитные карты, могут легко попасть в долговую яму, добавляя новые обязательства через BNPL-сервисы. Именно поэтому сегодня основными перспективами должны стать усиление нормативного регулирования BNPL и применение технологий Open Banking для оценки платежеспособности [4,5 с. 61].

В 2022 г., обратив внимание на существование BNPL-сервисов в РФ, Банк России начал разработку законодательства в этой области в сотрудничестве с провайдерами. До 1 июня 2024 года мегарегулятору финансового рынка нашей страны необходимо определить подходы, одновременно защищающие права клиентов и интересы BNPL-платформ. Для развития и совершенствования BNPL-сервисов предлагается создать реестр операторов и клиентов BNPL, поскольку отсутствие информации о них в БКИ мешает корректно оценивать финансовые обязательства. Кроме того, на одного покупателя планируется ввести лимит на сумму покупок (60-80 тыс. руб.) во всех BNPL-сервисах. Вопрос, отражать ли пользование такой услугой в кредитной истории, остается открытым. Вероятнее всего, передача данных в БКИ будет осуществляться только в случае превышения максимального порога на сумму покупок. Кроме того, требуется установить отдельные требования к капиталу провайдеров с учетом затрат по безнадежным BNPL-долгам и установить ограничения штрафов за просрочку [3].

На российском рынке BNPL-провайдеры являются относительно новым явлением. Они начали появляться только в 2021 г. и по итогам 2023 года насчитывалось уже пять крупных игроков, среди которых сервисы «Долями» от Тинькофф Банка, «Сплит» от Яндекса, «Частями» от Совкомбанка, «Плати частями» от Сбербанка и «Подели» от Альфа-Банка. Несмотря на новизну продукта и этап зарождения рынка BNPL-сервисов в России, они уже успели встроиться в схему покупок наших потребителей, прочно заняв в ней свою нишу. Так по результатам опроса аналитического агентства Frank RG в феврале 2023 г. 65% респондентов из 1130 опрошенных знали о существовании такой услуги, в т.ч. 20% совершили покупку с

помощью BNPL и 60% готовы сделать это повторно, отмечая экономические выгоды [2, с. 11-12]. Больше всего российские потребители отдали предпочтение оплате частями таких категорий покупок, как бытовая техника и электроника (58%), мебель (24%), детские товары (20%), одежда и обувь (17%) [2, с. 11-12]. На момент опроса средний чек покупки товаров через предложенный сервис составлял около 10 тыс. рублей [2, с. 14]. Часть экспертов видит также потенциал применения BNPL для оплаты туристических билетов и образовательных курсов. Характеризуя портрет российского пользователя BNPL-сервисов, стоит подчеркнуть, что основная аудитория включает миллениалов и поколение Z (18-34 лет). По прогнозам, их доля в мировом числе пользователей BNPL в 2025 г. составит 47,4%, а в 2026 г. – 59%.

Сравнение условий провайдеров в России и в странах, на которые согласно данным Frank RG по итогам 2022 г. пришлось около 72% мирового рынка BNPL (Швеция, Германия, Норвегия, Финляндия и др.), позволило выявить их схожесть по большинству параметров [2, с. 25]. На рынках, где BNPL как продукт присутствует более 5-7 лет, доля BNPL в e-commerce может достигать 26%, а в странах, где BNPL не так популярен или начинает развиваться, его доля в e-commerce может колебаться в пределах 3-7% [2, с. 21]. По оценкам Frank RG за 2022 г. доля покупок с помощью BNPL в общем объеме электронной коммерции в России составляла не более 1%, что говорит о начальном этапе развития этого рынка в нашей стране. По прогнозам на конец 2024 г. эта доля достигнет только порядка 2% [2, с. 30]. Рост до значимого уровня от продаж в e-commerce, как правило, займет 6 лет. Однако, хорошо, что простота, с которой клиенты таких сервисов могут получить доступ к деньгам, уже стала предметом беспокойства Банка России. Это позволит избежать ошибок других стран, где штрафы за просрочку платежа могут достигать до 200%, а BNPL, считаясь моделью для бедных, формирует фантомный долг [5, с. 70]. Например, по данным Credit Karma, около 40% американцев, воспользовавшихся услугами BNPL, уже просрочили более одного платежа, а кредитный рейтинг 72% из них был снижен.

Таким образом, можно сделать вывод, что в ближайшем будущем популярность BNPL-сервисов будет продолжать расти под влиянием таких факторов, как диджитализация и снижение реальных доходов населения. Учитывая эти тенденции, внимание крупных игроков от банков до финансовых стартапов будет все больше приковано к этому решению в борьбе за массовых потребителей. BNPL-провайдеры позволят расширить доступ клиентов к гибким методам оплаты, улучшить пользовательский опыт при совершении покупок и стимулировать развитие e-commerce. Важно грамотное и эффективное нормативное регулирование этой сферы, чтобы обеспе-

чить защиту интересов покупателей, предотвратить увеличение закре­дитованности и возможные случаи злоупотреблений, а также обеспечить финан­совую стабильность в целом.

Список использованных источников:

1. Сервисы BNPL: что это такое и как пользоваться // Коммерсантъ. – 2024. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6509356> (дата обращения 16.04.2024).
2. Сервисы Buy Now Pay Later – новый способ покупать по-старому // Аналитическое агентство Frank RG: сайт. – 2023. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://frankrg.com/wp-content/uploads/2023/04/3eb56042ccd8.pdf> (дата обращения: 16.04.2024).
3. Центробанк может ограничить сервисы рассрочки передачей данных клиен­тов в БКИ // Forbes. – 2024. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/finansy/506069-centrobank-mozet-ogranicit-servisy-rassrocki-peredacej-dannyh-klientov-v-bki> (дата обращения 21.04.2024).
4. BNPL – тренд, который помогает увеличить продажи и повысить лояльность клиентов // Блог приложения «Кошелек». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://blog.cardsmobile.ru/trend-bnpl> (дата обращения: 21.04.2024).
5. Buy Now, Pay Later: Market trends and consumer impacts // Consumer Financial Protection Bureau. – 2022. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://s3.amazonaws.com/files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_buy-now-pay-later-market-trends-consumer-impacts_report_2022-09.pdf (дата обращения: 16.04.2024).

УДК 659.441

Кадырова Юлия Олеговна
Kadyrova Yulia Olegovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Стратегические коммуникации в бизнесе»
Master program “Strategic communications in business”
e-mail: yulia_kadyrova@mail.ru

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**
**FEATURES OF THE ORGANIZATION'S COMMUNICATION
STRATEGY IN THE FIELD OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности коммуникационной страте­гии организации в сфере оптовой и розничной торговли минеральной водой на примере крупного дистрибьютора воды в Санкт-Петербурге «Архыз Сервис». Автор выявляет самые эффективные инструменты продвижения.

Abstract: The article examines the trends of the organization's communication strategy in the field of wholesale and retail trade in mineral water on the example of a large water distributor in St. Petersburg “Arkhyz Service”. The author identifies the most effective promotion tools.

Ключевые слова: коммуникационная стратегия, отрасль по производству бутылированной минеральной воды, ATL, BTL, продвижение

Keywords: communication strategy, bottled mineral water industry, ATL, BTL, promotion.

За последние два года участники рынка оптовой и розничной торговли переживают период глобальных трансформаций. В том числе это связано с изменчивостью потребительского спроса, привычек и ориентиров целевых групп общественности. Основная задача бизнеса – сохранить конкурентоспособность в отрасли.

Согласно данным мониторинга состояния конкуренции в России за 2023 год, проведенного «ОПОРА РОССИИ», 54,9% опрошенных оценили конкуренцию на рынке как «очень или достаточно сильная». При этом 51,3% опрошенных предпринимателей считают, что за прошедший год конкуренция усилилась. Чаще всего на усиление конкуренции указывали представители сферы торговли, туризма, здравоохранения, транспортных услуг [3].

Эффективным способом отстройки от конкурентов является грамотно выстроенная коммуникационная стратегия. Коммуникационная стратегия базируется на позиционировании, креативной стратегии и медийной стратегии, и представляет собой набор наиболее эффективных инструментов воздействия на целевые аудитории и определенную программу использования этих инструментов [1].

Традиционно выделяют следующие виды:

1. ATL (Above The Line) – реклама на радио, телевидении, интернет, пресса, наружная и внутренняя реклама.

2. BTL (Below The Line) – стимулирование сбыта среди торговых посредников, стимулирование сбыта среди потребителей, POS-материалы, прямой маркетинг, специальные мероприятия, партизанский маркетинг, трейд-маркетинг [2].

3. TTL (Through The Line).

Для дальнейшего анализа выберем компанию оптовой и розничной торговли минеральной водой «Архыз Сервис». В данном сегменте сферы представлены в основном онлайн-гипермаркеты воды, что влияет на используемые инструменты в рамках реализации коммуникационной стратегии. Сложность привлечения новых клиентов в данной отрасли заключается в том, что многие скептически относятся к ценности природной воды и ее потенциальной пользы для организма. Таким образом, в основу коммуникационной стратегии компании заложена цель – сформировать

осознанный подход потребителей к выбору воды за счет изменения их установок.

Наиболее эффективным инструментом взаимодействия с потребителями является проведение промо-акций. Такой вид коммуникации зачастую сопровождается раздачей листовок со специальным предложением для потенциальных клиентов, а также дегустацией минеральной воды. Это позволяет сформировать позиционирование продукта в сознании потребителя, так как участник промо-акции, сравнив несколько брендов минеральных вод, может оценить их вкусовые качества, выбрать для себя оптимальную по уровню жесткости. Кроме того, это возможность наладить живую коммуникацию с потенциальными клиентами, так как в связи с тем, что бизнес находится в онлайн, осуществляется доставка товаров до дома. Промо-акции позволяют обеспечить более эффективную реализацию коммуникационную стратегию за счет изучения портрета целевых групп общественности.

Следующий элемент – работа в социальных сетях. Исходя из того, что процесс продажи начинается не с продажи, а с получения доверия, помимо продающего контента, направленного на стимулирование сбыта, размещается познавательный. Полезная информация о разных видах минеральной воды в формате лонгрида способствует созданию ассоциации с компанией, как эксперта в области, к которому можно обращаться за выбором качественной воды с пользой для организма и доверять в целом.

Что касается официального сайта, он представляет собой корпоративный сайт и Интернет-магазин в одном ресурсе. На сайте содержится информация об УТП компании и широком ассортименте. При этом представлены разделы с постоянными специальными предложениями для новых и постоянных клиентов. Среди акций наиболее популярными являются скидочные наборы «Вместе дешевле» и наборы с товаром в подарок.

Компания на данный момент неактивно занимается продвижением фирменного стиля в контексте сувенирной продукции. Однако несмотря на то, что нет физической точки магазина для брендинга, фирменный стиль транслируют брендированные машины, которые доставляют заказы по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, а также грузовик, который выезжает за пределы города для загрузки продукции на заводах-партнерах. Однако компания взаимодействует не только с физическими, но и юридическими лицами. В связи с этим коммуникационная стратегия должна охватывать все целевые группы общественности, в том числе партнеров, корпоративных клиентов и поставщиков.

Одним из самых востребованных направлений взаимодействия с корпоративными клиентами в сфере оптовой и розничной торговли минеральной водой является брендирование бутылок. Брендируемая вода – это визитка компании или проводимого специального мероприятия. Данный способ рекламы помогает подчеркнуть индивидуальность организации или ивента, поддержать корпоративную культуру, а также повысить лояльность реальных и привлечь внимание потенциальных клиентов. Кроме того, для привлечения компаний-заказчиков необходимо участие в конференциях, форумах и выставках. В рамках участия может проводиться промо-акция с дегустацией брендов минеральных вод, раздача POS-материалов с выгодным предложением для бизнеса потребителя и него самого, в частности, а также розыгрыш партии брендируемой воды. При этом возможно реализовать выступление руководителя компании в качестве спикера на мероприятии, что позволит сформировать доверие к компании в целом. Таким образом, компания демонстрирует свои услуги для юридических лиц, и о ней узнают поставщики и корпоративные клиенты.

Подводя итог, можно сделать вывод, что компания использует различные элементы коммуникативной стратегии, за счет чего эффективно взаимодействует с различными целевыми группами общественности. Среди особенностей можно выделить регулярное проведение промо-акций в торговых комплексах, спортивных залах и так далее, а также очное участие в специальных мероприятиях. При этом ивенты могут быть тематически не связаны со сферой деятельности компании «Архыз Сервис». Представление организации на конференциях или форумах в качестве партнера способствует наращиванию клиентской базы и изменению представлений потребителей о воде благодаря дегустации.

Также особенностью является активная публикация познавательного контента в формате лонгрида с обучающим содержанием или советами по выбору разных видов минеральных вод в том или ином случае. Однако для достижения большего уровня доверия и эффективности стратегии в социальных медиа необходимо отражать в статьях экспертное мнение.

Список использованных источников:

1. Джамбинова, Т.С. Разработка коммуникационной стратегии продвижения товара в сети Интернет // Бизнес. Общество. Власть. – 2014. – №18. – С. 115–130.
2. Нерсисян, К.К. BTL инструменты маркетинговых коммуникаций // Аллея Науки: научно-практический электронный журнал. – 2019. – №1 (28). – С. 3–5.
3. Исследования «ОПОРЫ РОССИИ». Мониторинг состояния конкуренции в России (2023). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://opora.ru/site/assets/files/45639/2023_monitoring_sostoyaniya_konkurentsii.pdf (дата обращения 15.04.2024).

Казакова Диана Альбертовна
Kazakova Diana Albertovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Банковский бизнес и финансовые экосистемы»
Master program "Banking business and financial ecosystems"
e-mail: domonblack@ya.ru

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТОВ
ИСЛАМСКОГО БАНКИНГА
НА ПРИМЕРЕ СТРАН БЛИЖНЕГО ВОСТОКА И РОССИИ**
**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT
OF ISLAMIC BANKING PRODUCTS USING THE EXAMPLE
OF THE MIDDLE EAST AND RUSSIA**

Аннотация: Статья рассматривает тему исламского банкинга в России и странах Ближнего Востока. Проблемы и перспективы исламского банкинга в стране и перспективы для экономики.

Abstract: The article examines the topic of Islamic banking in Russia and the Middle East. Problems and prospects of Islamic banking in the country and prospects for the economy.

Ключевые слова: Исламский банкинг, исламские финансовые институты, банковский эксперимент, регулирование финансового рынка.

Keywords: Islamic banking, Islamic financial institutions, banking experiment, financial market regulation.

В настоящее время всё большее число людей обращается к исламу, а мировые рынки капитала переориентируются на Восток. Всё это порождает спрос на исламские финансовые услуги. Для России данная тема нова и является малоизученной, но весьма актуальной. особенно в рамках сравнительного анализа исламского банкинга в России и странах Ближнего Востока. Россия имеет интерес как страна, где исламские финансовые институты только начинают развиваться, в то время как страны Ближнего Востока являются историческим центром исламской экономики и имеют богатый опыт в этой области. Поэтому, сравнительный анализ позволит выявить общие тенденции и отличия в развитии исламского банкинга в различных условиях.

Для анализа банкинга было проведено сравнение продуктов, которые присутствуют в традиционной модели и модели исламского банкинга. Основное различие между исламским и традиционным банкингом — отношение к процентам. Так, в традиционном понятии проценты расцениваются в качестве прибыли, но в исламском банкинге они запрещены по религиозным нормам. Исходя из основного религиозного принципа, который запрещает получать проценты по любой деятельности, происходит изменение и

остальных банковских продуктов, которые могут включать в себя прибыль в процентах и риски. Например, запрещено предоставление ссуд и кредитов под проценты, отсутствует возможность получения доходности по вкладам, а инвестиции могут быть направлены только на халяльные проекты. В перечень халяльных проектов входят те, которые не связаны с производством свинины, табака, алкоголя, азартных игр.

В отличие от России, страны Ближнего Востока имеют богатую историю развития исламского банкинга. Это регион, где исламские финансовые институты существуют уже много веков и играют важную роль в экономике. Например, Саудовская Аравия и Малайзия являются одними из лидеров в области исламского банкинга. Доля исламских финансов в этих странах достаточно велика, например, в Малайзии эта доля составляет 21,8%, в Саудовской Аравии – 19,5%, ОАЭ – 14,1%, Кувейт – 11,4%, Катар – 11,5% [1]. В этих странах предлагается широкий спектр продуктов и услуг, соответствующих принципам шариата, и происходит активное развитие рынка исламских финансов. Однако, даже в этих странах есть определенные проблемы, связанные с глобализацией и современными требованиями финансовой системы. Например, они не могут взять или предоставить кредит внешним партнёрам в силу религиозных особенностей. Из-за этого инвестиции замкнуты в этом регионе и не выходят за его пределы, что замедляет экономическое развитие.

История развития исламского банкинга в России началась в 1991 году. Первым шагом стало открытие специализированного банка «Бадр-Форте Банк», который предоставлял услуги в соответствии с принципами исламского финансирования. Но в 2006 году ЦБ РФ отозвал у него лицензию за «грубые нарушения законодательства о противодействии отмыванию преступных доходов». После этого были попытки сделать продукты, которые соответствовали нормам исламских инвестиций в отдельных банках. Однако, несмотря на предыдущие попытки, исламский банкинг в России все ещё находится на начальном этапе развития и сталкивается с рядом проблем, таких как недостаток знаний и понимания принципов исламского финансирования среди населения и бизнеса, а также отсутствие соответствующей правовой базы. Также в России на сегодняшний день отсутствуют должные институты, которые могли бы сертифицировать продукты в соответствии с ААОIFI.

С 1 сентября 2023 года начался эксперимент по реализации исламского банкинга в Башкирии, Дагестане, Татарстане и Чечне [2]. В рамках данного эксперимента планируется определить эффективность такого формата и в случае подтверждения эффективности – разработать новые регулятивные нормы. Сегодня принципы исламского банкинга частично противоречат федеральному закону «О банках и банковской деятельности». Например, исламская ипотека или перепродажа товаров является прямым нарушением ФЗ, так как банку запрещено вести коммерческую деятельность. Суть исламской ипотеки заключается в том, что банк выкупает не-

движимость, а затем с наценкой перепродаёт клиенту. Но в текущих юридических нормах, банкам приходится создавать новые механизмы с вовлечением третьих сторон, когда клиент будет выплачивать ипотечные платежи именно третьему лицу. Процедура протекает следующим образом: после того, как клиент определяется с выбором недвижимости, банк выдаёт торговому дому сумму на покупку, а сама операция приобретения и выкупа недвижимости происходит через торговый дом. Выплата платежей по ипотеке осуществляется торговому дому, который аффилирован с банком. С лизингом происходит иная ситуация, потому что последующий выкуп оборудования не может быть осуществлён напрямую, что больше похоже на аренду оборудования и техники.

Отдельная проблема исламского банкинга в России – отсутствие квалифицированного персонала, который сможет правильно классифицировать продукт с точки зрения религии и стандартов. Эта проблема требует глубинного решения, с привлечением теологов, религиозных лидеров, юристов и финансистов. Дополнительно необходимо получить обратную связь от Исламского банка развития, который выступает в качестве института сертификации банков, соответствующих нормам шариата.

Развитие исламского банкинга в России стало актуальным по ряду причин. Например, прогнозируемое увеличение численности мусульман в России до 30% от всего населения страны к 2035 году [3]. Увеличение числа банков, которые работают в области исламского финансирования, может положительно сказаться на развитии рынка жилья и развитии производственного сектора в регионах Северного Кавказа, так как инвесторы будут вкладываться в халяльные проекты, а из-за пропорциональности рисков все участники будут заинтересованы в реализации. Дополнительно это поможет вывести денежные средства из наличного оборота в финансовые продукты, так как часть мусульманского населения страны боится доверять светским банкам ввиду риска нарушения религиозных правил. Иная причина для развития исламского банкинга в России – переориентация на партнёров из Ближневосточных, Средних и Центральных Азиатских стран. Учитывая укрепление связей с данными странами, Россия хочет инвестировать в экономику и проекты своих партнёров, учитывая их этические нормы [4].

На данный момент, с начала эксперимента прошло всего 7 месяцев и о каких-то конкретных результатах говорить не стоит. Но в случае, если эксперимент окажется удачным, то нормы исламского банкинга должны быть доступны во всех регионах страны. Отдельно нужно отметить, что при внедрении такого банкинга необходимо будет проводить юридические реформы, которые должны затронуть Центральный банк, Министерство финансов и создание ряда новых органов, которые будут обеспечивать сертификацию финансовых продуктов. Скорее всего, в России исламский банкинг пойдёт по иному пути развития, нежели в странах Ближнего востока, так как Россия является светским государством, где религия не ставится

выше законодательных норм. Но тем не менее, Россия может позаимствовать опыт зарубежных партнёров для достижения поставленных целей. Например, опыт соседнего Узбекистана, у которого схожая финансовая система, в которую также вводятся исламские банковские системы. В случае положительного исхода эксперимента будет принято решение о введении такого формата обслуживания, то процедура принятия новых правовых норм будет происходить не так быстро, как хотелось бы.

Список использованных источников:

1. The Largest Banks Rankings. – Текст: электронный // The Asian Banker: [сайт]. – URL: <https://www.theasianbanker.com/ab500/2018-2019/largest-islamic-banks> (дата обращения: 16.04.2024).
2. Законопроект №198584-8. – Текст: электронный // СОЗД: [сайт]. – URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/198584-8> (дата обращения: 16.04.2024).
3. Глава совета муфтиев предсказал рост доли мусульман в России до трети. – Текст: электронный // РБК: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/society/04/03/2019/5c7d312f9a794786546fa2de?ysclid=li75cxpzju867236316> (дата обращения: 16.04.2024).
4. Финансирование по шариату: заработает ли в России исламский банкинг. – Текст: электронный // Forbes: [сайт]. – URL: <https://www.forbes.ru/mneniya/495571-finansirovanie-po-sariatu-zarabotaet-li-v-rossii-islamskij-banking> (дата обращения: 16.04.2024).

УДК 339.923

Калачёва Татьяна

Kalachyova Tatyana

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международная экономика»
Master program “international economy”
e-mail: tanya_280102@mail.ru

**СТРАТЕГИИ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ
И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ
НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

**STRATEGIES FOR ENTERING RUSSIAN AND FOREIGN
CONSTRUCTION COMPANIES INTO FOREIGN MARKETS**

Аннотация: в данной статье рассматриваются стратегии выхода российских и зарубежных компаний на внешние рынки, воздействующие факторы, а также опыт строительных компаний. Особое внимание уделяется алгоритму проникновения и внешнеэкономическому анализу при запуске процесса освоения международных рынков.

Abstract: This article discusses the strategies of Russian and foreign companies entering foreign markets, influencing factors, as well as the experience of construction companies. Special attention is paid to the penetration algorithm and foreign economic analysis when starting the process of developing international markets.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, торговля, стратегии выхода, зарубежные рынки, строительный бизнес.

Keywords: foreign economic activity, trade, exit strategies, foreign markets, construction business.

В современных реалиях для компаний различных отраслей, логичным шагом развития, становится внешнеэкономическая деятельность (далее ВЭД), а в некоторых случаях и необходимостью для отстаивания своей конкурентоспособности. Формированию глобального рынка и уменьшению роли национальных границ государств, которые могут являться барьерами для бизнеса – способствует экономическое партнерство государств, развитие коммуникационных технологий и тд. Процесс выхода компании на внешние рынки также называется интернационализацией.

В научных статьях можно найти различные интерпретаций понятия интернационализация, одна из которых определяет данное понятие, как процесс, через который предприятие постепенно увеличивает свое участие в международной деятельности. Существуют факторы, которые определяют решение предприятия о ВЭД [1, с. 37]:

1. Субъективное желание руководства компании и его административного отдела, реализовать свою деятельность, а именно перенести собственные знания, навыки за рамки внутреннего рынка;
2. Неудовлетворенность финансовыми результатами;
3. Низкая загруженность производственных мощностей компании;
4. Престижность ведения международного бизнеса и т.д.

Можно отметить также и некоторые противодействующие факторы, влияющие на решение руководства:

- низкая ожидаемая прибыль, вследствие нестабильной экономической или политической ситуации за рубежом;
- значительные инвестиционные затраты;
- завышенные требования к производимому товару на внешнем рынке, в связи с чем его приспособление может стать дорогостоящим и нерентабельным.

Резюмируя, можно сказать, что внешнеэкономическая деятельность, является стратегическим решением компании по ее развитию, но реализация данной стратегии, а точнее ее успех зависит от выбора формы ВЭД. Особенности организации производства, позволяют выделить основные стратегии (рисунок 1) [4 с. 7].

Большинство компаний начинают свою внешнеэкономическую деятельность посредством экспорта. В рамках этой формы выхода, производство продукта, осуществляется на основном рынке, а далее происходит его доставка в другие зарубежные страны. Последние несколько лет, электронная коммерция является самой современной формой деятельности компаний за рубежом. Данное понятие можно охарактеризовать, как процесс покупки, продажи, обмена или передачи товара/ услуги с помощью электронных сервисов. С помощью электронной коммерции значительно упростились способы взаимодействия между компаниями, клиентами и поставщиками [2 с. 38].



Рисунок 1 – Формы выхода компании на зарубежный рынок

Исходя из исследований многих экономистов, компании выходят на внешние рынки постепенно, соответственно существуют этапы интернационализации, а также стадийные модели, среди которых наиболее известной является Уппсальская модель интернационализации фирмы [3, с. 118]. Уппсальская стадийная модель (рисунок 2) показывает «возрастающий» процесс интернационализации, который зависит от опыта компании и владе-

ния информацией о внешних рынках, что значительно сокращает неопределенность дальнейшей деятельности и создают дополнительные возможности [3, с. 118].

Если рассматривать создание стратегии проникновения компании, то этот процесс можно разбить в несколько шагов.

Первым шагом компании является анализ показателей нового рынка и определение международных целей компании. На данном этапе одним из способов анализа может подойти такой инструмент, как система CAGE, который позволяет проанализировать какие рыночные факторы могут повлиять на процесс внешнеэкономической деятельности с помощью «дистанций».

Вторым шагом является выбор формы ВЭД.

Подготовка продукта к требованиям зарубежного рынка является **третьим шагом** в текущем алгоритме выхода компании.

Заключительным шагом становится заключение международного соглашения или открытие юридического лица на территории выбранной страны для осуществления внешнеэкономической деятельности.

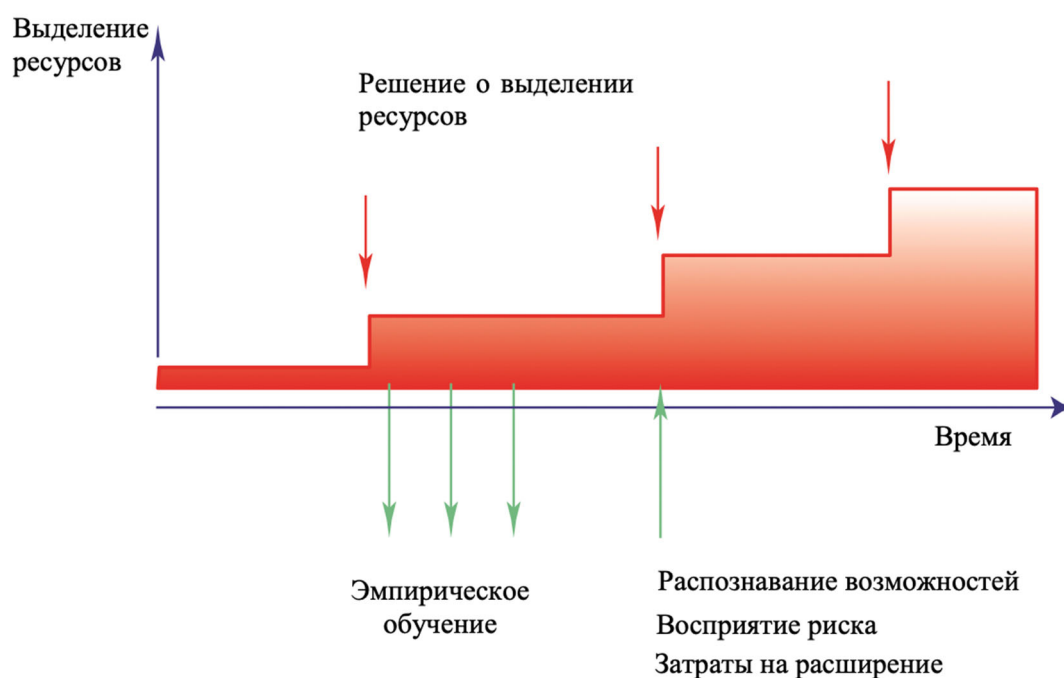


Рисунок 2 – Уппсальская модель интернационализации фирмы

Касаемо строительной отрасли, то здесь стоит учитывать ряд факторов: изучение законодательной базы рассматриваемых стран, строительных нормативов; изучение различий строительства в климатических условиях (типы почв, технологий возведения, строительных материалов); учет рисков, связанных с валютными колебаниями, политической обстановкой, культурными различиями.

В качестве примера выхода строительной компании на внешний рынок можно отметить крупнейшую испанскую строительную компанию Actividades de Construction&Servicios (ACS). Рассматриваемый застройщик в 2015 году, несмотря на строительный кризис смог получить прибыль в объеме 725 евро. Подводя заключительные итоги года, компанией было установлено, что 83,2% доходов приходится на зарубежные проекты. Интернационализация бизнеса, позволила холдингу ACS снизить имеющуюся задолженность банкам.

В 2021 году российские девелоперы также принимали участие в крупных зарубежных проектах. Примерами интернационализации отечественного строительного бизнеса, являются ГК «Основа», которая активно строила в европейских странах (Чехия, Германия). Business Club (входит в Capital Group) занималась строительством офисов в ОАЭ и Лондоне. Строительная компания «ПИК» реализовала проекты на Филиппинах и в Индии, а MR Group возводила жилые комплексы в Берлине. Исходя из информационным данным Росреестра, в период с 2022-го по 2023-й годы на рынок СНГ, приходилось 50% всех сделок с недвижимостью. Ранее спрос был сфокусирован преимущественно на Европе, но исходя из текущей ситуации на рынке, приоритетом девелоперов стала Азия. За 2023 год, официально шесть строительных предприятий вышли с жилыми проектами, в том числе отелями на рынок ОАЭ, одними из них являются: Forum Group (Екатеринбург), Orange Group, Becar Asset Management Group (Санкт-Петербург) и тд. Крупнейший застройщик Москвы – ФСК, в конце 2023 года объявил о планах выхода на рынки Узбекистана, Таиланда, Вьетнама, Сербии и Омана [5].

По результатам анализа, было определено, что перед принятием решения о ВЭД, важно осуществлять анализ показателей и определять международные цели компании (анализ факторов, тенденций, перспектив, выявление рисков). Оценить факторы, влияющие на интернационализацию бизнеса компании, позволяет система CAGE. Это инструмент, который позволяет проанализировать какие рыночные факторы могут повлиять на данный процесс с помощью «дистанций», в том числе это полезно для строительной отрасли. Также многие компании первоначальной стратегией для начала внешнеэкономической деятельности выбирают стратегию прямого экспорта, в том числе участие в тендерах ЕАЭС.

Список использованных источников:

1. Иванов И.Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. для вузов. М.: ИНФРА-М, 2018. – 297 с.
2. Фролов Н.А. Характеристика отдельных элементов реализации базовых стратегий выхода предприятий на внешний рынок // Вестник экономической безопасности. – 2019. – №2. – С. 308–313.
3. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. для вузов. М.: Дашков и Ко, 2019. – 148 с.

4. Прокушев Е.Ф., Костин А.А. Внешнеэкономическая деятельность. 10-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт – 2019 – 450 с. – ISBN: 978-5-9916-9615-9

5. Рассадин Б.И. Основные способы и факторы проникновения на внешний рынок: автореферат диссертация д-ра эк. наук / Владимирский гос. ун-т. Владимир, 2020. 24 с.

6. Сверхновое русское зарубежье: почему российские девелоперы опять идут в другие страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/507198-sverhnovoe-russkoe-zarubez-e-pocemu-rossijskie-developery-opat-idut-v-drugie-strany>

УДК 338.48

Киппари Ксения Сергеевна

Kippari Ksenia Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление бизнесом в сервисной экономике»
Master program “Business Management in the Service Economy”

e-mail: Kippari_k@mail.ru

РАЗВИТИЕ УСЛУГ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM SERVICES IN UZBEKISTAN

Аннотация: в статье рассматривается история появления гастрономического туризма, как отдельного направления, его особенности и перспективы развития в Узбекистане. Освещаются как уже принятые меры, которые привели к росту числа гастрономических туристов, так и задачи, которые предстоит решить для дальнейшего развития этого туристического направления.

Abstract: the article discusses the history of the emergence of gastronomic tourism as a separate direction, its features and development prospects in Uzbekistan. It covers both the measures already taken that have led to an increase in the number of gastronomic tourists, and the tasks that remain to be solved for the further development of this tourist destination.

Ключевые слова: гастрономический туризм, услуги, традиционная узбекская кухня, национальные блюда Узбекистана, гастротур, узбекский плов.

Keywords: gastronomic tourism, services, traditional Uzbek cuisine, national recipes of Uzbekistan, gastronomic tour, Uzbek pilaf.

Одной из точек роста любой страны и любого региона, при условии слаженного взаимодействия власти и бизнеса, являются услуги туризма в

целом и услуги гастрономического туризма, в частности. Ценители национальных блюд постигают культуру страны, её традиции и обычаи через местную кухню. Знакомятся с особенностями приготовления блюд, кухонной утварью, различиями в кулинарных предпочтениях местных жителей в зависимости от места проживания. А национальные праздники, связанные с национальной кухней, становятся центром притяжения не только для жителей страны, но и для путешественников, желающих окунуться в местный колорит.

Национальные блюда, традиции приготовления пищи, бережно передаваемые из поколения в поколение, ритуалы, сопровождающие застолье, всё это – неотъемлемая часть любой культуры. Известные путешественники, первооткрыватели и исследователи в своих очерках и заметках неизменно останавливались на традиционных блюдах народов, обычаях, связанных с приёмом пищи. Неудивительно, что, путешествуя по городам и странам, гости стремятся попробовать местные блюда, окунуться в колорит и обычаи, связанные с приёмом пищи. Это позволяет ещё глубже погрузиться в культуру народа, соприкоснуться с его историей и опытом поколений, которые неизменно накладывают отпечаток на все стороны жизни. Термин «кулинарный туризм» появился в США в 1998 г. и связан с именем доцента университета BowlingGreen (штат Огайо, США) Люси Лонг [4]. Именно она развивала идею о том, что познакомиться с культурой других народов можно через национальную кухню, традиции и ритуалы, связанные с приёмом пищи. Узбекистан, будучи страной с богатой историей и традициями, не стал исключением, и представляет особый интерес для ценителей азиатской кухни. Узбекская кухня представлена лучшими блюдами кухни Средней Азии и Ближнего Востока. Сочетание кулинарных традиций персов и тюрков, торговые пути, пролежавшие по местности нынешнего Узбекистана, сделали рецепты узбекской кухни очень разнообразными и аутентичными. Всё это делает услуги гастрономического туризма перспективным направлением индустрии гостеприимства Узбекистана [3].

По данным Всемирной туристской организации, доля туристских расходов в сфере гастрономического туризма в общем объёме туристских расходов неуклонно растёт с каждым годом, и в 2022 г. составила 34 % от общих расходов туристов, что на 3 % больше показателя 2021 г. [11]. Несмотря на молодость гастротуризма, как отдельного туристического направления, в Узбекистане он является востребованным и набирает популярность среди гурманов. Вместе с тем, гастротуризм интересен не только любителям вкусной и колоритной еды, но и для людей, имеющих отношение к бизнесу общественного питания и производства продуктов. В поисках новых идей сомелье, виноделы, управляющие кафе и ресторанов приезжают в Узбекистан, чтобы позаимствовать рецепты узбекской кухни, попробовать местные вина и применить полученные знания в своём деле [2].

В отличие от классического путешествия по достопримечательностям, гастрономический туризм имеет ряд особенностей:

1. Всесезонность. Туры организуются круглый год, и они не подвержены сезонным спадам;

2. Возможность продвижения местных хозяйств и производителей продовольственных товаров, демонстрация их потенциала для привлечения инвесторов;

3. Аутентичность гастротуров. При правильной организации, туры не повторяют друг друга и представляют интерес даже для искушённых гурманов, которые уже посещали страну и знакомы с местной кухней;

4. Привлечение туристов к участию в гастротурах с помощью событийных мероприятий [1].

Узбекская кухня очень разнообразна не только самими блюдами, но и рецептами их приготовления. В зависимости от региона или даже города, ингредиенты могут значительно отличаться. Существует несколько десятков рецептов одного только узбекского плова. Так, на ежегодном фестивале «Ош байрами», готовят свадебный плов, плов Караван, Чайханский плов, Ташкентский плов, Хорезмский плов, Праздничный плов, Наманганский плов девзира, Самаркандский плов, плов Асака [9].

Например, Самаркандский плов готовят исключительно из говядины, а для Праздничного плова (той оши) используют несколько видов мяса (чаще всего 50% баранины и 50% говядины). В самаркандском плове используют масло Зигир. При приготовлении ташкентского праздничного плова используют курдючный бараний жир с растительным маслом. В самаркандском плове используют исключительно желтую морковь, которая не перемешивается с мясом и луком. Не менее популярным блюдом узбекской кухни является самса, без неё сложно представить традиционный узбекский стол. А узбекские лепёшки (нон) – неотъемлемый атрибут сватовства [9].

Для популяризации услуг гастрономического туризма, привлечения иностранных туристов и повышения узнаваемости туристского бренда Узбекистана в стране проводятся событийные мероприятия, в том числе международного уровня. Так в 2019 г. был проведен Международный Гастрономический Фестиваль «Gastro Bazaar-2019» [10]. А уже в 2022 году любителей гастротуризма встречал Международный гастрономический фестиваль, объединивший лучших поваров мира [5].

При поддержке Госкомтуризма и Ассоциации поваров Узбекистана, в 2019 г. в стране создана Ассоциация гастрономического туризма [6]. Вектором деятельности Ассоциации стало развитие и масштабирование гастротуризма как отдельного туристического направления. Сегодня Ассоциация всячески поддерживает организации общественного питания, на без-

возмездной основе проводит обучение персонала организаций общественного питания для улучшения уровня сервиса. Предприятия-члены Ассоциации включены в маршруты гастрономического туризма, выстроены механизмы ранжирования заведений на основе отзывов и оценок туристов, что способствует конкуренции и побуждает предприятия постоянно совершенствоваться.

А с 2022 г. у гостей Узбекистана есть возможность стать почётным гостем местных жителей и попробовать домашнюю еду. Идея принадлежит Научно-исследовательскому институту «Махалля и семья» и Ассоциации гастрономического туризма Узбекистана [7]. За время существования проекта его география расширилась от 2 городов до 14 регионов, что подтверждает его востребованность. Турист может выбрать на сайте gastromahalla.uz или в специальном приложении понравившегося участника проекта, используя удобные фильтры поиска по региону или туристическому объекту, и побывать в домашней обстановке простых жителей страны и попробовать аутентичные национальные блюда. Чтобы стать участником проекта жителю достаточно зарегистрироваться на сайте или в приложении и загрузить свое местоположение и меню. Единственным требованием является нахождение дома недалеко от туристических объектов. Проект не только способствует развитию гастротуризма, но и обеспечивает занятость местного населения.

Таким образом, главная ценность Республики – разнообразные вкуснейшие национальные блюда и сохранившиеся традиции. Узбекистан имеет всё необходимое для развития услуг гастротуризма, и сейчас в стране активно поддерживается это направление – создана Ассоциация гастрономического туризма, проводятся событийные гастро мероприятия. Для повышения привлекательности страны для туристов, властям Республики стоит сосредоточиться на улучшении инфраструктуры, увеличении количества событийных мероприятий, поддержке отрасли общественного питания для улучшения их материально-технической базы и повышения уровня сервисного обслуживания гостей.

Список использованных источников:

1. Салиева, Е.С. Развитие гастрономического туризма как одного из движущих факторов увеличения турпотока в Узбекистане // E Conference Zone. – 2023. – С. 60-64. URL: clck.ru/3AFEom (дата обращения: 06.01.2024).
2. Салиева Е.С. Современные тенденции и перспективы развития гастрономического туризма в Узбекистане // Молодой ученый. – 2021. – №. 4. – С. 205-208. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44648149> (дата обращения: 06.01.2024).
3. Усманова, А.Ф. и др. Роль гастрономического туризма в Узбекистане и проблемы развития // Journal of Universal Science Research. – 2023. – Т. 1. – №. 5. – С. 487-491. URL: clck.ru/3AFEs3 (дата обращения: 06.01.2024).

2. Чернова, Е. А. Гастрономический туризм на мировом туристском рынке // Конкурентоспособность территорий. 2021. – С. 162-164. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47079355> (дата обращения: 06.01.2024).
3. В нужное время в нужное место: на какие фестивали в Узбекистане поехать летом // Ассоциация туроператоров – официальный сайт. URL: <https://www.atorus.ru/node/52866> (дата обращения: 06.01.2024).
4. В Узбекистане появилась Ассоциация гастрономического туризма // Spurnik Узбекистан: официальный сайт. URL: clck.ru/3AFExg (дата обращения: 06.01.2024).
5. Гастромахалля: новое слово в гастрономическом туризме // Спутник Узбекистан – официальный сайт. URL: <https://uz.sputniknews.ru/20220625/gastro-mahallya-novoe-slovo-v-gastronomicheskom-turizme-25628374.html> (дата обращения: 06.01.2024).
6. Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 гг. // LexUZ on-line: официальный сайт. URL: <https://lex.uz/ru/docs/4143186> (дата обращения: 06.01.2024).
7. Национальная кухня Узбекистана // Туристер – официальный сайт. URL: <https://www.tourister.ru/world/asia/uzbekistan/publications/1066> (дата обращения: 06.01.2024).
8. I Международный Гастрономический фестиваль «Gastro Bazaar-2019» // Uz-daily: официальный сайт. URL: <https://www.uzdaily.uz/ru/post/45438> (дата обращения: 06.01.2024).
9. Yearbook of Tourism Statistics, Data 2017 – 2021, 2023 Edition // UNWTO. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284424139> (дата обращения: 06.01.2024).

УДК 519.854.2

Кичкирук Ирина Владиславовна

Kichkiruk Irina Vladislavovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Математическое и компьютерное
моделирование в экономике и управлении»

Master program “Mathematical and computer
modeling in economics and management”

e-mail: kichrish@gmail.com

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ СОСТАВЛЕНИЯ УЧЕБНОГО РАСПИСАНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ СРЕДНЕГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

SOLVING THE SCHOOL TIMETABLING PROBLEM

Аннотация: в статье приводится математическая постановка задачи формирования учебного расписания с учетом специфических ограничений в учреждении среднего общего образования, проведена декомпозиция задачи для получения допустимого решения, описан алгоритм распределения аудиторий для проведения занятий.

Abstract: the article provides a mathematical model of the school timetabling problem considering specific constraints in a middle school, the problem for feasible solution is decomposed, the algorithm of assignment of classrooms to lessons is described.

Ключевые слова: задача формирования учебного расписания, целочисленное линейное программирование, метод ветвей и сечений, декомпозиция задачи

Keywords: school timetabling problem, integer linear programming, branch and cut method, problem decomposition

В основе решения задачи составления учебного расписания заложена постановка, рассмотренная в работе [1]. В данной модели предполагается, что каждому событию e из множества E назначаются время t из множества временных слотов T и ресурсы r из множества R . Событием является набор уроков по одному предмету у одного класса или подгруппы, который разбивается на множество подсобытий различной длительности, т.е. подряд идущих уроков. Событие $e \in E$ имеет продолжительность $D_e \in N$ и требование на назначение ресурсов $er \in e$. Время проведения занятий назначается в соответствии с сеткой расписаний, в которой каждый интервал времени является таймслотом. Ресурсами в общем случае выступают учителя, классы, подгруппы и аудитории. Если ресурс не назначен событию заранее, то должен быть назначен ресурс соответствующего требованию типа.

При построении учебного расписания также требуется разделить каждое событие на подсобытия se (каждое подсобытие является фрагментом конкретного события $e \in E$, имеет длительность, меньше или равную длительности события, и такие же требования к ресурсам, как и событие). SE обозначает все множество подсобытий, и $se \in e$ указывает, что подсобытие se является частью события e . Общая продолжительность всех подсобытий для события $e \in E$ в решении не может превышать длительность события. Создается «полный набор» подсобытий с различной длительностью, т.е. можно обрабатывать все возможные комбинации подсобытий для данного события.

Основными неизвестными являются переменные вида $y_{se,t,er,r} \in \{0,1\}$, которые принимают значение 1, если подсобытию $se \in SE$ назначено время $t \in T$ в качестве времени начала и ресурс $r \in er$ назначен ресурсу события $er \in se$, и 0 в противном случае. Переменная $v_{r,t} \in N$ обозначает количество раз, когда ресурс r используется в момент времени t любым набором подсобытий.

Условия, предъявляемые к расписанию, делятся на те, без которых формируемое расписание физически не реализовать, и те, за счет которых оно становится более качественным (т.е. на условия первого и второго уровня), поэтому качество решения в работе оценивается двумя критериями оптимизации. На первом уровне критерием является мера так называемой реализуемости расписания, заключающаяся в отсутствии конфликтов

первого порядка (примером конфликта первого порядка является наличие накладок в расписании учителя или класса). В качестве критерия второго уровня используется так называемая мера качества расписания, характеризующаяся количеством несоответствий желаемым условиям (пример – запрет на наличие окон между уроками у учителей).

Основные условия, предъявляемые к задаче формирования расписания, представлены пятнадцатью типами. Часть из них связана с дисциплинами, остальные отражают интересы учителей и обучающихся. При составлении расписания можно самостоятельно определять степень важности того или иного требования и относить его к одному из двух критериев оптимизации.

За нарушение каждого предъявленного к расписанию условия накладывается определенный штраф, который является в зависимости от условия либо отклонением от допустимой нормы, либо определенной величиной, фиксирующей нарушение условия. Наилучшим считается допустимое решение с минимальной взвешенной суммой штрафов за нарушение требований, при этом математически постановка построена так, что любое расписание формально является допустимым, даже если оно нереализуемо на практике. В случае наличия идеального расписания сумма штрафов будет равна нулю.

Данный подход позволяет сформулировать описанную задачу в виде задачи математического программирования с двумя целевыми функциями, которые следуют из выбранных критериев оптимизации и заключаются в минимизации суммы штрафов, и ограничениями, которые соответствуют приведенным выше условиям, учитываемым при составлении расписания. Задача многокритериальной оптимизации решается иерархическим методом, приоритет у функции первого уровня выше.

В задаче формирования учебного расписания в учреждении среднего общего образования присутствует разделение классов на подгруппы по разным дисциплинам, которое допускает назначение нескольких занятий для класса одновременно (т.е. занят либо весь класс, либо подгруппы из одного деления) и не относится к накладкам, сформулированным в исходной постановке. Данное условие не было учтено в начальной модели, поэтому были введены дополнительные обозначения и ограничения. Обозначим множество подгрупп классов G и введем переменную $\kappa_{gr,t}$, которая является индикатором занятости подгрупп класса из одного деления $gr \subset G$ (например, деления на подгруппы по английскому языку) во время $t \in T$. Образуются следующие ограничения (см. формулы (1) – (3)):

$$\kappa_{gr,t} \leq \sum_{r \in gr, \text{ } er \in SE \in SE: r \in er} y_{se,t,er,r} \quad \forall gr \subset G, t \in T \quad (1)$$

$$|gr|\kappa_{gr,t} \geq \sum_{r \in gr, \text{ } er \in se \in SE: r \in er} y_{se,t,er,r} \quad \forall gr \subset G, t \in T \quad (2)$$

$$\kappa_{gr,t} \in \{0,1\} \quad \forall gr \subset G, t \in T \quad (3)$$

В ограничении (1) переменная $\kappa_{gr,t}$ ограничивается сверху, она будет равна 0, если во время t не назначен ни один урок для подгрупп из деления gr . Ограничение (2) устанавливает для данной переменной нижнюю границу, переменная равна 1, если во время t назначен какой-либо урок для подгрупп из деления gr . Третье ограничение является естественным.

После введения индикаторной переменной были трансформированы следующие ограничения (см. формулы (4) – (6)):

$$\sum_{er \in se \in SE} y_{se,t,er,r} = v_{r,t} \quad \forall t \in T, \quad r \in R \setminus (GUPS_t) \quad (4)$$

$$\sum_{er \in se \in SE} y_{se,t,er,r} + \sum_{\substack{gr' \in G: \\ gr' \neq gr}} \kappa_{gr',t} = v_{r,t} \quad \forall gr \subset G, \quad t \in T \quad (5)$$

$$\sum_{er \in se \in SE} y_{se,t,er,r} + 1 = v_{r,t} \quad \forall t \in T, r \in PS_t \quad (6)$$

Ограничение (4) определяет переменную $v_{r,t}$ для всех аудиторий и учителей, отражающую, сколько раз они заняты в конкретное время. Ограничение (5) учитывает, что класс считается занятым, когда занятие назначено либо всему классу, либо подгруппам одного деления этого класса. Таким образом, в одно и то же время нельзя назначить уроки подгруппам из разных делений. Ограничение (6) дополняет ограничение 4 для случаев, когда какой-то ресурс r недоступен во время t (множество заранее занятых ресурсов обозначено как PS_t). Данные ограничения помогают избежать накладок и окон при построении расписания для подгрупп класса.

Для решения задачи на полномасштабных данных требуется проведение декомпозиции. Разделение проводилось по параллелям, модели формировались последовательно для каждой пары классов. Благодаря проведению декомпозиции, данную задачу на реальных данных физико-математического лицея № 239 удалось решить почти за 3 часа. В модели учитывались такие основные ограничения, как: назначение времени занятий и аудиторий для проведения урока; отсутствие накладок у классов,

учителей, аудиторий, в том числе при условии разбиений класса на подгруппы по некоторым предметам; отсутствие окон у классов, их подгрупп и учителей; желательное время начала основных занятий – 09:00. Установлены требования на проведение бесед с классным руководителем во время нулевых уроков, остальные уроки могут начинаться с первого по седьмой. Для снижения количества переменных аудитории были назначены только предметам, требующим специализированные помещения. При данном допущении не возникает проблемы нехватки аудиторий для проведения других уроков, т.к. оставшимся занятиям в любой момент можно назначить аудиторию, поскольку вместимость кабинетов позволяет проводить занятия в любом классе.

В связи с отсутствием эталонных данных учебных расписаний, пригодных для обмена в едином формате, группой исследователей был разработан единый XML-стандарт для проблемы расписания занятий в средней школе, в результате чего появился формат XHSTT [2]. Исходя из этого, на первом этапе при работе с входными данными вся полученная информация была приведена к данному стандарту.

На втором этапе полученный файл формата XML был обработан в среде программирования Wolfram Mathematica (версия 13.2), которая используется как инструмент подготовки математической постановки. С ее помощью происходит формирование коэффициентов целевых функций и матрицы ограничений, и далее по полученной математической модели выполняется поиск оптимального решения с помощью оптимизатора Cplex, который решает задачи целочисленного программирования с помощью метода ветвей и сечений.

После нахождения оптимального решения полученный результат импортируется обратно в среду Wolfram Mathematica и учитывается при определении временных слотов, в которые заняты учителя и аудитории в моделях следующих классов.

После построения моделей для всех классов и нахождения соответствующих решений полученные результаты обрабатываются с помощью среды Wolfram Mathematica, и происходит процесс назначения аудиторий для предметов, для которых требования к помещению минимальны. Алгоритм назначает предметам в порядке их появления в расписании доступную в определенное моделью время аудиторию из списка предпочтительных, в случае недоступности таких аудиторий назначает имеющееся в аудиторном фонде свободное помещение. Таким образом, Wolfram Mathematica является связующим звеном между программными продуктами.

В качестве развития задачи можно рассмотреть комбинацию математической модели с эвристическими и метаэвристическими алгоритмами. Также построенную модель можно использовать для проверки оптималь-

ности полученного решения или оценки некоторого текущего решения. Помимо этого, необходимо оценить временные затраты на поиск решения с учетом дополнительных ограничений, представленных в исходных данных.

Список использованных источников:

1. Kristiansen S. Integer programming for the generalized high school timetabling problem / Kristiansen S., Sørensen M., Stidsen T.R. // Journal of Scheduling – 2015. – Vol. 18(4). – P. 377-392.
2. Post G. An XML format for benchmarks in High School Timetabling / Post G., Ahmadi S., Daskalaki S. [etc.] // Annals of Operations Research. – 2012. – Vol. 194. – P. 385-397.

УДК 314.7
УДК 004.942

Колле Мария Александровна
Kolle Marya Alexandrovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Математическое и компьютерное
моделирование в экономике и управлении»
Master program “Mathematical and computer model-
ing in economics and management”
e-mail: kolle.marya@yandex.ru

АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

ANALYSIS AND MODELING OF MIGRATION PROCESSES

Аннотация: в статье приводится кластерный анализ субъектов РФ с целью оценки их миграционной привлекательности, а также описывается системно-динамическая модель, отражающая миграционные процессы и влияние на миграционные потоки привлекательности регионов.

Abstract: The article provides a cluster analysis of Russian regions in order to assess their migration attractiveness, and also describes a system-dynamic model that reflects migration processes and the impact of the attractiveness of regions on migration flows.

Ключевые слова: миграция; миграционная привлекательность; кластерный анализ; имитационное моделирование.

Keywords: migration; subjects of Russia; cluster analysis; simulation modeling.

Актуальность изучения миграции объясняется усилением роли миграционного фактора в социально-экономическом развитии территорий, необходимостью регулирования и установления контроля над миграционными потоками в долгосрочной перспективе в целях обеспечения социально-эко-

номической безопасности России и ее регионов. Неравномерность распределения мигрантов по территории страны, фиксируемая на протяжении достаточно длительного периода, влияет на рынки труда и экономику регионов: отток трудовых ресурсов из субъектов во многом приводит к нехватке рабочей силы.

Сложное мультирегиональное миграционное пространство России актуализирует задачу выявления его композиционной структуры. Один из возможных способов структурирования – метод кластеризации регионов на базе комплекса миграционных характеристик. Для оценки миграционной привлекательности субъектов России и ее изменения с течением времени целесообразно использовать статистические показатели, характеризующие текущую миграцию. В качестве таких показателей были использованы коэффициенты выбытия и прибытия. Оценивался общий миграционный поток, включающий в себя как внутреннюю, так и международную миграцию. Анализ был проведен по данным 2011, 2019 и 2022 годов. В таблице 1 представлено сравнение средних значений показателей по кластерам в рассматриваемые годы наблюдений.

Таблица 1 – Сравнение средних значений показателей по кластерам в разные годы

	Коэффициент выбытия, %			Коэффициент прибытия, %		
	2011 г.	2019 г.	2022 г.	2011 г.	2019 г.	2022 г.
<i>Кластер 1</i>	0,969	2,582	2,349	0,958	2,546	2,186
<i>Кластер 2</i>	2,652	3,786	3,465	2,760	3,954	3,240
<i>Кластер 3</i>	3,865	5,561	4,723	6,228	5,564	4,738

Кластеризация была проведена методом К-средних. Оптимальным оказалось выделение трех кластеров. В кластер 1 в каждый период наблюдения были распределены субъекты с наименьшими значениями обоих коэффициентов миграции. Эти субъекты обладают наиболее низким уровнем не только миграционной привлекательности, но и миграционной активности в целом: относительно небольшое количество людей приезжает в данные регионы, но при этом и лишь достаточно малая часть населения покидает их. Кластер 3 отражает обратную ситуацию – в него попали наиболее привлекательные для миграции субъекты. Только этот кластер в каждый год наблюдения в среднем показал положительное значение миграционного сальдо. Однако стоит отметить, что, несмотря на наибольшее значение коэффициента прибытия данного кластера по сравнению с остальными, он также отметился и наибольшим значением коэффициента выбытия. Наконец, в кластер 2 были распределены субъекты, показавшие средние значе-

ния коэффициентов относительно других регионов. Это субъекты, чья миграционная привлекательность оказалась не на самом высоком уровне, но при этом однозначно назвать их непривлекательными для мигрантов будет некорректно.

Наиболее высокий уровень миграционной мобильности за рассматриваемый период был отмечен в 2019 году, причем он значительно вырос по сравнению с 2011 годом. Однако в следующий период наблюдения миграционная активность показала некоторый спад, который можно связать с последствиями пандемии COVID-19. За рассматриваемый период расширился с 5 до 18 субъектов кластер 3, объединивший регионы с наиболее высоким уровнем миграционной активности. Кластер 1, напротив, уменьшился в численности с 50 субъектов в 2011 году до 38 в последующие два года наблюдений. Таким образом, на фоне общего снижения миграционной мобильности число субъектов, обладающих относительно высокой миграционной активностью, выросло.

В 2019 году по сравнению с 2011 годом состав кластеров изменился значительно. Средние значения наименее активного в миграционном плане кластера 1 выросли более чем в 2 раза. В 2011 году в данный кластер входили 58 субъектов, в 2019 – 38, из них 20 сохранили свое положение, например, Астраханская, Брянская и Владимирская области, Чеченская и Удмуртская республики. В 2011 году 5 субъектов показали наибольшие значения обоих коэффициентов (кластер 3), причем средний коэффициент прибытия превысил средний коэффициент выбытия более чем в полтора раза. К 2019 году состав соответствующего кластера полностью обновился, в то время как показатели практически сравнялись между собой – коэффициент выбытия значительно вырос, а коэффициент прибытия несколько снизился. В 2019 году в данный кластер вошли Камчатский край, Ленинградская область и еще 7 субъектов, каждый из которых в 2011 году входил в состав наименее активного в миграционном плане кластера.

Проводя аналогичное сравнение по результатам кластеризации данных 2019 и 2022 годов, можно сказать, что кластерное разбиение оказалось относительно более устойчивым. Кластер с наименьшими показателями миграционного оборота (кластер 1) по-прежнему включает в себя 38 субъектов, но Тульскую и Ивановскую области, а также Еврейский АО в его составе сменили Воронежская, Тамбовская и Липецкая области. Список наиболее активных в миграционном плане субъектов расширился и к 2022 году включал в себя не 9, а 18 субъектов (кластер 3). Если говорить о его составе, можно отметить, что Псковская область покинула данный кластер, а среди его новых членов, оказались, например, Севастополь и Калининградская область.

В целом стоит отметить, что число субъектов, характеризующихся положительным относительным миграционным сальдо, значительно снизилось в последние несколько лет. Если в 2011 году таких субъектов было 40,

а в 2019 – 39 (с учетом включения в состав РФ Республики Крым и города Севастополь), в 2022 году их количество снизилось до 20. Согласно результатам анализа данных миграционной статистики, количество привлекательных для мигрантов регионов в нашей стране достаточно ограничено. Их состав с годами изменился незначительно. При этом гораздо большая часть субъектов обладает низким уровнем миграционной привлекательности. Если говорить о географии отмеченного дисбаланса, более привлекательными считаются субъекты европейской части России, за исключением республик Северо-Кавказского федерального округа, в то время как субъекты азиатской части страны оказались непривлекательными в миграционном плане.

На миграционную привлекательность территорий влияние оказывает целый комплекс различных факторов. В основе решения потенциального мигранта о возможном переезде в конечном счете лежит привлекательность условий в месте будущего проживания. Одним из ключевых факторов, влияющих на уровень привлекательности региона, является заработная плата. Разумным выглядит предположение, что значительная часть мигрантов при выборе региона миграции опирается именно на потенциальный уровень заработка. Для проверки данной гипотезы была проведена кластеризация субъектов по размеру среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в 2022 году. Было выделено 3 кластера субъектов с наиболее высоким, наиболее низким и, соответственно, средним уровнем заработной платы.

Полученные результаты были наложены на описанные ранее результаты кластеризации по миграционным характеристикам за аналогичный период. Так 28 из 38 субъектов с наименьшим уровнем миграционной мобильности вошли в кластер с наиболее низким уровнем заработной платы. Среди них оказались, например, Ставропольский край, Тамбовская область и Удмуртская Республика. Пять из 18 наиболее привлекательных для миграции субъектов (Камчатский край, Магаданская область, Мурманская область, Республика Саха, Сахалинская область) оказались в то же время в числе 11 регионов с наиболее высоким уровнем заработной платы. Десять из 28 «средних» в плане миграционной мобильности субъектов попали в аналогичный кластер при кластеризации по уровню заработной платы. Исходя из описанных результатов, заявленная гипотеза была принята.

Для отражения влияния уровня заработной платы на миграционные потоки в программе AnyLogic была реализована системно-динамическая модель [1, с. 143]. Рассматриваются два региона притяжения (J_1 и J_2) и один регион отправления мигрантов (I). Численность мигрантов из региона происхождения i в регионе притяжения j в момент времени t обозначена как

$x_{ij}(t)$. Индивид принимает решение о переезде, если заработная плата в регионе притяжения (w_j) оказывается выше, чем заработная плата в регионе отправления (w_i). Однако он будет стремиться не только к максимизации ожидаемого дохода, но и к минимизации прямых издержек переезда: при прочих равных условиях из множества потенциальных регионов миграции индивид выбирает ближайший. Влияние данного фактора обозначено через параметр r_j . Суммарный поток мигрантов из региона отправления ограничен числом потенциальных мигрантов M . Чтобы отразить влияние неучтенных в модели факторов, главным образом неэкономических, на склонность к миграции, также был введен параметр α . Работа данной модели описывается системой уравнений (1):

$$\begin{cases} \frac{\partial I(t)}{\partial t} = -x_{ij1}(t) - x_{ij2}(t) \\ \frac{\partial J_1(t)}{\partial t} = x_{ij1}(t) \\ \frac{\partial J_2(t)}{\partial t} = x_{ij2}(t) \end{cases}, \quad (1)$$

где потоки мигрантов определяются по формулам (2):

$$\begin{cases} x_{ij1}(t) = \frac{\alpha * (w_{j1} - w_i) * M}{r_1} \\ x_{ij2}(t) = \frac{\alpha * (w_{j2} - w_i) * M}{r_2} \end{cases} \quad (2)$$

В результате притока мигрантов в регионах притяжения будет расти предложение на рынке труда, что приводит к снижению вероятности трудоустройства мигранта r_j . Данная вероятность связана с численностью занятых и безработных в данном регионе, а также числом вакансий. В свою очередь снижение вероятности трудоустройства мигранта приведет к росту конкуренции на рынке труда и, следовательно, к снижению уровня заработной платы мигрантов. Для региона отправления ситуация обратна. По результатам проведения имитационных экспериментов было отмечено, что вследствие оттока мигрантов размер заработной платы в регионе отправления I через некоторое время работы модели начинает превышать размер заработной платы в регионе $J2$. Данное явление сопровождается отрицательным потоком x_{ij2} – мигранты начинают возвращаться домой.

Данная модель может быть использована для анализа миграционных процессов. Она позволяет рассматривать различные миграционные сценарии и оценивать последствия принятия тех или иных управленческих решений на уровне регионов. Варьируя параметры модели, можно отслеживать эффект от воздействия соответствующих факторов на интенсивность потоков мигрантов и динамику изменения размеров заработной платы. Для анализа миграционных процессов и оценки их последствий разумно использовать математический инструментарий. Применение технологий имитационного моделирования позволяет комплексно и разнопланово оценивать влияние различных факторов на динамику миграционных потоков. В дальнейшем планируется продолжение исследования миграционной ситуации в России, анализ влияния экономического и социального уровня развития субъектов на объем и направление миграционных потоков, а также разработка и реализация других видов математических моделей.

Список использованных источников:

1. Васильева А.В. Динамическая модель трудовой миграции: построение и реализация // А. В. Васильева, А. А. Тарасьев // Экономика региона. – 2012. – № 4. – С. 140–148.

УДК 323.21

Комаров Данила Андреевич
Komarov Danila Andreevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственное и муниципальное управление»

Master program “State and municipal administration”

e-mail: k0marov@proton.me

**СТРАТЕГИИ, ТЕХНОЛОГИИ И МЕХАНИЗМЫ
РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ**

**STRATEGIES, TECHNOLOGIES AND MECHANISMS
FOR IMPLEMENTING YOUTH POLICY IN THE REGION**

Аннотация: в данной статье рассмотрены аспекты развития молодежной политики в регионах, выделены ключевые события в этой области. Проанализированы направления развития, нормативно-правовая база.

Abstract: This article examines aspects of the development of youth policy in the regions, highlights key events in this area. The directions of development and the regulatory framework are analyzed.

Ключевые слова: молодёжная политика, реализация молодёжной политики, регионы России.

Keywords: youth policy, implementation of youth policy, regions of Russia.

В течение многих лет в нашей стране разрабатывалась и внедрялась полноценная система по реализации молодёжной политики, которая стремилась обеспечить должное исполнение принятых решений не только на федеральном, но и региональном уровне. Это в первую очередь связано с тем, что качественная реализация молодёжной политики на уровне регионов является особенно важной, ведь при этом следует учитывать имеющуюся специфику и потребности молодежи в каждом из конкретных субъектов РФ.

Основным правовым документом, который определяет стратегию в области работы с молодыми людьми, является Федеральный закон «О молодёжной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 №489-ФЗ. В роль данного документа входит прочное закрепление основополагающих целей, фундаментальных по своей роли принципов и первостепенных аспектов в рассматриваемой сфере. Дополнительно, указанный нормативно-правовой акт фиксирует обязанности государственных органов на федеральном уровне и органов власти субъектов Российской Федерации в области молодёжной политики [1].

В результате мы видим закрепление принципа системного взаимодействия между федеральным центром и регионами в сфере разработки и реализации соответствующих мероприятий, направленность которых связана с поддержкой и развитием молодых людей. Важным аспектом в данном случае является правильная координация действий в решении актуальных проблем, которые стоят перед молодым поколением, ведь только при таком подходе можно обеспечить благоприятную среду для их личностного роста и дальнейшей самореализации. Такая система распределения полномочий способствует эффективному распределению имеющихся ресурсов и оптимизации процессов в сфере проводимой политики. Правовую основу в рассматриваемой сфере составляют также иные федеральные законы, указы Президента РФ. Все они способствуют планомерной выработке всё более новых механизмов и инструментов с целью обеспечения развивающихся интересов молодежи. На региональном уровне правовое регулирование реализации различных аспектов государственной политики относительно молодежи играет ключевую роль в формировании комфортной среды для молодых людей. Под этим подразумевается разработка и реализация нормативных актов субъектов РФ, направленных на всестороннюю поддержку молодёжи. По мнению автора, целесообразно выделить три группы нормативно-правовых актов,

представленных на рисунке 1. Здесь же приведены примеры региональных документов по каждой из указанных групп в сфере молодёжной политики.

Довольно существенное значение в сфере региональной политики относительно молодежи занимает приказ Росмолодежи от 13.05.2016 №167 «Об утверждении Методических рекомендаций по организации работы органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, реализующих государственную молодежную политику» [3].



Рисунок 1 – Основные группы нормативно-правовых документов в данной сфере с примерами

Приведённые выше методические рекомендации являют собой значимый инструмент для продуктивного сотрудничества региональных и муниципальных властей в рассматриваемой сфере. Этот документ способствует стандартизации подходов к работе с молодежью, что в свою очередь повышает эффективность осуществляемых инициатив. Посредством наличия понятных рекомендаций и процедур, в рамках регионов повышается грамотность общего подхода к реализации политики в данной сфере, но при этом адаптировать проводимые меры учитывая имеющуюся специфику в каждом конкретном субъекте РФ.

Позитивной информацией является то, что в большинстве регионов РФ уже образованы специальные ведомства по молодежной политике. Об этом заявила заместитель Председателя Совета Федерации Инна Юрьевна Святенко в рамках встречи сенаторов с участием руководителя Федерального агентства по делам молодежи Ксенией Денисовной Разуваевой. По её словам, закон о молодежи стал импульсом для дальнейшей корректировки региональных правовых актов [4]. К примеру, в Санкт-Петербурге Комитет по молодежной политике успешно функционирует с 16 июля 2001 года.

Необходимо подчеркнуть, что в соответствии с указаниями главы государства молодежная тематика проявилась и в рамках большого количества национальных проектов. К значимому ряду таких примеров относится Федеральный проект «Развитие системы поддержки молодежи ("Молодежь России")». Он в свою очередь призван обеспечить формирование всех необходимых условий с целью полноценной самореализации молодых людей, при осуществлении намеченного проекта также будут предприняты действия в рамках увеличения уровня участия молодежи в соответствующих мероприятиях, что позволит повысить показатель информированности. Кроме того, в рамках региональной политики является интересной и актуальной образовательная программа “Импульс”, которая направлена на формирование необходимых компетенций в вопросах развития регионально молодежной политики в субъектах Российской Федерации [5].

Крайне важное место в молодёжной политике регионов занимает Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь). Об этом может свидетельствовать проведение в конце прошлого года всероссийского методического семинара для региональных специалистов по работе с молодежью. В ходе семинара обсуждались следующие актуальные темы:

- клиентоцентричность в реализации молодежной политики;
- повышение оценки эффективности деятельности органов и учреждений молодежной политики;
- расширение горизонтальных связей между регионами.

Однако конечной целью проведения таких мероприятий является обмен опытом между регионами, что является очень важным и фундаментальным инструментом, который позволяет извлекать положительный опыт и тем самым улучшать свои молодежные программы [8]. Следует упомянуть и о том, что с каждым годом предпринимаются попытки совершенствования нормативной базы проводимой политики в области молодежи. Это применимо и к федеральному закону от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [2].

В конце прошлого года был поднят вопрос о том, что в данный закон требуется внести определённые поправки, ведь в части работы с молодежью там написана всего лишь одна фраза – муниципальные органы власти могут проводить мероприятия по работе с молодёжью. Председатель Комитета по молодежной политике Артем Павлович Метелев отмечает, что такая деятельность простирается на различные аспекты жизни молодежи и является чем-то большим, чем просто осуществление запланированных ме-

роприятий. Следовательно, требуется постепенное расширение возможностей местных властей, вовлекая последних напрямую в реализацию большинства намеченных ранее направлений молодежной политики, а также активнее осуществлять муниципальные программы с учётом существующей специфики конкретного региона [6].

Таким образом, благодаря постоянному совершенствованию законодательства в сфере молодежной политики, применению эффективных механизмов её реализации и проведению профильных мероприятий для региональных специалистов, в нашей стране выстроена полноценная система молодежной политики. Единая цель, которой – быть ориентированной на реальные потребности молодежи, обладать необходимой гибкостью и иметь все требуемые механизмы для её эффективной реализации. Однако, несмотря на значительные достижения, следует признать, что в системе молодежной политики все еще имеются ряд проблем, которые требуют дальнейшего внимания и корректировок. Необходимо придерживаться намеченных путей развития и не останавливаться на достигнутом, проводить работу над совершенствованием проводимой политики в целом.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 №489-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/573248507> (дата обращения: 22.04.2024).
2. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 №131-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/901876063> (дата обращения: 22.04.2024).
3. Приказ Росмолодежи от 13.05.2016 №167 «Об утверждении Методических рекомендаций по организации работы органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления, реализующих государственную молодежную политику» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/420360066> (дата обращения: 23.04.2024).
4. Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://council.gov.ru/events/news/150577/> (дата обращения: 23.04.2024).
5. Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российский центр гражданского и патриотического воспитания детей и молодежи» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rospatriotcentr.ru/education/> (дата обращения: 24.04.2024).
6. Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://myrosmol.ru/measures/view/140644> (дата обращения: 24.04.2024).
7. Громов, Д.О. Государственная молодежная политика в Российской Федерации и субъектах РФ (на примере Пензенской области) // Вестник Пензенского государственного университета. – 2024. – №1(45). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=64228046> (дата обращения: 22.04.2024).

Кораблев Максим Алексеевич
Korablev Maksim Alekseevich
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международный бизнес»
Master program "International Business"
e-mail: korablev123456789@mail.ru

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РОБОТОТЕХНИКИ: ТРЕНДЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ВОЗМОЖНОСТИ

ANALYSIS OF THE RUSSIAN ROBOTICS MARKET: TRENDS, PROSPECTS, OPPORTUNITIES

Аннотация: в статье приводится краткое описание мирового рынка робототехники, рассматривается его структура, определяются ключевые тенденции. На основе полученных данных производится сравнительный анализ с российским рынком с целью выявить основные отличия, а также оценить его текущее состояние и возможные направления развития.

Abstract: The article provides a brief description of the global robotics market, examines its structure, and identifies key trends. Based on the obtained data, a comparative analysis with the Russian market is carried out in order to identify the main differences, as well as assess its current state and possible directions for development.

Ключевые слова: Промышленный робот, плотность роботизации, вендор, системный интегратор.

Keywords: Industrial robot, robotization density, vendor, system integrator.

Культура потребления в современном мире привела к ситуации, при которой производственные компании существуют в условия жесткой конкуренции за внимание покупателей. Благодаря развитию сервисов электронной коммерции за последние несколько десятилетий, спрос на повседневно используемые продукты и товары широкого потребления многократно возрос. При этом производители постоянно сталкиваются с несколькими проблемами, каждая из которых требует пристального внимания. Среди них можно выделить следующие основные категории:

- Увеличение производительности;

Компании вынуждены искать внутренние ресурсы для наращивания мощностей, например, для выхода на новые рынки или охвата дополнительной аудитории.

- Снижение затрат;

Важным параметром, несомненно, является стоимость товара, складывающаяся из себестоимости и наценки. Производители, чтобы оставаться

конкурентными, прилагают большие усилия для создания возможностей по сокращению лишних издержек или оптимизации существующих процессов.

- Улучшение качества;

Проблема качества является одним из главных параметров, так как зачастую играет решающую роль для клиента при совершении выбора.

- Безопасность;

Современные производственные площадки содержат сразу несколько опасностей для человека, начиная от монотонной работы, заканчивая чрезмерными нагрузками.

- Повышение конкурентоспособности.

Для того, чтобы эффективно вести бизнес и оставаться конкурентными, предприятия вынуждены инициировать программы всесторонние программы развития для сбалансированного роста. Все перечисленные выше задачи успешно позволяет решить роботизация производственных процессов. Именно поэтому согласно официальной статистике из года в год количество устанавливаемых промышленных роботов-манипуляторов стабильно растет.

На сегодняшний день в мире интегрированы и работают около 4 миллионов промышленных роботов, при этом средний ежегодный темп прироста за 2012-2022 годы составил 10,85% [1]. Основная доля устанавливаемых единиц оборудования приходится на развитые и развивающиеся страны. Для сравнения уровня автоматизации каждой страны по отдельности обычно рассматривается такой показатель как Плотность роботизации. Для этого рассчитывается какое количество работающих роботов приходится на 10 тысяч работников. Результаты вычисления этой величины для мировых лидеров приведены на Рисунке 1.

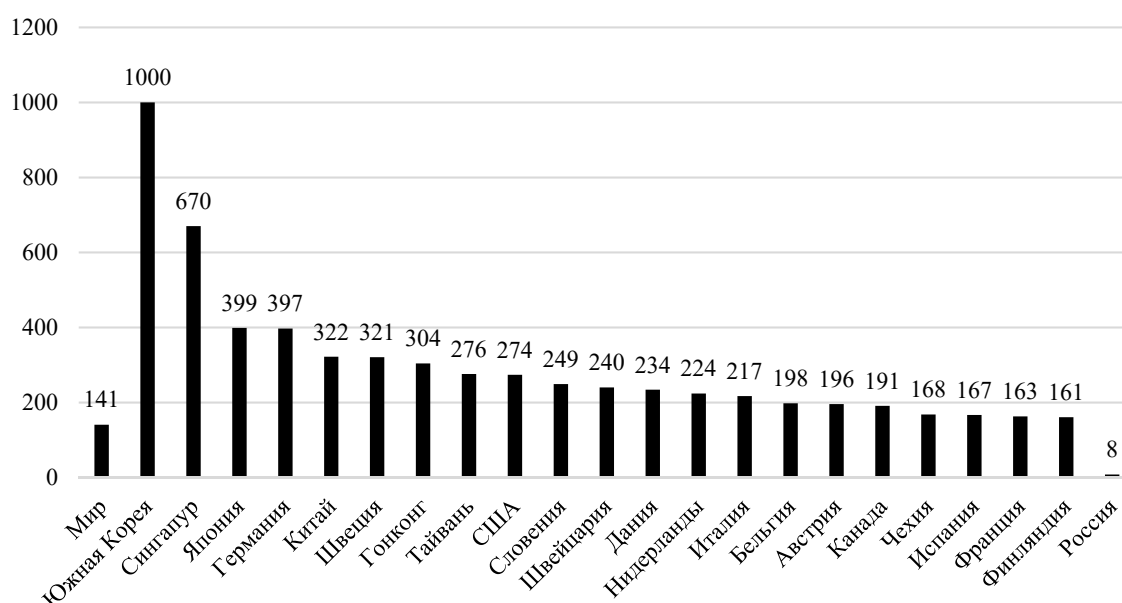


Рисунок 1 – Плотность роботизации

Данный показатель особенно интересен, так как имеет значимую корреляцию с величиной внутреннего валового продукта, а значит можно сделать вывод о его непосредственном влиянии на ВВП страны. Как можно заметить, уровень плотности роботизации в России в 17,6 раза ниже среднемирового показателя. Это означает, что на отечественных предприятиях автоматизирована лишь малая доля процессов, а большинство операций по-прежнему зависит от ручного труда. Это создает ряд производственных ограничений и не позволяет российским компаниям выйти на качественно новый уровень.

Однако, если рассмотреть данную ситуацию с другой стороны, становится очевидно, что российский рынок – это перспективный сегмент для организаций, которые занимаются внедрением роботизированного оборудования в производственные процессы. Такие организации называют Системными интеграторами. Зачастую, системный интегратор работает с 1-3 производителями или вендорами промышленных роботов и фокусируется на их продуктовой линейке.

Стоит отметить, что некоторые манипуляторы применяются для определенных, ограниченных операций, поэтому необходимо понимать структуру рынка в области распределения существующих задач для корректного выбора вендора-партнера и позиционирования собственного бренда на рынке.

Национальная Ассоциация Участников Рынка Робототехники приводит следующие статистические данные, указанные на Рисунке 2.



Рисунок 2 – Использование роботов в производстве [3]

Можно заметить, что наиболее частой операцией, для автоматизации которой задействуют промышленных роботов, является перемещение, однако стоит понимать, что данная категория объединяет такие популярные

операции как паллетирование, обслуживание конвейеров, загрузка и выгрузка деталей из станков и прочие. Таким образом, можно выделить явный тренд, как на мировом, так и на российском рынке, демонстрирующий абсолютное превосходство частоты использования роботов на сварочных операциях, по отношению ко всем остальным.

Следующим важным параметром, требующим рассмотрения, является динамика изменения годовой величины установленных роботов в России. За последние 6 лет среднее количество новых единиц оборудования составило 1242 штуки [2]. При этом средний ежегодный прирост составлял 20% и рынок показывал положительную динамику каждый год, кроме 2020 и 2022, каждый из которых был ознаменован сильными социальными и внешнеэкономическими потрясениями. Стоит также отметить, что в каждом следующем за «кризисным» году количество установленных роботов восстанавливалось и превосходило показатели двухлетней давности. Собранные данные свидетельствуют о стабильности рынка и позволяет пренебречь пиковыми значениями статистически незначимых выбросов.

Эти данные подтверждаются также показателями выручки компаний-интеграторов – доля выручки от интеграции РТК в совокупном показателе выручки компаний-участников сбора данных выросла с 11,33% в 2021 г. до 17,33% в 2022 г [3]. Для эффективного позиционирования продукта компаниям-интеграторам необходимо понимание структуры российского рынка робототехники с точки зрения присутствия сильных игроков и уровня конкуренции.

По данным нескольких крупнейших интеграторов за 2023 год 42% установленных манипуляторов приходится на продукцию компании KUKA AG. При этом общая доля четырех мировых лидеров по производству и интеграции роботов находится на уровне 70%. Оставшуюся треть рынка делят между собой 28 других брендов.

На основании проведенного исследования могут быть сделаны несколько основных выводов:

- российский рынок робототехники является стабильным и растущим;
- за последний год на рынке появилось несколько десятков новых брендов;
- на сегодняшний день практически отсутствуют крупные игроки, компании разрознены.

Таким образом, можно заключить, что текущая среда и ситуация на рынке являются благоприятной для выхода на него крупных иностранных компаний появления новых представительств производителей промышленных роботов.

Список использованных источников:

1. Müller, Christopher: World Robotics 2023 – Industrial Robots, IFR Statistical Department, VDMA Services GmbH, Frankfurt am Main, Germany, 2023. – Vol. 1. – № 1. – P. 395–406.
2. Промышленные роботы в России, Tadviser [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/a/496163> (дата обращения 15.04.2024 г.)
3. Мудрова О., Дёмкина Е., Шитикова А. Анализ рынка интеграторов РТК России, НАУРР [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://robotunion.ru/56integ> (дата обращения 15.04.2024 г.)

УДК 332.1

Коробкова Ольга Дмитриевна

Korobkova Olga Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»

Master program “Project management and quality management”

e-mail: timoteya@bk.ru

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ESG-ПРОЕКТАХ

OPPORTUNITIES FOR INTERNATIONAL INTEGRATION IN ESG PROJECTS

Аннотация: в статье рассматриваются актуальные возможности для международной интеграции в области ESG-проектов между Саудовской Аравией, ОАЭ и Российской Федерацией в рамках совместного плана действий на 2023-2028 гг. Рассмотрены основные аспекты формирования ESG-повестки на Ближнем Востоке и проекты, реализуемые Саудовской Аравией и ОАЭ.

Abstract: the article discusses current opportunities for international integration in the field of ESG projects between Saudi Arabia, UAE and Russian Federation within the framework of a joint action plan for 2023-2028. The main aspects of the formation of the ESG agenda in the Middle East and projects implemented by Saudi Arabia and UAE are considered.

Ключевые слова: ESG, Саудовская Аравия, ОАЭ, Россия, ESG-проекты.

Keywords: ESG, Saudi Arabia, UAE, Russia, ESG projects.

На сегодняшний день в мире существует глобальный тренд к устойчивости, объединяющий в себе экологическую и социальную ответственность, а также корпоративное управление. В контексте международной интеграции ориентация на восток становится важным вызовом времени.

Страны региона переживают быстрое экономическое развитие, становясь ключевыми участниками на мировой арене и лидируют в области экологически устойчивого развития.

Немаловажным стратегическим партнерством для Российской Федерации в данной области является сотрудничество с Советом сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ). 10 июля 2023 года был принят совместный план действий на 2023–2028 гг., который направлен на укрепление двусторонней политической координации, а также развитие торговли и инвестиций. Также была подчеркнута актуальность взаимодействия в решении таких проблем, как изменение климата, сохранение природных ресурсов и сотрудничество в области ядерной энергетики и возобновляемых источников энергии. Описанные в программе направления сотрудничества могут оказать значительное влияние на развитие взаимоотношений в области ESG-проектов [2].

В странах Персидского залива Саудовская Аравия и ОАЭ являются наиболее развитыми, где повестка устойчивого развития находится на этапе активного внедрения. Сегодня страны сталкиваются с такими вызовами, как деградация почвы, зависимость от нефтяного сектора, социальное неравенство и на этом фоне стремление к устойчивому развитию становится все более насущной потребностью. Также эти страны являются близкими партнерами Российской Федерации, благодаря чему исследование их опыта и интеграция могут способствовать развитию взаимовыгодных отношений в ESG-практике.

Хотя ESG-повестка в Саудовской Аравии и ОАЭ начала формироваться относительно недавно, за такой небольшой срок страны добились больших результатов. Связано это в первую очередь с тем, что в государственных программах и национальной повестке особое внимание уделяется ESG-отчетности. Страны выдвигают амбициозные инициативы, направленные на диверсификацию экономики, особенно стоит выделить инициативу Saudi Vision 2030, UAE Vision 2030, Зеленый Ближний Восток, а также инициативы Глобального рынка Абу-Даби и Саудовской биржи по внедрению устойчивого финансирования и повышению осведомленности об ESG.

Большим шагом для развития ESG-повестки на Ближнем Востоке стала предложенная ОАЭ и Саудовской Аравией на COP-28 Хартия по декарбонизации нефти и газа. Документ направлен на ускорение действий в климатической повестке нефтегазовым сектором, а подписавшие его обязуются сократить нетто-выбросы углекислого газа до нуля к 2050 году и метана почти до нуля к 2030. Инициативу поддержали такие крупные нефтегазовые компании региона, как ADNOC, SNOC, Saudi Aramco, Petroleum Development Oman [1].

Исходя из вышесказанного, можно резюмировать, что государства прилагают большие усилия для повышения осведомленности об ESG среди

компаний. Данные усилия отражают глобальную тенденцию к переходу к более устойчивой и ответственной экономике, где учет факторов ESG становится неотъемлемой частью корпоративной деятельности (рис. 1).

Согласно опросу FAB (Первый банк Абу-Даби), в котором большую часть респондентов составили компании ОАЭ и Саудовской Аравии, можно заметить, что чуть менее половины (49%) заявили, что используют в своей работе смешанную стратегию, опираясь как на принципы ESG, так и на национальную стратегию развития и следуя международным стандартам.

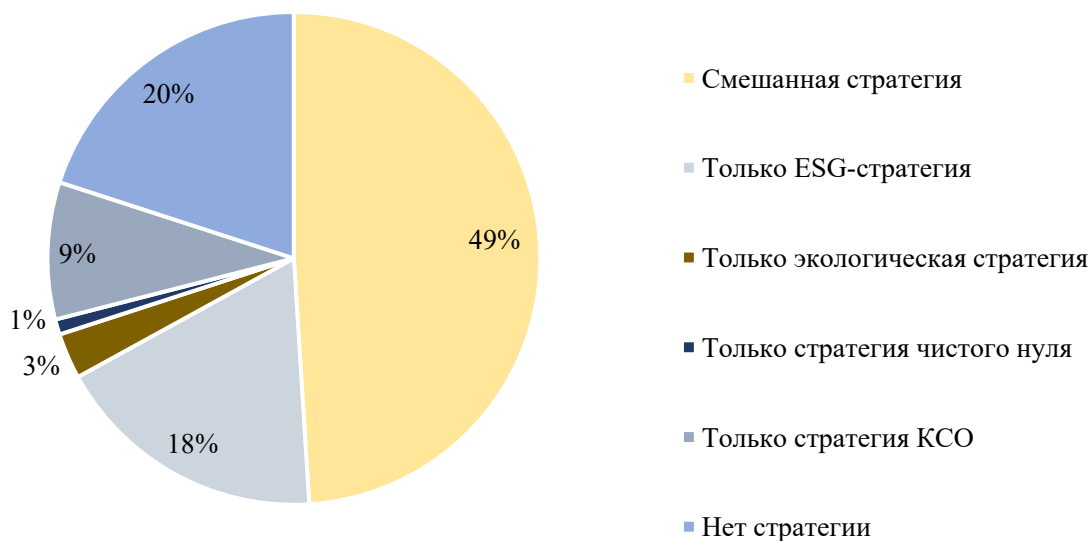


Рисунок 1 – Использование устойчивых стратегий в компаниях стран ССАГПЗ в 2023 году (составлено автором на основе источника [4])

Крупные компании, малый и средний бизнес, стартапы стремятся внедрять в свою деятельность принципы устойчивого развития. Несомненно, финансовая обеспеченность также играет большую роль, так как многие государственные и частные инициативы предлагают финансирование для данных проектов. Согласно отчету PwC, наиболее прогрессивными странами в устойчивом финансировании являются Саудовская Аравия и ОАЭ, где на сегодняшний день реализовано большое количество программ в разных областях и некоторые находятся в разработке [5].

На сегодняшний день Суверенный фонд Саудовской Аравии (PIF) инвестирует в 5 гига-проектов, которые призваны стимулировать экономику. Проекты предполагают развитие регенеративного туризма, увеличение доли домовладения в стране, создание туристической дестинации на территории объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО – района Ат-Тураифе, а также строительство города вблизи международных рынков и торговых путей. Все проекты придерживаются принципов «зеленого» строительства и

экологичности, а также обеспечивают потребность в электроэнергии с помощью ВИЭ [3].

Система ESG ОАЭ поддерживается значительными инвестициями в ВИЭ и зеленые технологии. Наиболее известным проектом является крупнейший в мире солнечный парк по концентрированной солнечной энергии имени Мохаммеда бен Рашида Аль Мактума в Дубае. Также по указанию президента был запущен ветроэнергетический проект, демонстрирующий новейшие технологии и инновации для улавливания низких скоростей ветра в коммунальных масштабах. Этот проект знаменует собой дебют экономически эффективной, крупномасштабной ветровой энергетики в электросети страны. Также сегодня реализуется инициатива, которая предполагает возведение города, полностью обеспечиваемого ВИЭ, а также системой полной переработки отходов городской деятельности. Населить город планируют учеными, работающими над высокотехнологичными зелеными проектами. В связи с геополитическими событиями, которые повлияли на российскую экономику и компании, развитие ESG замедлилось и переживает новый этап становления. На основе вышеперечисленных проектов, предлагается рассмотреть возможности для интеграции.

Для более четкого понимания характера ESG в России властям необходимо закрепить на государственном уровне понятие устойчивого развития, а именно внести данные принципы в государственную повестку, дать обозначение ESG-рисков и основные меры их контроля. На основе зарубежного опыта предполагается создание национальных стандартов и сертификации.

Отсюда вытекает следующее: комплексное государственное регулирование поспособствует развитию ESG-банкинга. Рассматривая опыт ближневосточных стран, можно сказать, что сотрудничество со специалистами в данной области поможет увеличить выпуск «зеленых» облигаций и развивать систему устойчивого финансирования. ESG-проекты на сегодняшний день являются финансово затратными и многие компании отказываются от подобных проектов. Учреждение «зеленого» государственного или частного фонда позволит централизовать инвестиции в устойчивые проекты.

Еще одной мерой поддержки может послужить снижение налоговой нагрузки для частных инвесторов, которые вкладывают средства в устойчивые проекты. В свою очередь, это позволит привлечь дополнительные инвестиции и внимание консервативных инвесторов к проектам, которые связаны с ESG. Также, интеграция может быть рассмотрена в развитии туризма и курортного отдыха в таких направлениях, как Черноморское побережье, озеро Байкал и Горный Алтай. Данные туристические направления являются наиболее популярными в стране и образование туристических де-

стиаций и развитие инфраструктуры благоприятно скажется на экономическом развитии регионов. Опыт Персидских стран сегодня уже применяется в развитии городской инфраструктуры России. Так, совместно с ближневосточными партнерами был построен проспект Багратиона в Москве. Более активное сотрудничество в данной сфере может поспособствовать развитию населенных пунктов и городов России, например, с помощью Российского фонда прямых иностранных инвестиций. На сегодняшний день Фонд реализовал совместно с саудовскими партнерами более 40 совместных проектов.

Многие проекты Саудовской Аравии и ОАЭ основаны на использовании ВИЭ. Так, предлагается развитие проектов по строительству солнечных парков. Создание солнечных плантаций, как например в ОАЭ не целесообразно в связи с большими различиями в погодных условиях и количеством солнечных дней в году даже в южных регионах. Тем не менее, например, в Алтайском крае, Иркутской области, Хабаровском крае и Бурятии среднегодовые показатели солнечного света больше, чем на остальной территории России. Можно интегрировать солнечные станции или парки в городскую среду или туристические центры. Подводя итог, можно сказать, что в рамках совместного плана действий существует множество перспектив совместной интеграции на территории Российской Федерации. На сегодняшний день правительствами созданы все условия для сотрудничества и обмена опытом между странами для роста инноваций и развития устойчивой экономики. Перенимая опыт стран-партнеров, российские компании могут эффективно внедрять передовые технологии и методы управления проектами в сфере ESG, при этом укрепляя взаимоотношения между странами и предоставлять возможности для достижения общих целей.

Список использованных источников:

1. Мировые нефтекомпании подписали Хартию о декарбонизации, в т.ч. «Лукойл» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://burneft.ru/main/news/55195> (дата обращения 02.04.2024).
2. Совместное заявление по итогам шестого министерского заседания стратегического диалога Россия – ССАГПЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://mid.ru/ru/foreign_policy/rso/sovet-sotrudnicestva-arabskih-gosudarstv-persidskogo-zaliva-ssagpz-/1896567/ (дата обращения 01.04.2024).
3. Our Portfolio [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pif.gov.sa/en/our-investments/our-portfolio> (дата обращения 05.04.2024 г.)
4. GCC advancing on ESG, but much work still needs to be done [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.consultancy-me.com/news/7331/gcc-advancing-on-esg-but-much-work-still-needs-to-be-done> (дата обращения 03.04.2024).
5. Opportunities for the GCC to strengthen the sustainable finance ecosystem. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pwc.com/m1/en/publications/documents/opportunities-for-the-gcc-to-strengthen-the-sustainable-finance-ecosystem.pdf> (дата обращения 03.04.2024).

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

FACTORS OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE NOVGOROD REGION

Аннотация: в статье проводится анализ современного состояния туризма в Новгородской области. Рассматриваются меры, принятые государственными органами для развития отрасли. А также рассматриваются факторы, способствующие развитию туризма в регионе.

Abstract: The article analyzes the current state of tourism in the Novgorod region. The measures taken by government agencies for the development of the industry are being considered. The factors contributing to the development of tourism in the region are also considered.

Ключевые слова: туризм в Новгородской области, туризм, факторы развития туризма, туристический потенциал.

Keywords: tourism in Novgorod region, tourism, factors of tourism development, tourism potential.

В государственной программе «Обеспечение экономического развития Новгородской области на 2019 – 2025 годы», утвержденной Постановлением правительства Новгородской области № 235 (от 24 июня 2019 года), сфера туризма признана одной из приоритетных отраслей. Для ее реализации выделена подпрограмма «Развитие туристского потенциала Новгородской области». Основной задачей подпрограммы является обеспечение развития туристского потенциала региона за счет формирования туристской инфраструктуры, активизации продвижения региональных туристских продуктов, повышение качества туристских услуг. Подпрограмма финансируется за счет средств федерального и областного бюджета. С 2020 года по 2023 год в рамках подпрограммы всего было реализовано 1 515 426, 93 млн рублей.

Современное состояние и анализ развития туризма в Новгородской области. Согласно информации Федеральной службы государственной статистики по состоянию на декабрь 2023 года туристская отрасль Новгородской области характеризуется следующими показателями: количество коллективных средств размещения – 147, общий номерной фонд составляет 11 045 мест, объем платных туристских и гостиничных услуг в общем объеме платных услуг, оказываемых населению, – 10263,0 миллионов

рублей. Туристский поток в Новгородскую область составил в 2022 году – 1 375 624 поездок, в 2023 году – 2 212 971 поездок, в 2024 году (январь, февраль) – 136 881 поездок. По данным Росстата, в 2023 году объем платных туристских и гостиничных услуг в общем объеме платных услуг, оказываемых населению, в Новгородской области увеличился в два раза с пандемийного 2020 года (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Объём платных туристских и гостиничных услуг в общем объеме платных услуг, оказываемых населению, в Новгородской области (с 2012 по 2023 гг.)

В Новгородской области 2023 год стал рекордным за последние 10 лет по размеру доходов коллективных средств размещения, при том, что количество коллективных средств размещения и число мест в них осталось неизменным по сравнению с предыдущим годом (Таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели коллективных средств размещения (КСР)

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Число КСР	111	126	119	124	132	134	143	135	147	147
Число мест в КСР	8 316	8 717	9 588	8 817	9 142	9 176	9 447	9 661	11 045	11 045
Численность размещенных лиц в КСР	316 747	363 055	335 453	338 768	341 297	354 106	250 362	327 821	396 966	379 416
Доходы КСР от предоставляемых услуг (без учета НДС), тысяч рублей	1 674 936	2 046 595	2 116 499	2 138 295	2 216 730	2 207 583	1 595 829	2 401 324	3 312 121	3 328 287

Факторы, способствующие устойчивому развитию туризма в Новгородской области. Культурно-историческое достояние. Новгородская область – одна из древнейших территорий России, являющаяся колыбелью развития русской государственности и культуры. Регион изобилует уникальными памятниками зодчества, славится иконописью, фресками и археологическими находками. На территории области возведено 37 значимых ансамблей и памятников архитектуры, которые включены в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

1. Богатый природный потенциал. Леса занимают более 60% Новгородской области. В регионе расположены 27 природных заказников. Большинство из них включено в список ключевых территорий России, имеющих международное значение. В регионе создана сеть обустроенных туристских маршрутов и троп, включающая в себя 9 объектов [1, с. 3].

Национальный парк «Валдайский», обладающий статусом биосферного резервата ЮНЕСКО. Благодаря активной деятельности сотрудников парка – привлечение СМИ, представителей туристического бизнеса, регионального правительства, – турпоток в дестинацию увеличилсякратно за несколько лет. Так, в 2016 году Национальный парк «Валдайский» посетили 19 тысяч человек, в 2022 году – почти 40 тысяч, а в первые 7 месяцев 2023 года – 38 тысяч человек [3; 5]. По данным российского сервиса бронирования отелей и квартир «Tvil» национальный парк «Валдайский» вошёл в десятку самых посещаемых природных парков России зимой 2022-2023 гг.

2. Транспортная доступность. Новгородская область является транзитным регионом между Москвой и Санкт-Петербургом, что благоприятствует росту внутреннего туристического потока. Однако инфраструктура нуждается в совершенствовании. Из 7313,98 км автомобильных дорог, проходящих по территории области, 43% остаются с покрытием переходного типа (щебеночные, гравийные), что непосредственно влияет на развитие туризма в регионе [9, 2]. Водные транспортные пути области способствуют развитию не только внутреннего туризма (по реке Волге – к Черному и Каспийскому морям), но и внешнего туризма (выход к Балтийскому морю). В 2023 году открыт новый речной регулярный маршрут «Великий Новгород – Взвод». Также в настоящее время в Новгородской области выполняются мероприятия по капитальному ремонту посадочной площадки аэродрома «Кречевицы» целях возобновления авиационного сообщения.

3. Лечебно-оздоровительные ресурсы. Новгородские земли богаты минеральными и радоновыми источниками, а также лечебными грязями. В регионе находится два лечебных курорта.

Старая Русса. Бальнеогрязевой курорт находится в лесопарке на берегу реки Полнеть. Известен с XIX века минеральными водами и лечеб-

ными грязями. В городе планируется расширить санаторно-курортную инфраструктуру. В 2023 году новгородские власти обсудили проект нового оздоровительного курорта.

Валдай. Курорт расположен среди хвойных лесов на берегах Валдайского озера. Основными оздоровительными ресурсами являются климат, минеральные воды и лечебные грязи.

По статистике Росстата на территории региона действовали 13 санаториев в 2020 году, 11 – в 2022 году. По состоянию на апрель 2024 года в Новгородской области зарегистрированы 7 санаториев в Государственном реестре курортного фонда РФ. При этом спрос на санатории Новгородской области вырос на 12% по сравнению с 2023 годом.

Залючение. Новгородская область обладает большим туристическим потенциалом. Устойчивому развитию туризма в регионе способствуют – выгодное географическое положение, культурно-историческое достояние, природные и лечебно-оздоровительные ресурсы. Одной из основных проблем, влияющих на развитие туризма в регионе, является неудовлетворительное состояние сети автомобильных дорог.

В Новгородской области наиболее развит и пользуется спросом культурно-познавательный туризм. Однако в настоящее время в регионе набирает популярность экологический туризм. Для развития туристского потенциала региона автором статьи предлагается направить ресурсы на разработку именно природно-ориентированных видов туризма. Регион обладает богатым потенциалом для реализации данного направления. Для современного туриста, уставшего от шумной и перенасыщенной информацией цивилизации, природные ресурсы Новгородской области станут объектом притяжения. При формировании туристского бренда области следует акцентировать внимание потенциального потребителя не только на культурно-исторических аспектах, но и на экотуризме.

Список использованных источников:

1. Государственный реестр курортного фонда РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://kurort.minzdrav.gov.ru>
2. Интернет-портал «Великий Новгород» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.visitnovgorod.ru>
3. Интернет-портал «GoTravel» [Электронный ресурс]. – URL: <https://go-travel.ru/news/v-rossii/poseshchenie-valdayskogo-natsionalnogo-parka-vyroslo-v-2023-godu/>
4. Интернет-сервис «Tvil» [Электронный ресурс]. – URL: <https://tvil.ru/blog/popularnye-napravleniya/10-samykh-populyarnykh-nacionalnykh-parkov-v-rossii>
5. Идём в поход / газета «Новгородские Ведомости». – 2017 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://novvedomosti.ru/articles/economics-business/46227/>
6. Министерство природных ресурсов, лесного хозяйства и экологии Новгородской области РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://leskom.nov.ru/news/entry/3769>

7. Об областном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов: Закон Новгородской области от 22.12.2023 г. №251-ОЗ в ред. 15.12.23 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/406388294>

8. О государственной программе Новгородской области «Обеспечение экономического развития Новгородской области»: Постановление от 28.12.2023 г. №626 в ред. от 16.03.2023 г. // Правительство Новгородской области, 2023 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/553386382>

9. О государственной программе Новгородской области «Развитие транспортной системы Новгородской области»: Постановление от 28.12.2023 г. №619 // Правительство Новгородской области, 2023 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://mintrans.novreg.ru/upload/iblock/60c/ssrgfzflx-iendegav86lrwkd4df4ds84/Государственная%20программа.pdf>

10. Официальный сайт Новгородской областной Думы [Электронный ресурс]. – URL: <https://novoblduma.ru>

УДК 004.9

Котова София Александровна

Kotova Sofiia Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Прикладная информатика»

Master program “Applied Computer Science”

e-mail: soniakotova2000@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИАГЕНТНЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫМ ДВИЖЕНИЕМ

THE USE OF MULTI-AGENT SYSTEMS AND TECHNOLOGIES AS A WAY TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF TRAFFIC MANAGEMENT

Аннотация: В России происходит бурное развитие комплексных интеллектуальных транспортных систем, куда внедряют искусственный интеллект и мультиагентные системы, что позволяет обрабатывать большие объемы данных и обеспечивать безопасность участников дорожного движения. В статье рассматриваются различные проекты развития ИТС, показаны возможности и перспективы внедрения мультиагентной системы.

Abstract: Complex intelligent transport systems are rapidly developing in Russia, where artificial intelligence and multi-agent systems are being introduced, which allows processing large amounts of data and ensuring the safety of road users. The article discusses various ITS development projects, shows the possibilities and prospects of implementing a multi-agent system.

Ключевые слова: искусственный интеллект, дорожная инфраструктура, интеллектуальная транспортная система, мультиагентная система.

Keywords: artificial intelligence, road infrastructure, intelligent transport system, multi-agent system.

В настоящее время в России активно развивается дорожно-транспортная система. В рамках ее трансформации уделяется большое внимание ее интеллектуализации различных управленческих аспектов [1]. В такой интерпретации под интеллектуальными транспортными системами (ИТС) понимают: «интеллектуальную систему, которая использует различные инновационные разработки для управления автомобильными потоками, предоставляет участникам движения большую степень безопасности и осведомленности дорожной ситуацией по сравнению с традиционными системами» [2]. ИТС включает в себя дорожную инфраструктуру, общественные и частные транспортные средства, участников дорожного движения и систему управления дорожно-транспортной ситуации. Обычно в состав ИТС включают автоматизированные системы, которые реализуют следующие действия:

- управление светофорной сетью;
- регулирование движения на перекрестках;
- регулирование грузовых перевозок;
- распознавание регистрационных номеров транспорта;
- управление проездом по мостам и тоннелям;
- управление обработкой метео данных в целях организации безопасного движения транспорта.

На рисунке 1 показан примерный функциональный состав городской ИТС среднего уровня.



Рисунок 1 – Функциональный состав городской ИТС

В России разрабатывают всё больше проектов для транспортной инфраструктуры городов: программно-аппаратный комплекс нейросетевой видеоаналитики «Городовой» (СПб), умные пешеходные переходы от «Ростелекома» (Дагестан), ИИ-система для подсчета пассажиропотока на дорогах от Tele2, «Сервис прогноза безбилетных поездок и автоматизация контрольных проверок» и «Сервис мониторинга пассажиропотока», а также мобильное приложение «Курский транспорт» и «Нижекамск транспорт» от Датапакс (Курск, Нижекамск), «Билетная система» от «СберТройка» (Курск), умные автобусы от МТС (Обнинск) и многие другие проекты. Часть из них инициирована в рамках национальных проектов «Безопасные качественные дороги» и «Цифровая экономика».

Укажем несколько заметных проектов компании «Спецдорпроект». Компания разработала и внедряет такие системы, как:

1. Система управления техническими средствами регулирования и организации дорожного движения,
2. Система видеофиксации нарушений правил дорожного движения,
3. Систему мониторинга параметров транспортных потоков
4. Программное обеспечение:
 - 4.1. «ОКО» – система мониторинга светофорных объектов,
 - 4.2. «Дельта» – электронная диспетчерская,
 - 4.3. «АРМ Мэра» – система мониторинга параметров транспортных потоков,
 - 4.4. «Дирижер» – система управления дорожным движением.
5. Систему телеобзора [3].

В ИТС активно внедряют искусственный интеллект (ИИ). Системы на основе ИИ способны работать с BigData в режиме реального времени, а также обеспечивают индивидуальный подход к пользователям системы. Это повышает комфорт пользователей, снижает время выполнения рутинных задач как операторов системы, так и водителей с пассажирами. Кроме того, это повышает и безопасность пользователей, ведь при авариях или других чрезвычайных ситуациях система проинформирует оператора о ситуации на дороге. Примерами могут служить некоторые проекты, указанные выше.

В настоящее время разработчики в дополнение к искусственному интеллекту добавляют в системы управления мультиагентные системы (МАС). Мультиагентная система – это система взаимосвязанных между собой и передающих друг другу информацию агентов. Агенты – это программная подсистема, которая получает информацию из внешней среды при помощи датчиков, копит информацию и на основе заранее прописанных правил самостоятельно принимает решение [4].

Агентов делят на 2 категории: агенты, которые только собирают информацию и анализируют ее и «умные агенты», которые способны принять

решение на основе собранных данных и опыта. У «умных агентов» есть много названий: роботы, softbots, knowbots, taskbots, userbots, персональные помощники или ассистенты (как Алиса, Салют или Aurora), virtual characters. В 2023 году началась разработка FractalGPT – это мультиагентный искусственный интеллект, а также российский конкурент ChatGPT и GPT-4. Благодаря FractalGPT можно создать копию любого сотрудника, в работу которого входят непредсказуемые и постоянно меняющиеся задачи (маркетолог, оператор, продажник, ученый и т.д.) [5].

На наш взгляд, при формировании ИТС логично использовать мультиагентные технологии и нейронные сети различной конфигурации в зависимости от конкретного состава управленческих задач в конкретной транспортной области. Такая гибридная система может успешно контролировать инфраструктуру перекрестков, светофорные объекты и/или взять на себя некоторые обязанности оператора автоматизированной системы управления дорожным движением (АСУДД) или хотя бы стать надежным помощником оператору.

Для примера можно рассмотреть гибридную модель <МАС+ИИ>, состоящую из 5 агентов, которые будут собирать и анализировать информацию со светофоров, камер видеонаблюдения и радаров, а также обмениваться информацией при чрезвычайных ситуациях. Опишем функционал каждого агента:

1. Агент 1 отвечает за ситуацию на дороге в целом: по данным системы видеокамер контролирует поток машин в зависимости от периода времени и различных нештатных ситуаций на дорогах. Результат будет предоставляться дежурному оператору в виде стандартных согласованных отчетов.

2. Агент 2 отвечает за сбор и обработку данных о ДТП: на основе данных с видеокамер агент фиксирует дату и время ДТП, место ДТП, количество участников в системе. Его можно будет обучить вызывать соответствующие службы (полицию, пожарную службу, скорую помощь) или создавать за оператора заявку/ уведомление с информацией какие службы нужно вызвать.

3. Агент 3 отвечает за приоритет движения общественного транспорта и специальных служб: ИИ будет собирать информацию с камер, а агент 3 будет контролировать фазы переключения светофоров в зависимости появления общественного транспорта или спецслужб в указанном радиусе действия.

4. Агент 4 отвечает за состояние светофорных объектов: при обнаружении сбоев или поломок, должен уведомить оператора и составить заявку на работу бригады, с указанием проблемы и, по возможности, причины/ категории сбоя.

5. Агент 5 отвечает за правонарушения: анализирует данные, собранные ИИ с камер видеонаблюдения, и передает оператору или загружает в систему АСУДД информацию о правонарушениях и номера автомобилей по заранее подготовленным формам и шаблонам.

Подобная МАС (рисунок 2) сможет контролировать ситуацию на перекрестке круглосуточно, даже когда оператора нет на рабочем месте. Агенты смогут взять на себя часть работы оператора по составлению графика работы светофоров и вызову различных служб. Они смогут заполнять за оператора рутинные заявки или формировать отчеты, которые оператору нужно будет только отредактировать, но со временем агенты смогут и это делать практически без ошибок. Агенты помогут снизить риск человеческого фактора, в случае если оператор пропустит уведомление в системе, агенты смогут принять решение самостоятельно или связаться с оператором при помощи специальных сигналов в системе.

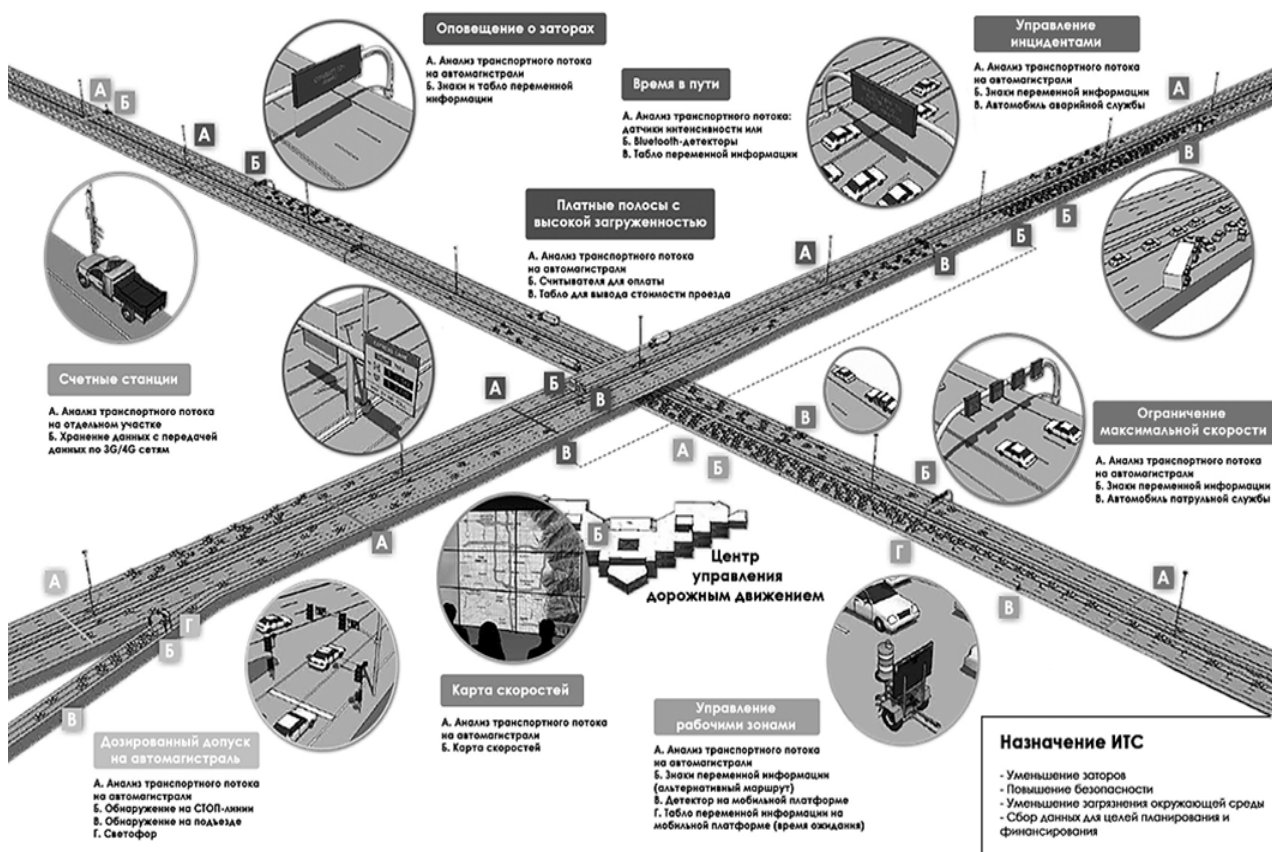


Рисунок 2 – Одна из возможных моделей ИТС

Отдельно можно рассмотреть вопрос о создании автоматизированных систем управления грузопотоками на высокоскоростных междугородних магистралях [4]. Таким образом, формирование мультиагентной системы и объединение ее с системой ИИ является актуальным и перспективным направлением развития ИТС. Гибридная система

<МАС+ИИ> способна повысить эффективность работы АСУДД, перекрестков или участков дорог/ магистралей, а также безопасность участников дорожного движения.

Список используемых источников:

1. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.
2. Интеллектуальная транспортная инфраструктура (ИТС) в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 22.03.2024).
3. Спецдорпроект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.spetsdor.ru/> (дата обращения 22.03.2024).
4. Кияев В.И. Использование мультиагентных технологий и систем в организации дорожно-транспортного движения / В.И. Кияев, С.А. Котова // Экосистемы цифровой экономики: сборник научных трудов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – С. 46-59.
5. FractalGPT [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fractaltech.ru/> (дата обращения 22.03.2024).

УДК 336.76

Красноруцкий Виталий Сергеевич

Krasnoruckiy Vitaliy Sergeevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Ценные бумаги и финансовый инжиниринг»

Master program “Securities and financial engineering”

e-mail: vitalik.krasnorutskiy@bk.ru

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ В РОССИИ
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT
OF THE DIGITAL FINANCIAL ASSETS MARKET IN RUSSIA**

Аннотация: в статье анализируется текущее состояние и перспективы развития рынка цифровых финансовых активов (ЦФА) в России. Особое внимание уделяется инфраструктуре рынка, включая функции операторов информационных систем и операторов обмена. Рассматривается влияние новых законодательных актов на регулирование рынка, в том числе принятие ключевых законов, регулирующих функционирование рынка ЦФА. Выявляется потенциал ЦФА в качестве альтернативного источника финансирования для бизнеса и обсуждаются перспективы его роста, а также влияние на инвестиционные возможности. А также выделяется значимость цифровых финансовых активов (ЦФА) как инновационного финансового инструмента, способного трансформировать финансовые практики и модернизировать рынки.

Abstract: The article analyzes the current state and prospects for the development of the digital financial assets market (CFA) in Russia. Special attention is paid to the market infrastructure, including the functions of information system operators and exchange operators. The impact of new legislative acts on market regulation, including the adoption of key laws regulating the functioning of the CFA market, is being considered. The potential of the CFA as an alternative source of financing for business is identified and the prospects for its growth, as well as the impact on investment opportunities, are discussed. And the importance of digital financial assets (CFA) is also highlighted as an innovative financial instrument capable of transforming financial practices and modernizing markets.

Ключевые слова: Цифровые финансовые активы (ЦФА), инфраструктура рынка ЦФА, операторы информационных систем (ОИС), операторы обмена цифровыми финансовыми активами (ООЦФА), законодательное регулирование ЦФА, внешнеторговые сделки, перспективы роста, токенизация.

Keywords: Digital financial assets (CFA), CFA market infrastructure, information system operators (OIS), digital financial asset exchange operators (OCFA), CFA legislative regulation, foreign trade transactions, growth prospects, tokenization.

Рынок цифровых финансовых активов (ЦФА) находится на стадии становления, однако уже приняты ключевые законодательные акты, регулирующие его функционирование, включая Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 №259-ФЗ и Федеральный закон от 11.03.2024 N 45-ФЗ, который расширяет применение ЦФА в международных расчетах. Согласно новым правилам, цифровые финансовые активы могут быть использованы в качестве средства обмена во внешне-торговых сделках между резидентами и нерезидентами. Эти изменения также распространяются на утилитарные цифровые права. Однако, криптовалюта, несмотря на свою цифровую природу, по-прежнему не рассматривается как цифровой финансовый актив согласно российскому законодательству и, следовательно, не подпадает под новые нормы.

Инфраструктура рынка цифровых финансовых активов (ЦФА) в значительной степени уже сформирована и включает в себя две ключевые категории участников: операторов информационных систем (ОИС) и операторов обмена цифровыми финансовыми активами (ООЦФА). Оператор информационных систем (ОИС) ответственен за эмиссию и учет цифровых финансовых активов на своей платформе. Как и депозитарии и клиринговые организации на фондовом рынке, ОИС ведет учет владельцев ЦФА и обеспечивает проведение сделок с ними. Также ОИС поддерживает взаимодействие с государственными органами и обеспечивает бесперебойную работу информационных систем, необходимых для выпуска и учета цифровых финансовых активов [1].

На рынке цифровых финансовых активов все происходит иначе, чем на традиционном финансовом рынке. Вместо множества посредников и централизованного учета на цифровом рынке все эти функции интегрированы в одной информационной системе. Выпуск ЦФА разрешен только для информационных систем, официально зарегистрированных в реестре Центрального Банка, и только российские юридические лица могут стать их операторами.

Оператор обмена цифровых финансовых активов (ООЦФА), напротив, не имеет права выпускать ЦФА, а лишь организует их торговлю на своей платформе. Российские организаторы торговли, а также другие коммерческие и некоммерческие организации, включая кредитные учреждения, занесенные в реестр ООЦФА, могут выступать в роли операторов обмена цифровыми финансовыми активами [2].

На текущий момент на рынке присутствует около 350 различных выпусков ЦФА, а общий объем рынка по находящимся в обращении выпускам к концу 2023 года составил около 60 млрд рублей. Фактические данные о рынке могут отличаться из-за ограниченного доступа к информации от операторов информационных систем [3].

Развитие рынка ЦФА открывает новые возможности для финансовых рынков. Включая токенизацию синдицированных кредитов и упрощение транзакций с использованием цифрового рубля, что может способствовать увеличению эффективности финансирования и снижению издержек на обмен валюты. Однако для дальнейшего развития рынка необходимо увеличить его ликвидность и упростить идентификацию физических лиц. Это может создать более благоприятные условия для совершения сделок и привлечения новых инвесторов.

Цифровые финансовые активы также представляют собой потенциальную альтернативу банковскому кредитованию, поскольку их эмиссия не требует обращения в банки и прохождения кредитных проверок. Это делает их привлекательными для малого и среднего бизнеса, а также для крупных нефинансовых компаний.

Факторы, способствующие дальнейшему росту рынка ЦФА, могут проявиться в нескольких сценариях. По самому консервативному сценарию, ЦФА останутся инструментом для узкого круга пользователей, несмотря на появление новых цифровых продуктов. Согласно более оптимистичным сценариям, ЦФА могут стать дополнением к традиционному рынку долгового финансирования или даже привлечь на себя внимание не только части инвесторов и эмитентов, но и некоторых категорий банковских заемщиков, учитывая тенденцию использования ЦФА как альтернативы краткосрочному банковскому кредитованию. Вектор развития во многом будет зависеть от действий регулятора.

Большая часть нынешних ЦФА приближена к традиционным финансовым инструментам, однако основной потенциал рынка сосредоточен в сложных продуктах. Новые технологии позволяют выводить на рыноккратно быстрее и дешевле уникальные инструменты, что создает запрос на десятки новых продуктов. Например, это могут быть ЦФА на эмиссионные ценные бумаги, акционерный капитал непубличных компаний или цифровые активы, обеспеченные залогами. В перспективе аналоги инструментов рынка ценных бумаг могут занять не более 30–50% рынка ЦФА, остальное будет приходиться на уникальные и кастомизированные продукты. Развитие рынка открывает возможности для расширения инвестиционных возможностей. Например, компания «Атомайз» ориентирована на развитие новых инвестиционных инструментов на базе устойчивых активов, хороших долгов и недвижимости. Они уже вывели на рынок ГЦП (гибридные цифровые права) на металл, «Цифровые квадратные метры» и другие проекты.

Компаниям малого и среднего бизнеса предоставляется возможность быстро и эффективно привлечь финансирование через Цифровые Финансовые Активы (ЦФА), привлекая внимание множества инвесторов. ЦФА обеспечивают простой и прозрачный инструмент для привлечения средств, минимизируя операционные расходы для бизнеса. Поскольку успех ЦФА зависит от доверия инвесторов, это стимулирует компании к более прозрачному ведению дел и активному взаимодействию с инвесторами, тем самым способствуя привлечению дополнительного финансирования.

Как отмечает исследование инвестиционного подразделения SberCIB, к концу 2023 года общий объем выпущенных ЦФА достиг 44 миллиардов рублей. Этот объем был сформирован частично благодаря 160 уникальным выпускам. «Консенсус-прогноз операторов информационных систем (ОИС) на 2024 год: 125 млрд руб., т.е. объем рынка ЦФА может вырасти примерно в 2,85 раза» [4].

Список использованных источников:

1. Цифровые финансовые активы и их операторы // Портал Центрального банка России [Электронный ресурс] – URL: https://cbr.ru/finm_infrastructure/digital_oper/ (дата обращения 10.10.2023).
2. Операторы обмена цифровых финансовых активов // Портал Центрального банка России [Электронный ресурс] – URL: <https://cbr.ru/admissionfinmarket/navigator/ootsfa/>
3. Цифровые финансовые активы – что дальше. Аналитический комментарий // Аналитическое кредитное рейтинговое агентство [Электронный ресурс] – URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2763/>
4. Цифровые финансовые активы: главное за 2023 год // Портал SberCIB Investment Research, 29 ноября 2023 [Электронный ресурс] – URL: <https://sbercib.ru/publication/tsifroviefinansovie-aktivi-glavnoe-za-2023-god>.

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА КАК ТРЕНД УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY AS A PROJECT MANAGEMENT TREND

Аннотация: Данная статья посвящена анализу применения технологий искусственного интеллекта в проектном управлении как актуального инструмента для оптимизации процессов, снижения рисков и повышения эффективности работы менеджера проектов. Приведены примеры инструментов и платформ, включающих функции ИИ, а также задач, которые могут быть делегированы искусственному помощнику.

Abstract: This article is devoted to the analysis of the application of artificial intelligence technologies in project management as a relevant tool for optimizing processes, reducing risks and increasing the efficiency of the project manager's work. Examples of tools and platforms that include AI functions. Also, examples of tasks that can be delegated to an artificial assistant are given.

Ключевые слова: искусственный интеллект, проектное управление, тренды управления проектами, машинное обучение, технологии искусственного интеллекта.

Keywords: artificial intelligence, project management, project management trends, machine learning, artificial intelligence technologies.

В настоящее время, проектный подход в управлении набирает свою популярность в различных сферах, однако, обращаясь к статистике реализации проектов, наблюдается невысокий процент успешного завершения проектов. Рассматривая мировую практику, данные независимой международной исследовательской компании Standish Group утверждают, что только 35% проектов от общего числа достигают поставленной цели и считаются успешными, в то время как остальные – закрываются с вытекающими последствиями о потраченных ресурсах и нереализованных возможностях [2].

Конкретизируя положение проектного управления в России, можно заметить схожую статистику: согласно исследованию Ассоциации управления проектами «СОВНЕТ» совместно с другими научно-исследовательскими организациями, от 35% до 52% проектов в зависимости от уровня зрелости определяются, как «неуспешные» по индикаторам выполнения в

полном объеме и в срок с достижением определенного результата [1]. Данный статистический учет говорит о негативном влиянии технологичной неразвитости и приверженности традиционному типу управления на достижение целевых показателей менеджмента проектов, что в свою очередь, свидетельствует о высоком значении модернизации бизнес-процессов и внедрения новых технологий в проектное управление. Например, большинство российских организаций используют электронные таблицы и иные платформы, которые не подверглись значительным изменениям развития функционала за последние десятки лет. Данный подход, с одной стороны, позволяет выполнить работу в срок, но с другой – не формирует уникальных решений с возможностью глубокого планирования и автоматизации бизнес-процессов. Исходя из этого, технологии искусственного интеллекта рассматриваются как инструмент, способный оптимизировать работу проектных менеджеров и впоследствии увеличить шансы проекта на его успешную реализацию.

Так, по данным Forbes, 83% руководителей считают, что технология Искусственного интеллекта (ИИ) является одним из главных приоритетов для бизнеса в настоящее время [3]. Причем, заявление о тренде ИИ подкрепляется его фундаментальной базой внедрения, которая начинается с формулировки математической модели нейрона (1943 год) и предложения первых вариантов применения ИИ в управлении проектами еще в 1987 году. Но реальное понимание о том, что логические модели, способные выводить следствия и закономерности – это сильные инструменты, пришло лишь в наше время, когда стало понятно, что ИИ – это идеальный работник, который не только выполняет работу в соответствии с запрограммированной задачей четко в срок, но и не требует отпускных, выходных пособий и декретного отпуска.

Однако, размышляя о внедрении технологий искусственного интеллекта в систему менеджмента нельзя не упомянуть о важном условии развития искусственного интеллекта – необходимости «обучать» и разрабатывать готовые алгоритмы действий, которые, в свою очередь, возможно получить только на широком наборе типовых данных. Развитие информационных технологий, самих компьютеров, облачных и периферийных вычислений, not only SQL баз данных, науки о данных привело к росту возможностей в использовании искусственного интеллекта. В случае с традиционным подходом к менеджменту извлечь массивы больших данных из практики не представляется проблемой, в то время как в проектном управлении, главной особенностью которого является уникальность каждого отдельного проекта, достичь релевантной выборки представляется сложной задачей. Уникальность каждого отдельного проекта несет за собой существенные ограничения для выявления закономерностей и общих признаков, необходимых для быстрой и эффективной обработки данных с последующей автоматизацией процессов. Исходя из

этого, прорывов в применении технологии искусственного интеллекта в управлении проектами не наблюдается.

Тем не менее, бизнес-структуры отмечают, что на сегодняшний день ИИ имеет достаточный функционал для работы в условиях информационной ограниченности и способствованию продвижению автоматизации и гиперавтоматизации в следующих областях:

- машинное обучение (Machine Learning, ML), используемое для управления рисками и оценки вероятностей и силы их воздействия, а также выделения перечня необходимых ресурсов и управления вехами;
- автоматизация процессов роботизации (Robotic Process Automation, RPA) для автоматического выполнения рутинных задач и более точного ввода данных, что является важным аспектом накопления массивов больших данных, в отсутствии ошибок, обусловленных человеческим фактором;
- автоматизация документов для формирования отчетной документации, индикации статуса документооборота и стандартов соответствия, а также протоколирования рабочих встреч;
- оптическое распознавание символов (Optical Character Recognition, OCR) для извлечения текста из картинок, инфографики и рукописных заметок, что упрощает процесс коммуникации и позволяет использовать любые средства графического представления информации;
- цифровое моделирование проектной деятельности, создание цифровых теней, дневников проектов, копий и программируемых моделей для выбора оптимального способа ее реализации с учетом имеющихся ресурсов и иных входных данных.

Исходя из этого, существует перечень функций работы проектных команд, реальных для делегирования ИИ с целью получения оптимального результата. Конкретнее, создание календарно-сетевых графиков проектов с отображением ключевых событий в календарях, формирование команды оптимального состава и расчет основных рисков продукта на базе семантических значений с усиленным мониторингом является важным на этапе планирования проектов. Сбор справочных данных и формирования отчетности для глубокого погружения в тему, и генерация идей и визуального оформления необходимы для получения оригинальных решений. А цифровое моделирование исполнения проекта на стадии исполнения, а также автоматическая коррекция ожидаемых дат активно применима в случае изменения ожиданий на финальных задачах проекта.

Стоит сказать, что в некоторых CRM и BPM-системах существует успешный опыт внедрения ИИ в проектную работу. Ниже приведены наиболее эффективные для проектного управления в России инструменты оптимизации реализации проекта.

1. Голосовые помощники Google и Алиса в Битрикс24, как объединение поисковых сервисов с бизнес-инфраструктурой для создания задач, событий в календарях и отправки сообщений.

2. Онлайн-сервис Lili.ai, уведомляющий об основных рисках продукта, рассчитанных на базе семантических значений с объединением предметных знаний в единый граф для усиленного мониторинга.

3. ИИ-бот ChatGPT для генерации идей, получения программного кода и запроса справочных данных с последующей их систематизацией.

4. Отечественная интеллектуальная система Smart Projects, нацеленная на поддержание полного цикла проектного продукта.

5. Система Augora, ориентированная на создание оптимальных календарно-сетевых графиков проектов.

6. PineStem разрабатывает ПО по формированию оптимальной команды.

7. Платформа TARA AI для предложения вариации реализации проекта в рамках выделенного бюджета.

8. Динамический интеллектуальный планировщик LiquidPlanner для автоматической коррекции планируемых дат задач в случае изменения ожиданий, перенаправления ресурсов или изменения приоритетов.

Подводя итог всему вышесказанному, отметим, что важно понимать, что искусственный интеллект – это инструмент, который может функционировать только на основе жёстких правил или в соответствии с обучающейся моделью. В обоих случаях, когда речь идет об ИИ, допустимы ошибки и исключения в аспекте качества программируемой модели, измеренной на основании точности попадания и вероятностей будущего события. Для сравнения, для того чтобы внедрить прогнозную модель в области здравоохранения, необходимо добиться точности попадания предсказания более 99%, в то время как для выпуска на рынок роботов-помощников в музеях требуется уровень попадания 50%, так как предполагается дальнейшее обучение в процессе работы. Именно поэтому системы на базе ИИ не стоит оставлять функционировать без присмотра человека. Но самое главное, что несмотря на развитие такого направления, как data sharing между разными компаниями одной отрасли для более точного обучения своих моделей, каждая конкретная искусственная система обязательно требует адаптации под требования конкретной отрасли или компании для максимальной результативности.

Получается, что на данный момент, ИИ пока не способен заменить управленца, но в то же время он имеет достаточно возможностей для занятия роли помощника с взятием на себя часть рутинных задач и функций, определяющих успех проекта. Помимо этого, данная современная технология может повысить информационное обеспечение управленца в принятии решений и оценить вероятность наступления тех или иных последствий при

выборе определенного набора действий. Аналитика такого типа называется предсказательной. И возможно, развитие технологий в ближайшем будущем позволит перейти управлению проектами на новый уровень, в котором мы получим доступ к новому типу аналитики – прескриптивному, и сможем получать готовый и конкретный набор действий, сгенерированный искусственным интеллектом.

Список использованных источников:

1. Текущее состояние и тенденции развития проектного управления в России // Отчёт, 2023. [Электронный ресурс] – URL: https://www.isopm.ru/download/Otchet_B1.pdf.
2. Тренды в управлении проектами 2023-2024: роботы и гиперавтоматизация бизнеса // Workspace, 2023. [Электронный ресурс] – URL: <https://workspace.ru/blog/trendy-v-upravlenii-proektami-roboty-i-giperavtomatizatsiya-biznesa/>
3. Ways Artificial Intelligence Is Transforming Business Operations // Forbes Contributor covering the future of entertainment technologies, 2022. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.forbes.com/sites/falonfatemi/2019/05/29/3-ways-artificial-intelligence-is-transforming-business-operations/?sh=2f4386056036>.

УДК 332.1

Круглов Михаил Андреевич

Kruglov Mihail Andreevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическая логистика и цифровые сервисы»

Master program “Strategic logistics and digital services”

e-mail: mishakruglov01@mail.ru

**ФОРМЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПАРТНЁРСТВА
В МОДЕЛЯХ РАБОТЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ
FORMS OF LOGISTIC PARTNERSHIP IN MODELS
OF WORK OF MARKETPLACE**

Аннотация: в данной статье рассматриваются способы логистического взаимодействия компаний на электронных торговых площадках. Различные формы логистического партнерства в моделях маркетплейсов предполагают различные схемы, которым присущи достоинства и недостатки. В работе систематизированы данные аспекты, проведен сравнительный анализ моделей и предложены пути их выбора.

Abstract: This article discusses the ways of logistic interaction of companies on electronic trading platforms. Different forms of logistic partnership in marketplace models involve different schemes that have advantages and disadvantages. These aspects are systematized in the work, a comparative analysis of models is carried out and ways of their choice are proposed.

Ключевые слова: логистика, логистическое партнерство, электронная торговля, маркетплейс, модель.

Keywords: logistics, logistics partnership, electronic trading, marketplace, model.

Любые компании, которые хотят выстроить систему продажи продукции через маркетплейсы, кроме анализа доступных ниш и выбора позиций для реализации, столкнутся с необходимостью организации бесперебойного процесса упаковки и доставки продукции до маркетплейса. Чтобы обеспечить функционирование этих процессов, каждая площадка строит различные форматы работы для, рассмотрению которых, их недостаткам и преимуществам будет уделено внимание в статье.

Ключевым и основополагающим в этой теме является понятие «фулфилмент». Принято рассматривать фулфилмент как комплекс услуг, связанных с организацией полного логистического обеспечения всех этапов выполнения заказов, которые могут осуществляться как компанией, продающей товар на электронных площадках (далее – селлер), так и маркетплейсом или сторонней компанией [1].

Основными его составляющими являются: обработка заказа от покупателя, составление нормативной документации, доставка товара (может происходить до склада или сразу до покупателя), хранение продукции на складе, маркировка и упаковка, отслеживание состояния товара и оформление упаковки по требованиям площадки, возврат товара в случае отказа.

Перечисленные ключевые процессы, необходимые для функционирования компаний на маркетплейсах, могут дополняться в зависимости от конкретной торговой площадки и требуемых действий, исходя их особенностей взаимодействия участников (например, забор товара у поставщика).

Вариативность этих процессов определяется тем, на чьем складе товар хранится, кто обрабатывает полученный заказ, кто занимается отправкой покупателю товара, на ком лежит ответственность за организацию возвратов, каков характер отношений продавцов и маркетплейсов, а также особенностями формируемых моделей или схем работы. Наибольшее распространение получили 3 модели: Fulfilment By Operator (далее FBO), Fulfillment By Seller (далее FBS), Delivery by Seller (Далее DBS) [2].

FBO – это фулфилмент, при котором ответственность за хранение товара и его последующая доставка до покупателя лежит на маркетплейсах. В этом случае продавец собственными силами упаковывает товар, наносит маркировку и довозит товар до склада площадки. Площадка за оказание услуги фулфилмента взимает процент от дохода с продавца [3]. В зависимости от категории товаров и их габаритов, процент может меняться, но в большинстве случаев варьируется от 10 до 15%. Наибольшую пользу от выхода на маркетплейсы можно получить, если выбирать для продаж крупные

и популярные сервисы торговых площадок. Так, магазины, сотрудничающие с такими известными торговыми площадками как Ozon или Wildberries, имеют возможность доставлять свою продукцию на всей территории РФ благодаря тому, что у таких торговых площадок имеется достаточно складских помещений и логистических мощностей.

Конечно же присутствуют и минусы в данном подходе. Для некоторых компаний значимым недостатком становится необходимость частично брать фулфилмент на себя, а именно отслеживать корректность упаковки и маркировки. Неправильно упакованный товар, доставленный на склад, не будет принят, а за ошибки в маркировке начисляются крупные штрафы. Такой подход требует проведения детального анализа собственной продукции для выбора позиций, направляемых на хранение маркетплейсу, поскольку, если товар не был реализован, за простой на складе всё равно необходимо заплатить.

Вторая схема – FBS или Fulfillment by Seller, что в переводе с английского означает «фулфилмент продавца». Однако, такое название может ввести в заблуждение, так как не полностью отражает процессы взаимодействия в схеме «продавец-маркетплейс – покупатель». В данной модели ответственность за хранение товара и последующие логистические операции разделяются между продавцом и маркетплейсом. В зоне ответственности продавца сохраняются складские издержки, сборка товаров и отправление заказов в пункты приема маркетплейсов. Затем площадки непосредственно сами доставляют посылки покупателям. Модель FBS даёт больше возможностей для продавца в части тестирования продукции, расширения ассортимента, перераспределения товаров между FBO и FBS по их оборачиваемости.

Такая модель особенно актуальна для продавцов, которые используют для сбыта товаров одновременно несколько площадок. Это позволяет не привязываться к складу маркетплейса и удобно управлять остатками в карточках товара. Также присутствует возможность дублирования карточки, что даёт возможность добавлять один и тот же товар в разные категории.

В этой модели, как и в других моделях, есть свои минусы:

- нет возможности использовать такой подход для некоторых товарных групп;
- необходимо регулярное отслеживание заказов и обновление данных об остатках со стороны продавца или подрядчика;
- продавцы должны четко следовать правилам упаковки и маркировки заказов, чтобы не нарушать даты доставки;
- необходимо поддерживать требуемую оперативность работы: для сборки и доставки отправок устанавливаются четкие сроки – от 24 до 114 часов.

Ключевым недостатком работы по модели FBS является то, что у продавца появляются операционные процессы. Таким образом, для поддержа-

ния требуемого уровня работы (высокая скорость в работе с заказами и тщательная их упаковка) требуется привлечение дополнительных сотрудников, складские помещения, материалы для упаковки, а также специализированное оборудование для печати этикеток.

Ещё одна быстро набирающая популярность модель работы – DBS или же доставка магазина. При такой схеме на первый план становится логистика продавца, в данном случае маркетплейс просто используется в качестве витрины и дополнительного канала сбыта. В зоне ответственности продавца все ключевые процессы, а именно: хранение товаров, сборка заказов и последующая доставка посылок до клиентов.

В отличие от предыдущих, модель только появилась, но уже начинает набирать популярность и интерес к ней быстро растёт. При использовании системы DBS у продавцов появляется возможность размещать товары, которые нельзя продавать классическим моделям FBS и FBO. Примером таких категорий товаров могут послужить – мебель и стройматериалы, ценные и хрупкие номенклатурные позиции, товары, которым необходимы специальные условия хранения. В данной форме взаимодействия нет требований к комплектации, и продавцы обладают возможностью персонализировать заказы и добавлять рекламные материалы к товарам.

Однако следует выделить и минусы схемы DBS. На первый план при такой модели выходит скорость передачи данных: стоимость, сроки доставки, остатки и статусы заказов. В случае если продавцу не удаётся соблюсти установленные сроки доставки возрастает процент отмен и возвратов, маркетплейс может ввести для магазина санкции и даже заблокировать его. Компания несёт дополнительные убытки за логистические процессы в случае, когда на склад продавца возвращаются невыкупленные или возвращённые товары, добавляя логистические издержки. Ниже, в таблице 1, подытожено все вышесказанное и выделены основные характеристики различных моделей фулфилмента, которые влияют на эффективность логистических процессов, скорость и качество обслуживания клиентов.

Таблица 1 – Основные характеристики различных моделей фулфилмента

Параметр сравнения	Наименование модели фулфилмента		
	FBO	FBS	DBS
Складские помещения	У маркетплейса	У продавца	У продавца
Установленная скорость доставки	От 24 до 72 часов	По требованиям маркетплейса (от половины дня до нескольких дней)	До 7 дней

Параметр сравнения	Наименование модели фулфилмента		
	FBO	FBS	DBS
Доставка заказов	На стороне маркетплейса	Продавец организует доставку до склада маркетплейса к его времени приема	На стороне продавца
Возврат	Товар возвращается на склад маркетплейса	Приходит на склад маркетплейса, где могут либо перейти на FBO, либо возвращены продавцу	Товар возвращается на склад маркетплейса
Появление товаров на маркетплейсах	С момента поставки на склад маркетплейса	С момента заполнения карточки и выставления наличия в остатках	С момента заполнения карточки и выставления наличия в остатках
Поисковая выдача	Лучшие показы товаров в поиске	Показы товаров в поиске ниже, чем в других моделях	Лучшие показы товаров в поиске

В таблице 2 отражена сравнительная характеристика по условиям работы наиболее распространенных систем в популярных российских маркетплейсах [1].

Таблица 2 – Сравнение моделей фулфилмента, наиболее распространенных в российских маркетплейсах

Параметр сравнения	Модель FBO	Модель FBS
Размер комиссии	Wildberries: от 5% до 18% в зависимости от категории, в которую попадает товар	Wildberries: варьируется от 3 до 15% в зависимости от категории товара
	Ozon: в зависимости от категории товара варьируется от 6 до 15%	Ozon: от 6 до 15%, в зависимости от категории, в которую попадает товар
	Яндекс Маркет: от 1 до 15% в зависимости от категории товара	Яндекс Маркет: от 1 до 15% в зависимости от категории, в которую попадает товар
	СберМегаМаркет: от 1 до 15% в зависимости от категории, в которую попадает товар	СберМегаМаркет: от 1-15% в зависимости от категории, в которую попадает товар

Параметр сравнения	Модель FBO	Модель FBS
Комиссия за хранение на складе	Wildberries: в зависимости от объема пространства, которое занимает продукция, процент составляет 0,1 рублей за 5 литров. За каждый последующий литр добавляется 0,01 рубль. Хранение монопаллет занимает от 10 до 35 рублей	Комиссия не взимается по причине того, что хранение остаётся в зоне ответственности продавца
	Ozon: в первый месяц плата включена в комиссию, далее цена в сутки составляет 30 копеек	
	Яндекс Маркет: взимается 3% от цены товара в рамках установленных границ (не менее 20 и не более 60 Р)	
	СберМегаМаркет: в первые 2 месяца стоимость хранения включена в комиссию, далее цена в сутки составляет 0,8 рублей	
Стоимость доставки	Wildberries: базовый тариф составляет 55 рублей за 5 литров. За каждый последующий литр к стоимости прибавляется 5 рублей. Доставка сверхгабаритного товара от 1 000 рублей	Wildberries: базовый тариф 55 рублей за 5 литров в установленный срок (до 36 часов). На тариф также влияет скорость доставки (в случае опоздания/ранней доставки комиссия повышается/снижается на 0,25%). Доставка сверхгабаритного товара от 1 000 рублей
	Ozon: 38-1200 рублей, зависит от категории товара	Ozon: оплачивается по тарифам сторонних служб
	Яндекс Маркет: 5% от цены товара	ЯндексМаркет: 5% от цены товара
	СберМегаМаркет: 3% от стоимости заказа; бесплатно, если стоимость заказа до 500 рублей	СберМегаМаркет: 3% от стоимости заказа; бесплатно, если стоимость заказа до 500 рублей

Из данных таблицы 2 отчетливо видно, что сильного отличия в комиссиях за доставку нет, а ключевую роль играет аспект – на чьем складе хранится товар. Основное внимание при выборе модели следует уделять именно расчетам, где хранить будет выгоднее и насколько сильны для продавца требуемые при FBS логистические мощности.

В заключение следует отметить, что идеальной модели или идеального маркетплейса не существует. Однако для минимизации издержек и

максимизации прибыли необходимо совмещать разные схемы [4], отправляя товары с высокой оборачиваемостью на FBO, а более дорогие и менее продаваемые, реализовывая по схемам FBS, что позволит добиться максимально эффективного использования своих логистических возможностей и сокращения затрат на фулфилмент торговых площадок.

Список использованных источников:

1. Андреев А.А. Анализ современного рынка маркетплейсов в России // Современная торговля: теория, практика, инновации: материалы X Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. Пермь, 24 октября – 01 ноября 2022 г. – Пермь: Изд-во Пермского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2022. – С. 74-78.
2. Зотова Е.В. Схемы продаж на площадке маркетплейса СберМегаМаркет // Актуальные вопросы экономики: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. Пенза, 20 декабря 2021 г. – Пенза: Наука и Просвещение, 2021. – С. 89-91.
3. Венде Ф.Д. Логистика: теория и практика / Ф.Д. Венде, Д.В. Швандар, А.А. Арский: под ред. Венде Ф.Д. и Швандар А.А. – Москва: КноРус, 2023. – 242 с.
4. Актуальные вопросы развития логистики и управления цепями поставок: сб. науч. тр. XIV Междунар. конф. студ. (14 мая 2021 г.) / науч. ред. В. И. Сергеев – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. – 203 с.

УДК 364.465

Кузьменко Наталья Викторовна
Kuzmenko Natalia Viktorovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Организация и управление в социальной работе»
Master program “Organization and management in social work”
e-mail: solnyshki_na@mail.ru

**ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЦ
ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА В ПУШКИНСКОМ РАЙОНЕ
Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**FEATURES OF THE SOCIO-CULTURAL ADAPTATION
OF THE ELDERLY IN THE PUSHKIN DISTRICT
OF ST. PETERSBURG**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности социально-культурной адаптации граждан пожилого возраста в Пушкинском районе г. Санкт-Петербурга. Обозначены основные направления реализации государственной политики в сфере социальной защиты пожилых людей, ориентированные на преодоление психологического кризиса, вызванного завершением трудовой деятельности.

Abstract: The article examines the features of the socio-cultural adaptation of elderly citizens in the Pushkin district of St. Petersburg. The main directions of the implementation

of state policy in the field of social protection of the elderly, aimed at overcoming the psychological crisis caused by the termination of employment, are outlined.

Ключевые слова: проблемы граждан пожилого возраста, социально – культурная адаптация, социальная служба, социальная защита, предоставление социальных услуг.

Keywords: problems of elderly citizens, socio-cultural adaptation, social service, social protection, provision of social services.

В настоящее время пожилые люди являются самой уязвимой социальной группой, так как после ухода на пенсию их уровень обеспеченности снижается, что ведет к экономическим и психологическим проблемам. Поэтому необходима не только социальная поддержка, но и адаптация и реабилитация в социокультурном контексте. Подчеркивая социокультурную адаптацию как форму социальной адаптации, мы опираемся на понимание общества как культурного феномена, что было развито и разработано Эмилем Дюркгеймом и П. Сорокиным [3, с. 34].

Социокультурная функция имеет сильное воздействие на личность, мировоззрение и способствует изменению ранее сформированных мотивов, ценностей и установок [4, с. 52]. Сочетая социальные отношения и культуру, социокультурное взаимодействие играет важную роль в межгрупповом и межиндивидуальном общении, и оказывает влияние на процессы, происходящие в повседневной жизни [1, с. 14].

Официально подтверждено, что повышение качества жизни населения является основным приоритетом социальной политики и все органы публичного управления должны стремиться к этой цели, развивая человеческий потенциал. Закон Санкт-Петербурга «О Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года» играет важную роль в законодательной базе города, устанавливая приоритеты для его долгосрочного развития. В рамках этой стратегии реализуется национальный проект «Демография» и региональный проект «Старшее поколение», а основным органом, ответственным за социальную политику, является Комитет по социальной политике.

Районные администрации и органы местного самоуправления занимаются обеспечением развития местного населения, созданием инновационной инфраструктуры для защиты его жизни и здоровья. Важным аспектом является также обеспечение адекватного финансирования учреждений социальной сферы.

Для иллюстрации социальной политики в действии рассмотрим Пушкинский район г. Санкт-Петербурга, где можно обозначить возможности, недостатки и перспективы развития для адаптации граждан пожилого возраста. Пушкинский район г. Санкт-Петербурга расположен в его южной части и имеет уникальные экономико-географические особенности, включая

объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, зеленые зоны, и близость к аэропорту и выставочному центру «Экспофорум».

Население района на 01.01.2023 года составляет 255,6 тыс. человек, из них 20% – люди старше трудоспособного возраста. Пушкинский район изобилует культурными достопримечательностями, такими как музеи, театры и выставочные залы. Пожилым людям предоставляется возможность участвовать в культурных мероприятиях, концертах и спектаклях, что способствует их интеграции в общество.

Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение социального обслуживания населения «Комплексный центр социального обслуживания населения Пушкинского района» играет важную роль в поддержании качества жизни жителей района. Центр предоставляет социальное обслуживание гражданам пожилого возраста, инвалидам трудоспособного возраста с множественными нарушениями развития или умственными нарушениями, а также бездомным гражданам.

Для решения проблемы одиночества пенсионеров в Пушкинском районе необходимо продолжить организацию досуга в социально-досуговых отделениях центра социального обслуживания населения района домах культуры. В соответствии с Указом президента Российской Федерации от 09.11.2022 и Федеральным законом от 28 июня 2014 года, субъекты социальной политики района проводят мероприятия для укрепления межпоколенческих связей. В рамках этих мероприятий пожилые граждане активно участвуют в сборе гуманитарной помощи для участников специальной военной операции. Они также организуют добровольческие уроки по различным ремеслам и проводят патриотические мероприятия. Эти уроки помогают не только избавиться от одиночества, но и сплотить разные поколения. Участие в добровольческой деятельности также способствует социальной реабилитации граждан старшего возраста [2, с. 84].

Изучая проблему адаптации граждан предпенсионного и пенсионного возраста к разнообразию имеющихся услуг и структур, можно выделить несколько причин этого явления. Это связано с несовершенством системы межведомственного взаимодействия и отсутствием эффективной связи между гражданами и государством. Во-вторых, низкий уровень компьютерной грамотности пожилых людей и сложности использования порталов и приложений, предоставляющих государственные и муниципальные услуги. Проблема также заключается в неэффективной системе взаимодействия с поставщиками социальных услуг, длительном оформлении и неудобном расположении отделений Центра организации социального обслуживания (ЦОСО), обусловленных сложной системой межведомственного взаимодействия [5, с. 29].

Согласно инициативам по социально-экономическому развитию Российской Федерации важным аспектом является клиентоцентричность – модель бизнеса, ориентированная на удовлетворение потребностей каждого

клиента. Для информирования населения о деятельности центра социального обслуживания населения Пушкинского района и уровне компьютерной грамотности была запущена программа внедрения современных технологий информирования через официальную группу в социальной сети «ВКонтакте». На данный момент на группу подписано 600 участников, из которых 86% – получатели социальных услуг, 9% – сотрудники организаций, 5% – организации социальной сферы и учреждения культуры. Анализ комментариев и реакций на публикуемый контент в группе позволяет сделать вывод о том, что этот канал обеспечивает информирование не только граждан пожилого возраста, но и предпенсионного, что увеличивает шансы на получение социальных услуг вовремя.

В настоящее время осуществляют свою деятельность отделения, расположенные в центре города Пушкина, города Павловска, поселка Шушары, на территории Ленсоветовский. За 2023 год оказано более 81 000 социальных услуг.

Открытие новых социально-досуговых отделений центра социального обслуживания должно производиться с учетом потребности в них граждан, проживающих на территории муниципальных образований района. Предлагается открыть новое отделение на территории МО город Пушкин и МО поселок Александровская с охватом 650 чел. в год в связи с отсутствием учреждений, оказывающих досуговые услуги.

Необходимо учитывать, что любые финансовые проекты, направленные на социальное обслуживание, несут высокую степень отсутствия определённости сроков реализации и прогноза спроса потребителя. При этом цены и финансирование из бюджетных средств социальной сферы отличаются от классического рыночного подхода. Эти проблемы уменьшают возможности оценки экономического потенциала.

План перспективного увеличения участия граждан пожилого возраста способствует решению проблем активного старения, а также направлен на улучшение имиджа учреждений социальной сферы в глазах граждан и может быть применен в других сферах предоставления социальных услуг при необходимости.

Список использованных источников:

1. Блохина И.М., Дрофа М.А., Задорожный Д.А. Социальная политика и ее основные направления в РФ // Вестник Академии знаний. 2021. №3 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-politika-i-ee-osnovnye-napravleniya-v-ros-siyskoy-federatsii>
2. Попкова, Т.А. Феномен "межпоколенческого взаимодействия": понятия, подходы к его изучению / Т.А. Попкова, М.А. Петров // Приоритетные направления развития гуманитарно-экономического образования в современной России: Тезисы межвузовской научно-теоретической конференции, Тверь, 27 декабря 2011 года / Московский

гуманитарно-экономический институт, Тверской филиал. – Тверь: Московский гуманитарно-экономический институт, Тверской филиал, 2011. – С. 84-86. – EDN PMHYJX

3. Селиверстова Н.С. Адаптация пожилых людей / Н.С. Селиверстова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 13 (117). – С. 883-885. – URL: <https://moluch.ru/archive/117/32505/>

4. Социология / Э.Б. Авакова, А.Н. Асадов, М.А. Петров, К.А. Прозоровская. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2015. – 155 с. – ISBN 978-5-7310-3375-6. – EDN VOVTOP

5. Шаметкина Т.В. Роль социально-культурной деятельности в адаптации пожилых людей в современном социуме // Материалы XII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL: <https://scienceforum.ru/2020/article/2018020723>

УДК 659.127.3

Кулюдина Анна Сергеевна
Kulyudina Anna Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегические коммуникации в бизнесе»
Master program “Strategic communications in business”

e-mail: annakulyudina@bk.ru

**РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
В СОЗДАНИИ И РАЗВИТИИ МОДНОГО БРЕНДА
(НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ МАРКИ ОДЕЖДЫ 12STOREEZ)**

**THE ROLE OF STRATEGIC COMMUNICATIONS
IN THE CREATION AND DEVELOPMENT
OF A FASHION BRAND (USING THE EXAMPLE
OF THE RUSSIAN CLOTHING BRAND 12STOREEZ)**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности стратегических коммуникаций в создании и развитии модного бренда на примере российской марки одежды «12Storeez». Автор определяет особенности коммуникационной стратегии в сфере моды, выявляет систему каналов, технологий и инструментов, которые будут универсальны и успешны для продвижения модного бренда.

Abstract: The article discusses the features of strategic communications in the creation and development of a fashion brand using the example of the Russian clothing brand "12Storeez". The author identifies a system of communication technologies that will be universal and successful for the promotion of a fashion brand. The author also defines a feature of the fashion brand's communication technologies.

Ключевые слова: индустрия моды, стратегические коммуникации, коммуникационная стратегия, личный бренд, модный бренд.

Keywords: fashion industry, strategic communications, communication strategy, personal brand, fashion brand.

Коммуникационная стратегия – это программа действий, которая направлена на выстраивание общения компании со своей целевой аудиторией. Она глобальна и идеологически продумана, включает в себя миссию, философию, видение, ценности компании. Стратегические коммуникации при создании и развитии модного бренда способствуют достижению следующих целей:

- увеличение осведомленности о деятельности бренда;
- увеличение продаж;
- рост прибыли;
- создание пула лояльных потребителей;
- эффективная коммуникация со стейкхолдерами и др.

Существует множество технологий, каналов и инструментов стратегических коммуникаций, которые используются в рамках реализации коммуникационной стратегии для достижения стратегических целей базисного субъекта. В сфере модной индустрии, как и в любой другой, можно выделить наиболее эффективную систему каналов, технологий и инструментов стратегических коммуникаций с целью успешного продвижения модного бренда.

Для этого мы проведем бенчмаркинг бренда одежды «12Storeez» – компания занимает лидирующие позиции на российском рынке в премиум-сегменте (до 2022 года компания позиционировала себя в среднем ценовом сегменте [2]). «12Storeez» – российская марка одежды, которой в 2024 году исполнилось 10 лет. Нас заинтересовал кейс этого бренда, поскольку он начал приносить прибыль уже в первый месяц после запуска. С тех пор, доход бренда кратно увеличивается из года в год [2]. Проект появился в начале 2014 года как аккаунт в социальных сетях. Идея пришла Ивану Хохлову – в то время предприниматель занимался строительным бизнесом и учился в школе «Сколково» на программе МВА. Там он придумал стартап – марку одежды, Иван предложил запустить дело Ирине и Марине Голомаздиным. Ирина к тому моменту 11 лет работала в сфере фешн, а Марина занимала должность директора отдела моды в журнале «Cosmopolitan Shopping».

Итак, изучив предысторию создания бренда «12Storeez» мы видим, что у всех 3-х основателей к моменту его запуска уже был сформирован личный бренд, так у девушек в социальных сетях было несколько тысяч подписчиков, которые и стали первыми клиентами бренда. Личный бренд – это эффективный инструмент, который дает возможность продвинуть новый проект и монетизировать его, поскольку доверительные отношения с аудиторией у обладателя личного бренда уже сформированы.

Перейдем к анализу технологий, инструментов и каналов коммуникаций, которые использует марка «12Storeez». Для взаимодействия с потребителями бренд использует следующие каналы:

1. Социальные сети: Telegram, ВКонтакте. Помимо постов об изделиях и новых коллекциях, в социальных сетях «12Storeez» публикуют истории о развитии бренда, рассказывают, как они развивались, через какие трудности проходили.

2. Youtube-канал – на нем публикуются интервью от создателей бренда на темы «как все начиналось», «секреты семейного счастья», «готовим пирожки вместе с мамой», «что нас вдохновляет» – через эти видео создатели транслируют семейные ценности, создают ассоциации теплота с брендом «12Storeez». Также на Youtube-канале публикуются видео со стилизацией одежды бренда, для этих видео приглашаются известные стилисты и актеры, например: Екатерина Мухина, Александр Рогов, Ксения Соловьева, Владимир Познер.

3. Блог на сайте – в нем публикуются письменные интервью от известных представителей разных профессий: рестораторов, строителей, спортсменов, деятелей искусства, организаторов благотворительных проектов и других [4]. Благодаря этому формату «12Storeez» интегрирует свою одежду во все сферы жизни, привлекая таким образом новую аудиторию.

Бренд «12Storeez» в своей коммуникационной стратегии активно использует технологию инфлюенс-маркетинга. У марки есть пул лояльных блогеров, нишевых экспертов, которые регулярно публикуют в своих сетях новинки бренда. Презентуя коллекции, «12Storeez» выпускает короткометражные фильмы, в которых представлены и изделия, и ценности бренда. Также для презентаций коллекций создатели марки «12Storeez» приглашают друзей бренда во флагманские магазины, где они лично встречают гостей и общаются с ними.

Еще одна технология коммуникационной стратегии «12Storeez» – создание коллабораций. Например, одна из последних коллабораций марки была с ресейл-платформой OSKELLY. Так бренд поддерживает политику устойчивого развития и экологическую повестку дня. Помимо этого, бренд регулярно организует в своих флагманских магазинах коллаборации с пекарнями, кофейнями, цветочными магазинами, создавая с их помощью дополнительный стимул посещения оффлайн пространств бренда. Таким образом, проанализировав коммуникации «12Storeez» мы видим, что все проекты бренда согласованы и направлены на создание комьюнити лояльных клиентов и друзей бренда. Об этом говорит и статистика – 70-80% продаж у марки – от повторных покупателей [3].

Подводя результаты бенчмаркинга бренда «12Storeez», определим основные факторы, которые способствуют успешному продвижению и развитию модного бренда. Во-первых – это личный бренд основателей, который

обеспечит первых покупателей. Во-вторых – это комьюнити бренда, которое создается с помощью различных каналов и инструментов: интервью, взаимодействие с инфлюенсерами, организация мероприятий, создание программы лояльности, сторителлинг и другие. Особенность коммуникационной стратегии модного бренда заключается в её аудитории. Ключевые сообщения, каналы и инструменты должны быть ориентированы на её ценности и на достижение одной цели – создание эмоциональной связи с брендом.

Список использованных источников:

1. Гавра, Д.П. Стратегические коммуникации и тексты стратегических коммуникаций: к теоретическому обоснованию категорий // Российская школа связей с общественностью. – 2021. – №22. – С. 10-30.
2. Глава 12 Storeez – о переходе в премиум и мечте построить глобальный бренд [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://style.rbc.ru/people/62fe32c99a7947baf0f2bc0e> (дата обращения 15.04.2024).
3. 12 Storeez: как арке одежды растить лояльность клиентов через приложение [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://handh.ru/post/12storeez_case (дата обращения 15.04.2024).
4. Корпоративный сайт 12 Storeez [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://12storeez.com/about/stories> (дата обращения 15.04.2024).

УДК 336.64

Кургузов Николай Владимирович

Kurguzov Nikolai Vladimirovich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные финансы и оценка бизнеса»

Master program “Corporate Finance and Business Valuation”

e-mail: nikolaikurguzov82022@gmail.com

**МИРОВАЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА ESG-РЕЙТИНГОВАЯ
КОРПОРАЦИЙ В ЦЕЛЯХ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ
О ФИНАНСИРОВАНИИ
ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КОРПОРАЦИЙ**

**FOREIGN AND RUSSIA’S PRACTICE OF ESG-RANKING
OF CORPORATIONS FOR DECISION MAKING
IN INVESTMENT PROJECTS FINANCING**

Аннотация: Данная работа посвящена раскрытию темы ESG-рейтингования корпораций для принятия инвестиционных решений. Подробно описываются современные подходы и практики рейтингования корпораций в контексте принципов ESG.

Даётся характеристика современным методам принятия решений о финансировании инвестиционных проектов корпораций исходя из позиций корпорации в данном рейтинге.

Abstract: This work is devoted to the disclosure of the topic of ESG rating of corporations for making investment decisions. Modern approaches and practices of rating corporations in the context of ESG principles are described in detail. A characteristic is given to modern methods of making decisions on financing investment projects of corporations based on the positions of the corporation in this rating.

Ключевые слова: ESG-рейтинг, ESG-повестка, нефинансовая отчётность, методология ESG-рейтингования корпораций.

Keywords: ESG rating, ESG agenda, non-financial reporting, ESG rating methodology for corporations.

Сегодня компании вынуждены использовать глобальные стандарты от рейтинговых агентств, так как до сих пор не разработано единого унифицированного ESG-кода. Поэтому для исследователей актуальным является вопрос возможности сопоставить такие рейтинги [1]. Как правило, если компания ориентируется на ESG-повестку, то она является более привлекательной для инвесторов. Причина заключается в росте интереса к ответственному инвестированию. Далее мы убедимся, что, по большей части, ESG-рейтинги близко дополняют друг друга.

Если обратиться к документу S&P Global ESG Scores Methodology (2022), можно увидеть следующие вопросы раскрытия нефинансовой информации компании:

- 1) Осведомленность об актуальности и влиянии на драйверы создания ценности и заинтересованные стороны (на «стейкхолдеров»),
- 2) Количественная оценка риска и потенциальных возможностей,
- 3) Реализация стратегий по управлению рисками в области устойчивого развития или использование связанных с ними возможностей способом, соответствующим текущим бизнес-моделям,
- 4) Измерение результатов в соответствии с утвержденными ключевыми показателями эффективности (КПЭ) и метриками для оценки эффективности стратегии устойчивого развития,
- 5) Подтверждение или внешний аудит отчетов,
- 6) Прозрачное информирование о стратегиях корпоративной устойчивости и степени, в которой были заявлены и достигнуты целевые показатели.

Критерии близко коррелируют с вышеупомянутыми вопросами повестки. У MSCI анализ ориентирован целиком на интересы потенциальных инвесторов. Они уже более 40 лет исследуют вопросы, связанные с ESG-повесткой, включая моделирование и оценку компаний. Компания использует три степени соответствия ESG-повестке:

1) CCC-B – для ESG-рисковых («laggard») предприятий, отстающие от своей отраслевой базы из-за высокой подверженности ESG-рisku и неспособных ими в должным образом управлять.

2) BB-BBB-A – для компаний со средним уровнем риска. Как правило, они обладают смешанным или заурядным опытом управления наиболее значимыми ESG-рисками и ESG-возможностями по сравнению со своими отраслевыми конкурентами.

3) AA-AAA – для компаний-лидеров в своей отрасли в области управления значимыми рисками и возможностями ESG-стандартов.

По словам агентства, они работают с более чем 1700 клиентов по всему миру для информирования об ESG-повестке и совершенстве собственных методик оценки компаний относительно ESG-рисков.

Компания ISS, в то же время, имеет более разветвленную методологию присвоения ESG-критерия. Она состоит из 5 уровней:

1) Результирующий балл ESG Corporate Rating Total Score,

2) Пространственный уровень, который распадается на экологическую и социально-управленческую категорию,

3) Уровень категорий: для экологической – это персонал и поставщики, социальная ответственность и ответственность за продукт, корпоративное управление и бизнес-этика; для социально-управленческой – менеджмент в сфере экологии, продукты и услуги компании и экологическая эффективность.

4) Последний уровень раскрывает категории более подробно.

В России существует также немалое количество ESG-рейтингов. Индексы РСПП делятся на три вида:

1) Индекс «Ответственность и открытость» («А»-«В+»-«В»-«С»),

2) Индекс «Вектор устойчивого развития» (А-В-С),

3) Индекс раскрытия информации по целям в области УР/КСО

Первый сфокусирован на количественной информации финансового характера на 4 уровнях: «отчетность», «иллюстрация», «декларация», «нулевой». Второй строится на результатах первого индекса и рассматривает количественные финансовые показатели компании в динамике. Индекс включает три показателя: «руководство», «управление рисками», «наличие количественных целевых ориентиров».

Более детальную методику используют эксперты из Агентства Expert. Она также состоит из трех компонентов, а веса различаются в зависимости от отрасли, регионов и городских округов. Также новацией является использование стресс-факторов и факторов поддержки, которые действуют как коэффициенты чувствительности на итоговый компонент. К стресс-факторам относят случаи нарушения законодательства и нега-

тивная деловая репутация компании. Агентство также внесло в свою методологию шкалу распределения весов. Так, для финансовых организаций фактор окружающей среды составляет 15%, общества – 40%, качества управления – 45%, соответственно. Для остальных: 30%, 35% и 35%, соответственно.

Отдельно стоит остановиться на свежих рекомендациях от Банка России от 2023 года. Целью является «гармонизация ESG-рейтингов», то есть, чтобы последние были прозрачны, сопоставимы и наглядны. Они предназначены для составителей ESG-рейтингов и иных пользователей, которые вовлечены в ESG-повестку, включая компании, которые проходят через процесс рейтингования. Банк России останавливается на следующих моментах: 1) обеспечить качество и прозрачность ESG-рейтингов; 2) работать над развитием квалификации и человеческим капиталом внутри агентств; 3) обеспечить независимость агентства и минимизировать конфликт интересов; 4) развивать коммуникацию с пользователями и рейтингуемыми лицами.

Список использованных источников:

1. Кулибанова, В.В., Тэор, Т.Р., Ильина, И.А., Шарахина, Л.В. Развитие ESG-повестки в РФ на региональном уровне // *π-Economy*. – 2022. – Т. 15. – №15. – С. 95-110. – DOI 10/18721/JE.15506
2. Методология составления индексов РССП по устойчивому развитию (ESG-индексов) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rspp.ru/upload/content/30f/u3t01jckx3ladp5oajslbm0czvjyg2ny/Metodika_2023.pdf (дата обращения: 25.03.2024).
3. Рекомендации по разработке методологии и присвоению ESG-рейтингов (рейтингов устойчивого развития) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/Crosscut/LawActs/File/6225> (дата обращения: 25.03.2024).
4. Методология присвоения рейтингов ESG [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://raexpert.ru/docbank//57b/a7d/e85/35827e11353acf8098e2db0.pdf> (дата обращения: 25.03.2024).
5. ESG Ratings [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-ratings> (дата обращения: 25.03.2024).
6. ESG Corporate Rating. Methodology and Research Process [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.issgovernance.com/file/products/iss-esg-corporate-rating-methodology.pdf> (дата обращения: 25.03.2024).
7. S&P Global ESG Scores 2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.spglobal.com/esg/documents/sp-global-esg-scores-methodology-2022.pdf> (дата обращения: 25.03.2024).

Курилова Юлия Витальевна

Kurilova Iulia Vitalievna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative personnel-technology and career management”

e-mail: curilovaiulia@yandex.ru

**ЦИФРОВАЯ РЕПУТАЦИЯ БРЕНДА
В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ:
РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ**

**DIGITAL BRAND REPUTATION IN THE FIELD
OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT:
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AND ONLINE PLATFORMS**

Аннотация: Сегодня на рынке труда остро стоит проблема дефицита рабочей силы. Компании вынуждены использовать различные инструменты для привлечения и удержания персонала. В статье исследуется роль социальных медиа и онлайн-платформ в создании положительного цифрового образа бренда работодателя. Рассмотрены механизмы управления репутацией в сети Интернет, а также преимущества разработки сильного HR-бренда.

Abstract: The problem of labor shortage is acute in the labor market today. Companies are forced to use various tools to attract and retain staff. The article explores the role of social media and online platforms in creating a positive digital image of an employer's brand. The mechanisms of reputation management on the Internet are considered, as well as the advantages of developing a strong HR brand.

Ключевые слова: HR-бренд, бренд работодателя, социальные сети, социальные медиа и онлайн-платформы, цифровая репутация.

Keywords: HR brand, employer brand, social networks, social media and online platforms, digital reputation.

В условиях современного экономического спада и демографических изменений, компании сталкиваются с рядом проблем, которые могут стать серьёзными препятствиями для их развития. Одной из стратегий преодоления кризиса является привлечение и удержание квалифицированного персонала, способного создать ощутимый перевес в противостоянии компаний за ведущие позиции на рынке. Именно специалисты высокого уровня способны улучшить репутацию организации и вывести её на новый уровень, что, в свою очередь, увеличит прибыль и имидж компании. При этом самым простым путем найма и сохранения персонала считается самостоятельный выбор человеком своего места работы.

Для привлечения таких специалистов должна быть разработана концепция профессионального роста, социальной активности, поощрений и другой мотивации, которая будет стимулировать работника к выделению данной компании из списка прочих [2].

В процессе мышления человек создаёт в своём воображении различные образы, формируя их на основании всей доступной информации. Сложившееся положительное видение организации может стать гарантом привлечения нужных кадров. Это приводит компании к необходимости развивать индивидуальный бренд работодателя, транслирующий ее уникальный образ для ключевых стейкхолдеров [3; 5].

Впервые термин «Бренд работодателя» был использован в конце XX в. основателем консалтинговой компании People in Business (PiB) Симоном Бэрроу и старшим научным сотрудником Лондонской школы бизнеса Тимом Эмблером в одноименной статье, где авторы применили маркетинговые инструменты бренд-менеджмента в сфере управления человеческими ресурсами. Данный метод продемонстрировал свою результативность и применяется по настоящее время.

Согласно статистике Росстата, среднегодовой уровень безработицы в 2023 году составил 3,2%, что является минимальным показателем с начала наблюдения. Аналогичные результаты демонстрирует исследование компании HeadHunter, согласно которому большинство опрошенных абсолютно согласны с тем, что дефицит кадров останется фундаментальной проблемой рынка труда в 2024 году. Среди компаний 71% отмечает усложнение процесса поиска и найма персонала, а 37% организаций сообщает об увеличении текучести кадров [7]. Главными внешними причинами усиления дефицита кадров бизнес видит внешние события (62%), нехватку специалистов с необходимыми навыками и квалификацией (52%) и демографию (46%). В тройку основных внутренних причин нехватки персонала входят: неконкурентный уровень заработной платы – 49%, недостаточное развитие бренда работодателя – 35%, непривлекательные условия труда – 30%. На основании вышеизложенного можно отметить необходимость применения HR-брендинга для решения проблемы нехватки кадров и повышения эффективности деятельности компаний.

В дальнейшей работе под брендом работодателя или HR-брендом будет пониматься образ организации, как идеального места работы для целевой группы людей. Формирование бренда работодателя способствует возникновению ряда положительных эффектов для компании:

1. Сокращение затрат на подбор и удержание специалистов [6, с. 28].
2. Повышение лояльности, мотивации и вовлечённости в работу персонала организации.
3. Рост уникальности и узнаваемости компании для целевой аудитории.

Обратимся к более подробному рассмотрению цифровой репутации работодателя как важного элемента HR-бренда. Она представляет собой восприятие компании как места работы, сформированное на базе общедоступных данных во всемирной информационной сети, и включает в себя любые упоминания мнений сотрудников компании, соискателей и других лиц, проявляющих интерес к организации, а также отношение к компании со стороны деловых партнёров и известных личностей. Кроме того, цифровой имидж отражает информацию о корпоративных ценностях, условиях труда и других аспектах работы в компании.

Цифровая репутация выступает в качестве необъективной концепции, поскольку она формируется с использованием всего объёма доступной информации, включая как достоверные, так и недостоверные данные, и впоследствии преломляется через призму личного восприятия каждого индивида. Общественное мнение динамично, в силу чего поддается управлению и корректировкам. В случае отсутствия контроля имидж компании может претерпеть изменения как в позитивную, так и в негативную сторону, что может вызвать как рост уровня доверия, так и потерю квалифицированных кадров. Потенциальный соискатель должен быть убеждён, что вакансия в этой компании – это «работа его мечты». Ещё до собеседования он анализирует встречающуюся в интернете информацию о предполагаемом месте работы. При наличии множества положительных отзывов вероятность трудоустройства в данную организацию будет максимальной.

Для управления цифровым имиджем работодателя применяются инструменты маркетинга SERM и ORM [4, с. 59]. Они помогают обнаружить и ослабить воздействие негативных отзывов о компании, ликвидировать их, заменив контент на положительный.

ORM предполагает управление имиджем компании в интернете, формирование позитивной информационной среды, воздействие на отношение к бренду в сети. Специалисты ежедневно отслеживают положительные и отрицательные упоминания в сети, анализируют, создают и реализуют планы, направленные на укрепление репутации бренда.

SERM предоставляет инструментарий для управления имиджем работодателя в поисковых системах, путём продвижения в топ поиска позитивных отзывов о бренде. Еженедельно специалисты-маркетологи анализируют топ-20 поисковой выдачи, проводя количественную оценку негативных и позитивных упоминаний. На основе полученных данных разрабатывается и реализуется стратегия, направленная на замещение негативных упоминаний позитивными в поисковой выдаче.

В настоящее время работодатели всё чаще взаимодействуют с потенциальными работниками через социальные медиа и онлайн-платформы, используя их для управления репутацией в сети. Эти инструменты предостав-

ляют возможность знакомить аудиторию с ценностями компании, её корпоративной культурой, а также привлекать потенциальных работников и выстраивать диалог с кандидатами. Социальные медиа также удобны для отслеживания обратной связи, вопросов, мнений и отзывов о работе в компаниях. Они могут быть эффективно использованы для формирования и продвижения HR-бренда.

Социальные медиа являются разновидностью онлайн-платформ и предназначены для взаимодействия между пользователями. Они предоставляют возможность обмениваться информацией, общаться, создавать и просматривать контент. К социальным медиа относятся: социальные сети, блоги, форумы, видеохостинги, фотохостинги и др. Социальные медиа позволяют создать узнаваемый и привлекательный образ компании, а также установить более тесный контакт с целевой аудиторией. Исследование Brand Analytics, проведённое в октябре 2022 года в сравнении с аналогичным периодом 2021 года, подтверждает постоянный рост аудитории социальных сетей. Так, количество авторов в социальной сети «ВКонтакте» в 2022 году увеличилось на 3,4 миллиона по сравнению с предыдущим годом и составило 28 миллионов. В Telegram прирост составил 6,2 миллиона авторов, а общее количество пользователей достигло 10,5 миллиона [8].

Онлайн-платформы – это более широкое понятие, которое включает в себя различные виды сервисов, доступных через интернет. Последние представлены маркетплейсами, стриминговыми сервисами, сайтами объявлений, агрегаторами услуг, образовательными платформами и т. Д. Они предоставляют организациям возможность создания профессионального сайта или лендинга, где можно подробно рассказать о своей деятельности, корпоративной культуре, вакансиях и преимуществах работы в компании. Здесь же можно размещать отзывы сотрудников, видеоинтервью и другие материалы, способные помочь потенциальным кандидатам лучше понять компанию и её ценности.

Согласно исследованию HH.ru и Dream Job отзывы о работодателе входят в тройку самых значимых факторов для соискателей (4,2 из 5) при принятии решения об отклике на вакансию и занимают второе место после информации об уровне заработной платы (4,5) [1]. На третьем месте (4,1) по важности – интересные задачи и проекты, которыми предстоит заниматься потенциальному сотруднику компании. Большинство респондентов (95%) читают отзывы, прежде чем откликнуться на вакансию или принять предложение о работе. 43% опрошенных заявили, что ответы самой компании на отзывы о ней меняли их мнение о работодателе, даже если отзыв был негативным. Наиболее востребованными источниками отзывов для соискателей являются популярные поисковые системы (76%) и сайты по поиску работы (70 %). В то же время значительно реже соискатели ориентируются на отзывы действующих сотрудников (17%) и мнение людей в чатах Telegram-каналов (13%).

Соответственно, социальные медиа больше подходят для создания эмоциональной связи с аудиторией, а онлайн-платформы – для предоставления подробной информации о компании и её предложениях. Оценить эффективность деятельности по формированию и развитию цифрового бренда работодателя можно с помощью таких показателей, как коэффициент кликабельности (CTR), стоимость одного клика (CPC), стоимость привлечения одного потенциального кандидата (CPL), коэффициент вовлечённости [9].

Социальные медиа и онлайн-платформы являются мощным инструментом для формирования цифровой репутации и HR-бренда компаний. Они дают возможность организациям взаимодействовать с потенциальными и действующими сотрудниками на более глубоком уровне и предоставляют следующие преимущества: привлечение и удержание талантливых сотрудников; формирование положительного имиджа компании; вовлечение сотрудников в корпоративную культуру и процессы; мониторинг обратной связи о компании.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что социальные медиа и онлайн-платформы предоставляют массу возможностей для формирования сильного HR-бренда и позволяют использовать разнообразные каналы взаимодействия с аудиторией, благодаря чему формируется желаемый образ компании в мыслях и ассоциациях у людей.

Список использованных источников:

1. 5 причин начать работать с отзывами сотрудников о компании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://spb.hh.ru/article/29611> (дата обращения: 29.02.2024)/
2. Анализ применения машинного обучения и нейросетей в управлении человеческими ресурсами на примере кейсов внедрения ботов / Н.Н. Покровская, В.А. Спивак, М.А. Петров, С.О. Снисаренко // Проектирование и обеспечение качества информационных процессов и систем: Сборник докладов Международной конференции, Санкт-Петербург, 15–17 марта 2022 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина), 2022. – С. 99-103. – EDN FVUTBO
3. Гриднева, М.А. Кадровый консалтинг и аудит: Учебное пособие / М.А. Гриднева, М.А. Петров, О.А. Попазова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 87 с. – ISBN 978-5-7310-4682-4. – EDN CYMEQY
4. Митяева О.А. Маркетинговый подход к управлению цифровой репутацией образовательной организации // Экономические системы. – 2022. – Том 15. – №4(59). – С. 53-63.
5. Петров, М.А. Маркетинг персонала / М.А. Петров, К.А. Прозоровская. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – 76 с. – ISBN 978-5-7310-4068-6. – EDN YPEOPE
6. Петрякова С.В., Фатеева Н.Б., Кухарь В.С., Симачкова Н.Н., Петрова Л.Н. Роль и значение HRбренда // Образование и право. – 2023. – №5. – С. 25-29.

7. Рынок труда в 2023 и ожидания от 2024 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://spb.hh.ru/article/research?ysclid=lv5bbaxuf558141352> (дата обращения: 29.02.2024).

8. Черный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://youtu.be/pWKis5Ps9lk> (дата обращения: 27.02.2024).

9. Metacognitive Strategies of Social Intelligence and Creativity Through Digital Communication Tools / N.N. Pokrovskaja, S.O. Snisarenko, V.A. Spivak, M.A. Petrov // Technology, Innovation and Creativity in Digital Society, St. Petersburg, 26–27 октября 2021 года. Vol. 345. – St. Petersburg: Springer Nature Switzerland, 2022. – P. 573-588. – DOI 10.1007/978-3-030-89708-6_48. – EDN GEAABD

10. Suleimankadieva, A.E. Strategic prospects for the development of human capital in the context of singularity and intellectualization of the Russian economy / A. E. Suleimankadieva, M. Petrov, O. Popazova // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, St. Petersburg, 21–22 ноября 2019 года. – St. Petersburg, 2020. – P. 012092. – DOI 10.1088/1757-899X/940/1/012092. – EDN SFHHWD

УДК 332.142.2

Левковская Полина Владимировна

Levkovskaia Polina Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Анализ данных в экономике»

Master program “Data Analysis in Economics”

e-mail: plevkovskaya@mail.ru

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ В РАЗРЕЗЕ СУБЪЕКТОВ РФ

QUALITY OF LIFE ANALYSIS IN THE CONTEXT OF RUSSIAN REGIONS

Аннотация: в работе рассматривается понятие «качество жизни», его отличие от понятия «уровень жизни», а также возможность проведения типологизации субъектов Российской Федерации с помощью кластерного анализа на основе показателей целей устойчивого развития.

Abstract: The paper discusses the concept of quality of life, its difference from the standard of living, and the possibility of typologizing Russian regions using cluster analysis based on indicators of sustainable development goals.

Ключевые слова: кластерный анализ, цели устойчивого развития, качество жизни.

Keywords: cluster analysis, sustainable development goals, quality of life.

Понятие «качество жизни» не имеет четкого определения, его формулировка зачастую зависит от направления деятельности исследователей.

Тем не менее, некоторые авторы используют термины «качество жизни» и «уровень жизни» как взаимозаменяемые. Однако, понятие «качества» шире, чем «уровень», уровень отражается в основном социально-экономическими показателями, отражающими благосостояние человека [1, с. 33].

Качество включает в себя уровень жизни, но также учитывает и экологические факторы, политическую обстановку, социальное благополучие и психологический климат [1, с. 34]. То есть, качество жизни – характеристика комплексная, охватывает сразу несколько аспектов и нуждается в выражении не только через «объективные» показатели (количественные статистические данные), но и «субъективные» – оценочные, полученные непосредственно от граждан.

Некоторые авторы упоминают сложность применения интегральных показателей оценки качества жизни, так как трудности возникают на этапе выбора весов для компонентов оценки [2, с. 107]. Одним из известных показателей, который можно назвать показателем качества жизни, является ИЧР [1, с. 34], так как он отражает как данные о валовом национальном доходе (социально-экономический фактор), так и нематериальные аспекты.

В России же исследователи чаще ориентируются на статистические показатели, так как они собираются и публикуются регулярно, в то время как субъективные собираются чаще разово либо не на регулярной основе с помощью социологических обследований.

Ещё одним показателем качества жизни можно назвать цели устойчивого развития (ЦУР), которые стали преемниками 8 целей развития тысячелетия, принятых Организацией объединенных наций (ООН) в 2000 году. В 2015 году список целей был расширен до 17 и опубликован в резолюции ООН «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030» [3, с. 179]. ЦУР охватывает все аспекты, понимаемыми как составляющие части качества жизни: социальные, экономические, экологический, а также политические (включая гендерное неравенство). Для достижения ЦУР в Российской Федерации был принят ряд нормативно-правовых актов, в том числе Стратегия устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года.

В рамках исследования, основной целью которого являлась типологизация субъектов РФ по качеству жизни, была подготовлена база показателей по 85 субъектам. Данные были взяты с раздела ЦУР официального сайта Росстата [4]. Из 183 перечисленных показателей были отобраны те, которые рассчитываются по субъектам, а также данные по которым можно найти в свободном доступе. Таким образом, пригодными для анализа оказались только 33 показателя, которых характеризуют 14 ЦУР (не удалось отобрать показатели по целям: 13 – борьба с изменением климата и его последствиями, 14 – сохранение морских экосистем, и 16 – мир, правосудие и эффективные институты).

Дальнейший анализ проводился с помощью среды RStudio и языка программирования R. После подготовки базы данных за 2022 год по 33 показателям был проведен препроцессинг данных, в том числе пропущенные значения были заполнены средним значением по показателю (таких показателей оказалось 8), а также стандартизация данных.

Далее с помощью метода каменистой осыпи было определено оптимальное количество кластеров для дальнейшей кластеризации, их оказалось 5. Кластеризация проводилась с помощью метода k-means, в результате было получено 5 кластеров: в 1 кластер вошло 6 субъектов, во 2–14 субъектов, в 3–38 субъектов, в 4–24 субъекта, а в 5–3 субъекта. Как видно на рисунке, 1 и 5 кластеры выделены достаточно хорошо, в то время как 3 кластер перемежается со 2 и 4 кластерами. Результаты кластеризации указаны на рисунке 1.

Кластер	Субъекты
1	Кабардино-Балкарская Республика; Карачаево-Черкесская Республика; Республика Дагестан; Республика Ингушетия; Республика Северная Осетия – Алания; Чеченская Республика
2	Белгородская область; Воронежская область; Липецкая область; Московская область; г. Москва; г. Санкт-Петербург; Республика Адыгея (Адыгея); Краснодарский край; Ростовская область; г. Севастополь; Ставропольский край; Республика Башкортостан; Республика Татарстан (Татарстан); Тюменская область (без АО).
3	Брянская область; Владимирская область; Ивановская область; Калужская область; Костромская область; Курская область; Орловская область; Рязанская область; Смоленская область; Тамбовская область; Тверская область; Тульская область; Ярославская область; Архангельская область (без АО); Вологодская область; Калининградская область; Ленинградская область; Новгородская область; Псковская область; Республика Калмыкия; Республика Крым; Астраханская область; Волгоградская область; Республика Марий Эл; Республика Мордовия; Удмуртская Республика; Чувашская Республика – Чувашия; Кировская область; Нижегородская область; Оренбургская область; Пензенская область; Самарская область; Саратовская область; Ульяновская область; Курганская область; Челябинская область; Омская область; Томская область.
4	Республика Карелия; Республика Коми; Мурманская область; Пермский край; Свердловская область; Республика Алтай; Республика Тыва; Республика Хакасия; Алтайский край; Красноярский край; Иркутская область; Кемеровская область – Кузбасс; Новосибирская область; Республика Бурятия; Республика Саха (Якутия); Забайкальский край; Камчатский край; Приморский край; Хабаровский край; Амурская область; Магаданская область; Сахалинская область; Еврейская автономная область; Чукотский автономный округ.
5	Ненецкий автономный округ; Ханты-Мансийский автономный округ – Югра; Ямало-Ненецкий автономный округ

Рисунок 1 – Распределение субъектов по 5 кластерам

Из рисунка 1 становится ясно, что в кластер под номером 1 попали 5 республик, которые относятся к Северо-Кавказскому федеральному округу. В кластер под номером 2 попали города федерального значения (а именно Санкт-Петербург, Москва и Севастополь), а также большая часть субъектов Центрального федерального округа и Южного федерального округа. В кластер под номером 3 состоит из практически всех субъектов Приволжского федерального округа, а также из оставшихся субъектов, не вошедших в иные кластеры. В кластер под номером 4 попали все субъекты, которые входят в состав Дальневосточного федерального округа, большая

часть субъектов Сибирского федерального округа. В кластер под номером 5 попали те автономные округа, которые являются частью иных субъектов.

Далее значения всех показателей были сгруппированы по кластерам и высчитаны средние величины, результаты приведены на рисунке 2, некой тепловой картой факторов – чем темнее квадрат, тем хуже показатель.

Показатели/Кластер	1	2	3	4	5
Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности (1)	19.25	8.19	11.91	13.68	6.90
Реальные денежные доходы населения, в процентах к предыдущему периоду (2)	99.62	99.04	97.53	99.05	101.80
Индексы производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах, в процентах к предыдущему году) (9)	109.13	109.77	110.48	103.68	93.50
Доля домохозяйств, указавших при оценке своего материального положения на нехватку денег на еду (7)	0.00	0.01	0.08	0.14	0.00
Коэффициент материнской смертности, человек на 100000 родившихся живыми (11)	16.37	12.64	21.20	27.38	13.71
Доля граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом, % (23)	48.58	55.44	51.53	51.44	53.97
Ожидаемая продолжительность здоровой жизни, лет (24)	61.27	59.24	57.95	55.20	54.90
Смертность от новообразований, в том числе от злокачественных, на 100 тыс. населения (26)	99.23	176.21	212.03	197.35	142.90
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет (46)	76.12	73.87	71.63	69.50	73.66
Валовой коэффициент охвата образовательными программами высшего образования - программами бакалавриата, специалитета, магистратуры, в процентах от численности населения в возрасте 17-25 лет, % (53)	17.23	34.44	29.63	20.69	12.91
Доля взрослых, обладающих навыками в области информационно-коммуникационных технологий, % (54.1)	70.15	78.90	75.07	76.98	81.83
Доля молодежи, обладающей навыками в области информационно-коммуникационных технологий, % (54.2)	84.28	95.10	94.97	92.22	96.57
Доля обучающихся общеобразовательных организаций в возрасте 10 и более лет, не достигших базового уровня подготовки в соответствии с ФГОС (55)	19.12	14.81	15.95	24.38	24.10
Доля школ, обеспеченных доступом к сети «Интернет» для учебных целей (56)	88.60	94.98	94.98	93.70	94.43
Уровень занятости женщин, имеющих детей дошкольного возраста, % (60)	53.87	67.15	70.83	68.16	78.70
Доля населения, обеспеченного качественной питьевой водой из систем централизованного водоснабжения (61)	80.22	88.75	83.44	79.17	76.87
Доля домохозяйств, обеспеченных централизованным водопроводом, % (63)	93.69	91.81	88.71	79.99	71.17
Доля нормативно очищенной сточной воды (65)	30.02	17.12	19.63	36.75	49.25
Потребление электрической энергии на душу населения, кВт.ч (68)	2331.91	6462.94	6404.40	12430.10	41833.74
Доля работников организаций с заработной платой ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения (без СМП), % (82)	11.45	2.46	3.43	1.64	1.17
Доля молодежи в возрасте 15-24 лет, которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков, % (88)	20.98	8.75	8.37	11.93	8.80
Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием на 1000 кв. км территории, км (97)	510.10	410.34	258.05	58.15	5.80
Доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям, % (101)	61.32	65.04	45.60	50.24	67.80
Доля домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети "Интернет", % (121)	88.23	86.57	81.39	84.59	91.37
Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов) (129)	0.35	0.38	0.34	0.36	0.41
Доля домохозяйств, испытывающих стесненность при проживании, % (133)	17.70	18.11	17.50	17.03	26.50
Доля городов с благоприятной городской средой от общего количества городов, % (134)	40.50	78.71	54.58	38.50	81.33
Доля эксплуатационных автобусов, оборудованных для перевозки маломобильных групп населения, в общем количестве эксплуатационных автобусов, % (136)	6.02	43.46	26.14	25.50	45.67
Доля протяженности освещенных частей городских улиц, проездов, набережных в общей протяженности городских улиц, проездов, набережных, % (148)	40.68	87.52	77.44	59.55	79.60
Доля площади зеленых насаждений в пределах городской черты в общей площади городских земель в пределах городской черты, % (149)	13.83	25.64	18.60	28.20	38.10
Доля утилизированных и обезвреженных отходов производства и потребления в общем объеме образовавшихся отходов производства и потребления, % (153)	33.07	96.93	61.54	38.00	99.27
Отношение площади лесовосстановления и лесоразведения к площади вырубленных и погибших лесных насаждений (168)	169.63	211.88	303.50	263.65	132.53
Валовой региональный продукт на душу населения (179)	253839	887340	581426	1118414	8747793

Рисунок 2 – Средние значения показателей качества жизни субъектов по кластерам

Как можно увидеть, субъекты-аутсайдеры входят в 1 кластер, а субъекты-лидеры в кластер 2. Остальные кластеры показывают смешанные результаты, однако особый интерес вызывает кластер 5, в который вошли только 3 субъекта. Примечательно то, что благодаря малочисленному населению автономных округов, средние показатели этого кластера были либо наилучшими, либо наихудшими среди других кластеров. Кроме того, это повлияло и на оценку других кластеров, что достаточно ярко продемонстрировано с помощью последнего показателя рисунка 2, так как показатель ВРП для автономных округов достаточно высок в силу специфики деятельности регионов, в то время как плотность и численность населения самые низкие.

Таким образом, однозначно ранжировать кластеры по качеству жизни, исходя из полученных значений, не представляется возможным. Тем не менее, как уже упоминалось, в группу кластера под номером 2 попали субъекты с наилучшими средними показателями, а в группу кластера под номером 1 наихудшие.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сформулировать следующие итоги:

- показатели ЦУР могут быть использованы для оценки качества жизни;
- с помощью такого инструмента, как кластерный анализ, на основе показателей ЦУР регионы России могут быть сгруппированы для дальнейшей работы с целью анализа качества жизни;
- результаты кластерного анализа коррелируют с федеративным разделением Российской Федерации на 8 округов, что вероятнее всего свидетельствует о значительной доле влияния целей развития, которые ставят перед собой федеральные округа, на качество жизни населения в субъектах федерации, в них ходящих.

Список использованных источников:

1. Беляева, Л.А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации / Л.А. Беляева // Социологические исследования. – 2009. – № 1(297). – С. 33-42.
2. Спиридонов, С.П. Проблемы измерения региональной дифференциации уровня и качества жизни населения / С.П. Спиридонов, О.П. Штанько // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2022. – № 2(84). – С. 106-114.
3. Меньшикова, Г.А. Социальные показатели развития Российской Федерации в "Добровольном обзоре по целям устойчивого развития" для ООН / Г.А. Меньшикова, С.В. Евстратчик, Н.А. Пруель // Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности: Материалы IX Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной войне, Улан-Удэ, 01–02 октября 2020 года / Отв. редактор Ю.Ю. Шурыгина. – Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 2020. – С. 179-181.
4. Сайт Росстата. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/sdg/data> (дата обращения 07.04.2024).

Ли Юйхан,
У Чэнсюэ
Li Yuhang,
Wu Chengxue

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международный Бизнес»
Master program “International Bussiness”
e-mail: yuhang00@mail.ru
usenhao92@gmail.ru

СТРАТЕГИИ ЗАРУБЕЖНОГО РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ OVERSEAS DEVELOPMENT STRATEGIES OF CHINESE ELECTRIC VEHICLE COMPANIES

Аннотация: в статье представлены стратегии развития китайских электромобильных компаний за рубежом, и о том, как китайские автомобильные компании могут развивать экспортную торговлю автомобилями в соответствии с потребностями различных регионов за рубежом.

Abstract: This research paper describes the development strategy of Chinese electric car companies overseas, describes how Chinese automobile companies can develop automobile export trade according to the needs of different regions overseas.

Ключевые слова: Стратегии развития, Китай, Электромобиль, Сегментация рынка, Цепочка поставок.

Keywords: Development strategies, China, Electric vehicle, Market segmentation, Supply chain.

В 2001 году в Китае была запущена специальная программа, направленная на развитие электромобилей, и страна рассматривала разработку новых энергетических транспортных средств как возможность для подъема автомобильной промышленности страны. После более чем двух десятилетий развития в Китае появилось большое количество предприятий, производящих электромобили. Согласно данным СААМ, продажи автомобилей в Китае в августе-декабре 2023 года представлены на рисунке. Среди них наиболее продаваемыми являются собственные китайские марки автомобилей, за которыми следуют японские, немецкие и американские автомобили.

На таблице видно, что сами китайские автомобильные компании занимают прочное положение на внутреннем рынке Китая. Конкуренция между многими брендами очень жесткая, и существует острая необходимость в освоении зарубежных рынков.

Динамика продаж машин в Китае, шт.

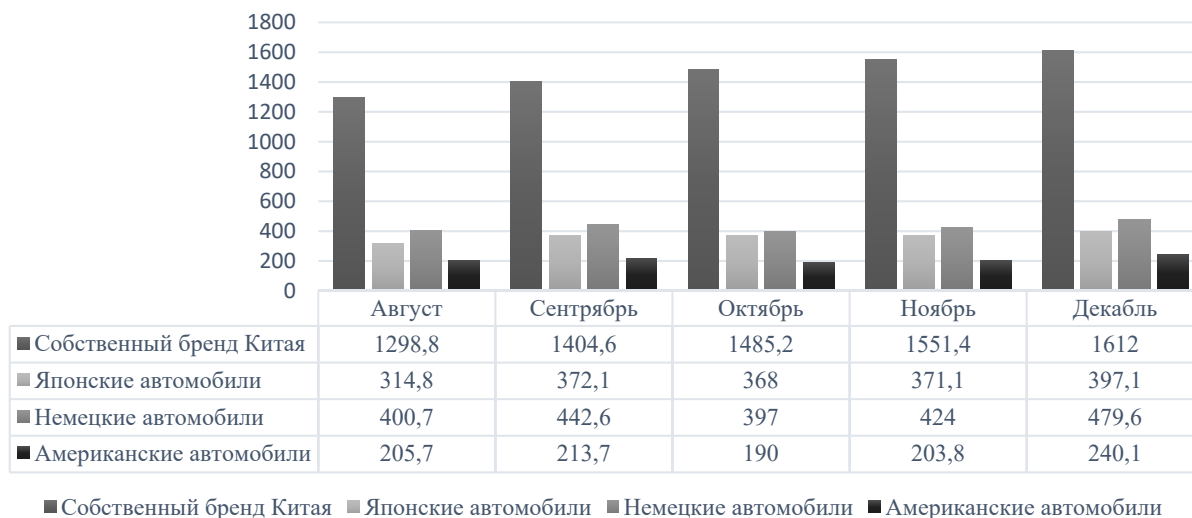


Рисунок 1 – Динамика продаж машин в Китае [1]

Стратегическая бизнес-модель автомобильного предприятия всегда состоит из целевой цепочки производственных мощностей, которая в зависимости от стоимости общего капитала ценностей, формирует конечную стоимость результатов работы. Эффективность стратегического управления компанией всегда оценивается на уровне, который должен соответствовать общемировым стандартам качества и требования к безопасности, особенно, на автомобильном производстве. В качестве примера можно привести китайский автомобильный независимый бренд BYD с помощью анализа пяти сил Портера:

1. Существующая конкурентоспособность отрасли

Современная конкуренция в китайской автомобильной промышленности является управляемой и жестокой. Известные бренды традиционных бензиновых автомобилей вынуждены продавать свои машины с огромными скидками (Mercedes-Benz BMW и т. д.) BYD и Tesla – немногие компании, которые добились двойного преимущества – прибыли и масштаба, и значительно опережают конкурентов.

2. Переговорная сила поставщиков.

Поставщики основной продукции BYD (аккумуляторы, двигатели, электронные системы управления) в основном предназначены для внутренних поставок группы, цена производственных ресурсов и определенное пространство для снижения цен, для предприятия является большим благом. Вертикальная интеграция стратегии цепочки поставок является основным элементом BYD ведущих продаж, особенно в области новых энергетических транспортных средств, будь то способность контролировать затраты или интеграции компонентов и инноваций, BYD имеет огромное преимущество.

3. Переговорная сила клиентов.

Технологические преимущества (надежные, безопасные), патриотический маркетинг, эти два пункта в настоящее время BYD может привлечь большинство потребителей крупнейших переговорной силы, для большинства потребителей автомобилей, они не будут слишком много исследований на так называемые технологии, больше, чтобы узнать бренд и признать объем продаж.

4. Угроза альтернативных продуктов или услуг.

Преимущество масштаба, стоящее за объемом продаж, BYD в дополнение к масштабу другого ядра заключается в вертикальной интеграции цепочки поставок, интеграция основных частей и компонентов может быть получена из технических преимуществ. Это преимущество, которое трудно повторить другим автопроизводителям. Подразумеваемая угроза: общий контроль качества BYD не является превосходным. А некоторые потребители считают, что уровень дизайна интерьера и экстерьера автомобилей BYD средний. Эти два пункта являются небольшими скрытыми угрозами, существует вероятность того, что BYD будет обойдена другими брендами.

5. Угроза появления новых участников.

Традиционная автомобильная промышленность меняется, новые участники должны иметь возможности для поддержки отрасли, например, японские автомобили в случае резкого роста цен на нефть, сосредоточившись на производстве экономичных и дешевых автомобилей, выходят на рынок США, и одним махом устанавливают свою собственную позицию в отрасли. BYD воспользовалась возможностью преобразования энергии, чтобы возглавить продажи электромобилей в Китае. На данный момент BYD имеет огромное преимущество, и конкуренты ей практически не угрожают.

Однако BYD не очень хорошо известна за рубежом, причина в том, что стратегия глобализации BYD началась поздно. Среди них Chery и Great Wall в основном придерживаются стратегии локализации, то есть: строят местные заводы и продают на местах. В то время как взрыв продаж новых энергетических автомобилей BYD начнется в 2021 году, зарубежные каналы, зарубежные заводы и известность бренда BYD не имеют преимуществ [6]. Например, на российском рынке BYD также имеет недостаток: Россия – страна высоких широт с длинными зимами в большинстве районов. Нефть добывается в изобилии, цены на бензин относительно низкие, и бензиновые автомобили являются основными на рынке. Поэтому у страны нет веских причин для продвижения новых энергетических автомобилей. Кроме того, развитие продаж электромобилей должно сопровождаться строительством более совершенных вспомогательных объектов, таких как зарядные станции.

Стратегия зарубежного экспорта BYD Auto постепенно развивалась от простой модели экспортной торговли на ранней стадии к способу строительства заводов за рубежом, закупки деталей и компонентов на месте и их продажи на месте, что в определенной степени достигло цели глубокой локализации на стратегических рынках. В настоящее время BYD использует стратегию прямого экспорта параллельно с инвестициями и строительством заводов. В дополнение к экспорту автомобилей, BYD также выбирает сборку и строительство собственных заводов за рубежом, и в настоящее время имеет 6 заводов за рубежом. Компания выбирает путь чистого электрического коммерческого автомобиля, чтобы выйти на зарубежный рынок новой энергии.

Китайским автомобильным предприятиям необходимо запускать различные типы и позиционирование новых энергетических транспортных средств с учетом потребностей разных стран и регионов и различных групп потребителей. Например, на европейском рынке автомобильные предприятия в основном выпускают высококласные модели чистых электромобилей, чтобы соответствовать местным высоким требованиям к защите окружающей среды, качеству и технологиям; в то время как на латиноамериканском рынке автомобильные предприятия в основном выпускают недорогие, экономичные модели чистых электромобилей, чтобы соответствовать местному спросу на доступность и простоту обслуживания [4]. В то же время, с точки зрения больших возможностей и шансов, китайским автомобильным компаниям необходимо создать новые конкурентные преимущества на рынке, чтобы повысить узнаваемость бренда и конкурентоспособность китайских автомобильных брендов на мировом рынке.

Список использованных источников:

1. China Association of Automobile Manufacturers / Marklines 2023, [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.marklines.com/cn/statistics/flash_sales/automotive-sales-in-china-by-month-2023 (дата обращения 10.04.2024).
2. Создание новых энергетических транспортных средств как визитной карточки Китая / Исследовательский центр экономической мысли Си Цзиньпина, NDRC PRC, 24.11.2023 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.ndrc.gov.cn/wsdwhfz/202311/t20231124_1362256.html (дата обращения 10.04.2024).
3. Обзор китайской индустрии поставок новых энергетических транспортных средств, 2022 год China Federation Of Logistics & Purchasing, 13.01.2023 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chinawuliu.com.cn/xsyj/202301/13/597476.shtml> (дата обращения 10.04.2024).
4. Китайские автомобили на новых источниках энергии пользуются популярностью на зарубежных рынках / Li Q, Jiang Y.N. Жэньминь Жибао (People's Daily) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.yidaiyilu.gov.cn/p/0E2HO486.html> (дата обращения 10.04.2024).

5. Отчет об исследовании компании BYD Auto / Luo Y.M, Zhuang T.X. 25.10.2023 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1780689658039908048&wfr=spider&for=pc> (дата обращения 10.04.2024).

6. Стратегия развития BYD за рубежом / The Time Weekly 16.07.2023 Сайт: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.yoojia.com/article/9236519442715688627.html> (дата обращения 10.04.2024).

УДК 519.854.2

УДК 004.023

Ломакина Наталья Валерьевна

Lomakina Natalya Valeryevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Математическое и компьютерное
моделирование в экономике и управлении»

Master program “Mathematical and computer
modeling in economics and management”

e-mail: onix_ru@bk.ru

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ МАРШРУТИЗАЦИИ ДОСТАВКИ ПРОДУКЦИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

SOLVING ROUTING PROBLEM FOR DELIVERY PRODUCTS OF TRADING COMPANY

Аннотация: в статье приводится математическая постановка для решения задачи маршрутизации транспорта с ограничением на временные окна обслуживания клиентов и грузоподъемность машины, жадный алгоритм и алгоритм лучевого поиска для получения начального допустимого решения и алгоритм имитации отжига для его улучшения.

Abstract: the article provides a mathematical formulation of the capacitated vehicle routing problem with time-windows, a greedy algorithm and a beam search algorithm for searching an initial feasible solution and the method of imitation annealing to improve an initial solution.

Ключевые слова: задача маршрутизации транспорта, жадный алгоритм, алгоритм лучевого поиска, метод имитации отжига

Keywords: routing problem, a greedy algorithm, a beam search algorithm, the method of imitation annealing.

В настоящее время оптимизация доставки товаров является актуальной проблемой для большого количества торговых предприятий. С увеличением клиентской базы нарастает сложность планирования маршрутов доставки товаров. Неэффективное распределение ресурсов

компании ведет к увеличению общих издержек. Одним из вариантов планирования маршрутов доставки продукции является использование математических методов, которые быстро могут формировать оптимальные маршруты.

Задача планирования маршрутов доставки состоит в определении маршрутов движения транспортных средств компании, которые начинаются и заканчиваются на складе, посещают каждого клиента ровно один раз в то временное окно, которое утверждено при планировании, и имеют минимальные общие затраты. Представленная в статье [1, с. 70] математическая постановка задачи маршрутизации транспортных средств с ограничениями на временные окна обслуживания клиентов и грузоподъемность транспортных средств (CVRPTW) была реализована на языке программирования Python. Верификация постановки на данных близких к реальности с помощью оптимизатора IBM ILOG CPLEX Optimization Studio показала ее неэффективность. Для 30 клиентов, распределенных по Санкт-Петербургу, и четырех транспортных средств найти оптимальное решение за адекватное время не удалось: расчет был завершён спустя 1 день, допустимое решение за это время не было найдено.

Существенные временные затраты оптимизатора на поиск решения обуславливают актуальность разработки эвристических алгоритмов, конструирующих начальное допустимое решение.

Задачу планирования маршрутов доставки товаров можно разделить на три последовательных этапа:

- 1) разбиение клиентов на группы в зависимости от их местоположения (кластеризация);
- 2) поиск начального допустимого маршрута для каждого кластера;
- 3) улучшение полученных маршрутов для каждого кластера.

Кластеризация клиентов состоит в разделении всего множества клиентов на m не пересекающихся подмножеств, основываясь на географических координатах. Для кластеризации используется метод k -средних [2, с. 5]. Затем каждому кластеру клиентов назначается транспортное средство при условии, что ограничения на грузоподъемность выполняются. Если для кластера невозможно подобрать транспортное средство, то кластеризация множества клиентов производится повторно, но на большее количество кластеров. Максимальное возможное число кластеров не должно превышать общее количество транспортных средств компании.

На втором этапе формируются начальные допустимые маршруты для каждого кластера. Допустимый маршрут – маршрут, который начинается и заканчивается на складе, включает каждого клиента, назначенного в кла-

стер ровно один раз. Маршруты строятся таким образом, чтобы минимизировать стоимость общего пройденного всеми ТС расстояния для доставки заказов всех клиентов.

Одним из простых методом получения допустимого решения является жадный алгоритм. Алгоритм последовательно применяется к каждому кластеру клиентов.

Ведем следующие обозначения:

- множество вершин кластера (V);
- множество посещенных вершин (V^+);
- множество не посещенных вершин (V^-);
- начало временного окна j -го клиента (a_j);
- затраты на перемещение от i -го клиента к j -му клиенту (c_{ij});
- последняя вершина текущего маршрута V^+ (i_{last}).

Алгоритм принимает на вход текущий маршрут $V^+ = \{\text{склад}\}$ и множество не посещенных вершин $V^- = V$.

Пока существует хотя бы одна непосещенная вершина в множестве V^- , производится сортировка множества непосещенных вершин по времени начала обслуживания клиента (a_j) и по приросту общих издержек при добавлении вершины в текущий маршрут. Первая вершина из отсортированного множества $V^- (j_{fist})$ добавляется в текущий маршрут V^+ при условии, что ограничения на временные окна соблюдены. Рассмотренная вершина удаляется j_{fist} из множества V^- .

Хорошей альтернативой жадному алгоритму выступает алгоритм лучевого поиска [2, с. 8]. Данный алгоритм имеет параметр ω – ширина луча. Алгоритм лучевого поиска представляет дерево поиска оптимального решения. Дерево состоит из узлов, каждый узел η_{li} на уровне l содержит три элемента:

- множество посещенных вершин (V^+);
- множество непосещенных вершин (V^-);
- стоимость текущего маршрута V^+ ($cost$).

Алгоритм принимает на вход параметр ω , инициализационный узел $\eta_{init} = \{\{\text{склад}\}, V, 0\}$.

На каждом уровне дерева узлы η_{li} составляют множество B на уровне l . Потомки узлов множества B образуют множество B_{off} на уровне $l + 1$.

Потомок добавляется в множество B_{off} только при том условии, что текущий маршрут является допустимым – не нарушены ограничения на временные окна. После того как множество B_{off} сформировано, множество сортируется по двум критериям:

- 1) начало временного окна вершины является минимальным среди не посещенных вершин;
- 2) прирост общих издержек минимален при добавлении вершины в текущий маршрут.

После сортировки множество B_{off} усекается – остаются только ω лучших узлов. После усечения множество B_{off} становится множеством B . Алгоритм работает до тех пор, пока множество B не пусто.

Алгоритм лучевого поиска:

1. пока $B \neq \emptyset$:
2. ветвление от каждой вершины $\eta_{l_i} \in B$, если $V_i^- \neq \emptyset$;
3. если для потомка η_{l+1_i} временные ограничения соблюдены, то добавить η_{l+1_i} в B_{off} ;
4. отсортировать B_{off} по началу временного окна последней вершины текущего маршрута и по приросту стоимости текущего маршрута от добавления вершины в маршрут;
5. оставить в B_{off} только первые ω элементов;
6. $B \leftarrow B_{off}$.

Алгоритм лучевого поиска позволяет получать различные допустимые начальные решения в зависимости от входного параметра ω . Чем больше значение ширины луча, тем выше вероятность, что начальное решение находится ближе к оптимальному.

Для улучшения решения, полученного методом лучевого поиска, используется метод имитации отжига с функцией Больцмана изменения температуры.

Алгоритм улучшает маршрут в рамках каждого кластера. На вход подаются параметры (начальная температура, предельное число итераций) и решение, полученное на предыдущем этапе.

Введем следующие обозначения:

- начальная температура (t_0);
- текущее число итераций ($iter$);
- предельное число итераций ($iter_l$);
- маршрут кластера w (p_w);
- общие затраты на маршрут ($cost(p_w)$);
- текущий наилучший маршрут (p_{best}).

Алгоритм имитации отжига:

1. пока $iter \leq iter_l$:
2. сделать случайную перестановку двух вершин в маршруте – p_{new} ;
3. если для p_{new} ограничения на временные окна соблюдены и $cost(p_{new}) < cost(p_{best})$, то $p_{best} \leftarrow p_{new}$;

4. если для p_{new} ограничения на временные окна соблюдены и $cost(p_{new}) \geq cost(p_{best})$, то $p_{best} \leftarrow p_{new}$ с вероятностью $\exp(\frac{-\Delta}{t_{iter}})$, где $t_{iter} = \frac{1}{\ln(1+iter)}$ и $\Delta = cost(p_{new}) - cost(p_{best})$;

5. $iter = iter + 1$.

Для верификации предложенных эвристических алгоритмов получения начального решения использован набор данных, состоящий из 3 ТС, 24 клиентов, 1 склада.

Поиск оптимального решения с помощью математической постановки CVRPTW занял 12 минут. Общие затраты на доставку составили 681 у. е.

Жадный алгоритм на исходных данных сформировал маршруты с общими затратами 885 у. е.

Алгоритм лучевого поиска сформировал различные маршруты в зависимости от значения параметра ω :

- 995 у. е. при $\omega = 100$, расчет занял 0,32 секунды;
- 859 у. е. при $\omega = 2000$, расчет занял 5 секунд;
- 810 у. е. при $\omega = 5500$, расчет занял 12 секунд.

Алгоритм имитации отжига был применен к наилучшему из начальных решений – решение, полученное алгоритмом лучевого поиска при $\omega = 5500$. При начальной температуре $t_0 = 2$ получились следующие результаты:

- 768 у. е. при $iter_l = 500$;
- 762 у. е. при $iter_l = 1000$;
- 717 у. е. при $iter_l = 2000$.

Затраты времени на расчеты во всех случаях составили менее 1 секунды.

В результате применения различных алгоритмов для поиска допустимого начального решения наилучшим оказался алгоритм лучевого поиска. Подбирая подходящую ширину луча, можно добиться того, что последовательность допустимых решений будет стремиться к оптимальному. Жадный алгоритм позволяет получить начальное решение довольно быстро, но не имеет параметров и не обладает вариативностью формируемых допустимых решений.

Список использованных источников:

1. Vehicle routing problem with time windows / B. Kallehauge, J. Larsen, O. Madsen, M. Solomon [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://alvarestech.com/temp/vrptw/Vehicle%20Routing%20Problem%20with%20Time%20Windows.pdf> (дата обращения 22.04.2024).
2. A three-stage heuristic for the capacitated vehicle routing problem with time windows / H. Akeb, M. Hifi [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sci-hub.ru/https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-12631-9_1 (дата обращения 23.04.2024).

АНАЛИЗ АКТУАЛЬНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НЕТАРИФНЫХ МЕР ТОРГОВОЙ ЗАЩИТЫ В ОТНОШЕНИИ МЕТАЛЛОПРОКАТА ИЗ РФ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

THE ANALYSIS OF THE RELEVANCE OF APPLYING NON-TARIFF TRADE PROTECTION MEASURES IN RELATION TO METAL PRODUCTS FROM THE RUSSIAN FEDERATION IN MODERN GEOPOLITICAL CONDITIONS

Аннотация: в настоящей статье представлены результаты проведенного анализа влияния огромного количества различных мер торговой защиты в отношении металлопроката из Российской Федерации в условиях сложных современных геополитических условиях. В отношении металлопроката действует наибольшее количество различных нетарифных мер, в связи с этим возникает актуальный вопрос о целесообразности данного внешнеторгового регулирования, и какое влияние это оказывает на экспортеров металлопродукции.

Abstract: This article presents the results of an analysis of the impact of various trade protection measures on rolled metal products from the Russian Federation under difficult modern geopolitical circumstances. A large number of non-tariff measures are applied to rolled metal products, which raises the question of the appropriateness of these foreign trade regulations and their impact on metal product exporters.

Ключевые слова: антидемпинговые меры, специальные защитные меры, компенсационные меры, защитные меры по соображениям национальной безопасности, санкции, экспорт металлопродукции, анализ панельных данных.

Keywords: antidumping measures, safeguard measures, countervailing measures, import duties, sanctions, export of metal products, panel data analysis.

Международная торговля металлопрокатом охватывает все регионы мира, и Российская Федерация является одним из основных экспортёров данной продукции. Однако, в последнее время наблюдается ужесточение торговых политик разных стран, направленных в первую очередь на защиту национальных интересов на мировом рынке, что несомненно оказывает непосредственное влияние на торговые взаимоотношения с РФ.

Одним из главных инструментов торговой политики во многих странах в настоящее время является расширение масштабов применения нетарифных мер (НТМ). В данной статье рассматриваются НТМ, которые в соответствии с Международной классификацией нетарифных мер относятся

к нетехническим мерам, а именно к группе D «Обусловленные меры торговой защиты» [2]:

- антидемпинговые меры;
- специальные защитные меры;
- компенсационные меры.

Помимо этого, невозможно проводить анализ экспорта металлопроката без учета колоссального влияния санкционных мер в отношении РФ, которые направлены на полный запрет на ввоз металлопроката из России. В настоящее время в отношении металлопроката из РФ действует более 50 различных мер, некоторые из них действуют уже более 20 лет, а лидерами по применению НТМ остаются страны ЕС и США. В связи с этим возникает вопрос о необходимости применения такого количества различных НТМ и какого их действительное влияние на объемы металлопроката, экспортируемого РФ.

Для целей настоящего исследования были отобраны данные экспорта 72 группы ТН ВЭД (товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Российской Федерации) в период 2013-2021 гг. [1], представленные на официальном сайте Международного торгового центра (ИТС) [3]. К 72 группе относятся все черные металлы, которые составляют основной вид экспортируемой металлопродукции. Также для целей исследования были отобраны отдельные страны-импортеры по следующим критериям:

- страны, занимающие не менее 5% от общего объема экспорта металлопродукции РФ;
- страны, которые вводили новые или на территории которых действовали в этот период НТМ;
- все страны входящие в состав ЕС и ССАГЗ (Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива), поскольку на их территории действовали НТМ.

Таким образом, использовались данные об экспорте металлопроката в следующие государства: страны ЕС, страны ССАГПЗ, Беларусь, Великобритания, Вьетнам, Египет, Индия, Индонезия, Казахстан, Канада, Китай, Марокко, Мексика, Пакистан, США, Тайвань, Таиланд, Турция, Узбекистан и Украина.

На рисунке 1 представлено общее изменение экспорта металлопроката из РФ по выбранным направлениям с 2013 г. по 2021 г.

В соответствии с представленными данными объем экспорта металлопродукции в 2021 г. увеличился на более чем 15% по сравнению с аналогичным показателем в 2013 г. Если говорить о стоимости экспорта, то рост данного показателя составил 44% в 2021 г. по сравнению с 2013 г. При этом стоит отметить, что не всегда рост экспорт в стоимостном выражении сопровождался ростом объема экспорта металлопродукции (например, 2016 г. и 2017 г.), что говорит о том, что при дальнейшем исследовании необходимо учитывать изменение курса национальной валюты.



Рисунок 1 – Общее изменение экспорта металлопродукции из Российской Федерации, 2013-2021 гг.

Рассмотрим более подробно изменение объема экспорта металлопродукции из РФ в период 2017 – 2021 гг., когда рост НТМ в 2021 году составил 26 мер по сравнению с 20 мерами в 2017 году. Были рассчитаны коэффициенты корреляции между объемом экспорта и количеством НТМ, действующих на территории рассматриваемых стран, а также был проведен регрессионный анализ. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты описательной статистики, описывающей изменение объема экспорта от количества нетарифных мер (НТМ)

Год	2017	2018	2019	2020	2021
Коэффициент корреляции	0,596	0,778	0,783	0,681	0,806
F -критерий (критическое значение)	9,926	27,702	28,445	15,556	33,363
R^2	0,355	0,606	0,612	0,464	0,640
F -табличное	4,414	4,414	4,414	4,414	4,414
p -значение	0,006	5,2713E-05	4,538E-05	0,001	1,788E-05

Коэффициенты корреляции находятся в диапазоне от 0,596 до 0,806, что говорит о существовании от умеренной до сильной положительной корреляции между показателями. Таким образом, получается, что при увеличении применяемых НТМ возрастает и экспорт металлопродукции, что противоречит цели применения данных мер.

Полученное значение R^2 в 2021 г. составило 0,6496, что говорит о том, что вариация объема экспорта РФ на 64,96% определяется вариацией количества применяемых НТМ. При проверке нулевой гипотезы о незначимости уравнения регрессии на основе F -критерия Фишера, она была отвергнута (таблица 1), то есть все модели значимы.

Полученные результаты анализа приводят к выводу, что для более точного анализа необходимо учитывать не только количество НТМ, а также и другие факторы, которые могли оказать влияние на экспорт металлопродукции. В связи с чем было проведено дальнейшее исследование данных с применением программы *Gretl*, а именно анализ панельных данных.

В базу панельных данных, помимо объема экспорт и количества НТМ, были включены следующие переменные: количество антидемпинговых мер, количество специальных защитных мер, место страны-партнера в мировом импорте металлопродукции в соответствии с данными 2022 года, среднее расстояние между РФ и страной-партнером в километрах, фиктивная переменная – наличие санкций. Также был введен логарифм для переменной – среднее расстояние между РФ и страной-партнером, чтобы сгладить асимметрию данных и улучшить их интерпретируемость при дальнейшем анализе, и лаговая переменная для количества НТМ (1 лаг).

Были построены три модели панельных данных (объединенная модель, модели с фиксированными и случайными эффектами) только по значимым данным, которыми оказались следующие переменные – наличие санкций (фиктивная переменная) и количество НТМ с лагом. Были проанализированы полученные модели для выбора наилучшей.

– Робастный тест на различие констант в группах.

Полученное значение $9,15921e-36 < 0,05$, то при сравнении объединённой модели и модели с фиксированными эффектами предпочтение отдается модели с фиксированными эффектами.

– Тест Бройша-Пагана.

Полученное значение $1,76572e-44 < 0,05$, то при сравнении объединенной модели и модели со случайными эффектами, лучшей является – модель со случайными эффектами.

– Тест Хаусмана.

Полученное значение $8,06961e-239 < 0,05$, то при сравнении модели с фиксированными эффектами и модели со случайными эффектами, лучшей является – модель с фиксированными эффектами.

Таким образом, лучшей моделью является модель с фиксированными эффектами, что означает, что учитываются индивидуальные различия между странами, которые остаются постоянными во времени. В соответствии с проведенным анализом видно, что только наличие санкций и только общее количество НТМ за предшествующий год создают дополнительные барьеры для экспорта металлопродукции из РФ.

На основе полученных данных можно сказать, что меры торговой защиты, несомненно, оказывают влияние на экспорт металлопродукции, однако, для более точно анализа необходимо учитывать ни только количественные, но и качественные характеристики введенных НТМ (например, размер пошлины и/или наличие квот). Помимо этого, стоит принять к рассмотрению и другие регрессоры, как действовавшие торговые соглашения, валютные курсы и колебания валютного рынка, чтобы точно объяснить влияние НТМ на рассматриваемый экспорт металлопродукции.

Список используемой литературы:

- [illegible]

УДК 339.9

Матвеева Мария Андреевна

Matveeva Maria Andreevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program “Innovative personnel-technology and career management”

e-mail: matveevama16@gmail.com

ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ КАК КЛЮЧЕВОЙ КОМПОНЕНТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

DIGITAL SKILLS AS A KEY COMPONENT OF THE MANAGERIAL COMPETENCE OF FUTURE MANAGERS

Аннотация: в статье рассматривается роль цифровых навыков в формировании управленческой компетентности будущих менеджеров. Особое внимание уделяется значению цифровой компетенций в условиях перехода к цифровой экономике и модернизации системы высшего образования.

Abstract: The article examines the role of digital skills in the formation of managerial competence of future managers. Special attention is paid to the importance of digital competencies in the context of the transition to a digital economy and modernization of the higher education system.

Ключевые слова: цифровые компетенции, цифровые навыки, цифровая экономика

Keywords: digital competencies, digital skills, digital economy

В настоящее время большинство компаний сталкиваются с необходимостью внедрения видоизменений из-за ускорения процессов цифровой трансформации экономики. Это создаёт потребность в повышении квалификации в области цифровых технологий как в академической среде, так и через профессиональное обучение. Производительность предприятия тесно связана с уровнем цифровых знаний его работников. Следовательно, для тех, кто стремится стать руководителями, необходимо владеть современными цифровыми навыками для успешного управления компаниями и адаптации к динамично изменяющейся экономической среде [7; 9; 10].

История появления цифровых компетенций связана с быстрым развитием цифровых технологий и их влиянием на нашу жизнь и профессиональную деятельность. Несмотря на то, что понятие цифровых компетенций было введено на законодательном уровне лишь в 2018 году [6], на сегодняшний момент существует уже довольно много определений для данного понятия [11].

По мнению отдельных ученых (Симарова И.С., Алексеевича Ю.В., Жигин Д.В.) [8, с. 940] под цифровыми компетенциями следует понимать знания и навыки, позволяющие в условиях цифровизации и социальной сферы применять для решения задач или достижения требуемого результата информационно-коммуникационные технологии. В связи с тем, что разнообразные задачи в экономической и социальной областях требуют различных уровней владения информационно-коммуникационными технологиями, авторы разделяют цифровые компетенции на базовые и продвинутое [8, с. 941].

Базовые цифровые компетенции включают в себя общие знания и умения использования стандартных информационно-коммуникационных инструментов для выполнения повседневных задач. К базовым цифровым компетенциям можно отнести: цифровую грамотность, цифровые коммуникации, цифровую безопасность и цифровое потребление [2; 11]. Однако в данной статье более детально будут рассмотрены специализированные цифровые навыки, как ключевой компонент управленческой компетентности будущих руководителей.

В ходе научного исследования, проведённого Финансовым университетом при Правительстве РФ, был проведен опрос руководителей компаний-работодателей и выпускников Президентской программы подготовки управленческих кадров. В исследовании участвовали 151 выпускник и 46 руководителей. Использовалась специально разработанная карта компетенций, включающая в себя восемь основных блоков: профессиональные,

управленческие, социальные, цифровые, предпринимательские, этические, личностные и экологические компетенции. Данный инструментарий позволил оценить уровень и структуру компетенций, необходимых для современного рынка труда [3, с. 51].

Согласно результатам опроса, наивысшую значимость имеют профессиональные компетенции, что подтверждается как выпускниками, так и работодателями. Цифровые компетенции занимают второе место по степени важности у обеих групп опрошенных. В то же время, экологические компетенции оценены как наименее значимые. Среди цифровых самой важной компетенцией названа «Умение ставить задачи специалистам в области анализа данных и принимать решения». Разработанная авторами модель цифровых компетенций описывает их на трех уровнях: базовый, продвинутый и высокий уровень [3, с. 51].

Таблица 1 – Модель цифровых компетенций [3, с. 54]

Компетенция	Базовый уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень
Умение взаимодействовать и организовывать совместную работу посредством различных цифровых технологий	Знает о том, как взаимодействовать и организовывать совместную работу посредством различных цифровых технологий	Умеет взаимодействовать и организовывать совместную работу с помощью применения различных цифровых технологий, строит взаимодействие с коллегами посредством цифровых технологий	Обладает пониманием процессов взаимодействия и координации коллективных усилий через разнообразные цифровые платформы, способен налаживать коммуникацию с коллегами и структурировать совместную деятельность сотрудников с использованием цифровых инструментов
Умение ставить задачи специалистам в области анализа данных и принимать решения	Знает, как ставить задачи специалистам в области анализа данных и применения информационных технологий	Умеет ставить задачи специалистам в области анализа данных и применения информационных технологий и часто делает это на практике	Имеет опыт работы с инструментарием для анализа данных и применения информационных технологий, постоянно находит и внедряет новые информационно-коммуникационные решения для выполнения профессиональных заданий, улучшая их эффективность в реальных условиях

Компетенция	Базовый уровень	Продвинутый уровень	Высокий уровень
Информационная цифровая грамотность	Знает основы цифровой грамотности	Умеет грамотно и часто применять цифровые инструменты на практике	Владеет цифровой грамотностью, на основе этих знаний решает профессиональные задачи, применяет их на практике
Умение создавать цифровой контент	Знает, как создавать цифровой контент	Умеет создавать цифровой контент и знает, как его можно применить в деятельности организации	Владеет инструментами по созданию цифрового контента и создает его с целью совершенствования деятельности организации
Умение обеспечить информационную безопасность	Знает, как обеспечить информационную безопасность	Умеет обеспечить информационную безопасность и применяет эти знания на практике	Обладает экспертизой в сфере информационной безопасности, вносит инновационные предложения для улучшения безопасности информационных систем
Умение принимать решения на основе анализа данных	Знает, как работать с данными	Умеет работать с данными и часто применяет эти знания для решения организационных проблем	Владеет способами принятия решений на основе анализа данных, предлагает готовые решения и применяет различные программы для анализа данных

Анализируя вышепредставленную таблицу, можно отметить, что базовый уровень владения компетенциями является недостаточным даже для руководителя среднего звена, необходим продвинутый уровень, в то время как руководитель высшего звена должен обладать высоким уровнем цифровых компетенций. Руководитель среднего звена контролирует повседневную деятельность и обеспечивает эффективное функционирование своего подразделения, поэтому ему необходимо не только знать, но и уметь грамотно и часто применять цифровые инструменты на практике. Руководитель высшего звена занимается разработкой стратегии, принятием ключевых решений, внедрением инноваций и обеспечением долгосрочного успеха организации, поэтому тут необходимо наличие опыта и экспертизы в сфере применения информационных технологий.

Цифровыми компетенциями необходимо не только владеть, но и внедрять их, также видеть новые возможности по их применению. Аспекты работы, в которых руководитель может использовать свои цифровые навыки:

1. Оптимизация бизнес-процессов. Добиться оптимизации можно через автоматизацию рутинных задач, к чему уже начали прибегать большинство компаний, улучшение коммуникаций с помощью CRM-систем и применение инструментов бизнес-аналитики для анализа больших объемов данных. Но для этого Руководитель должен провести анализ текущих бизнес-процессов, выявить узкие места, неэффективные этапы и возможности для улучшения. С использованием цифровых инструментов (например, бизнес-аналитики, процесс-майнинга и моделирования).

2. Кибербезопасность. Руководитель, обладающий цифровыми навыками, способен гарантировать защиту корпоративных данных и информационных активов, реализуя стратегии противодействия кибератакам, проводя обучение персонала основам кибербезопасности и устанавливая строгий контроль за доступом к чувствительным данным. Кроме того, руководитель может внедрять системы шифрования, регулярно проводить аудит безопасности и обновлять политики конфиденциальности, чтобы соответствовать текущим угрозам и нормативным требованиям.

3. Разработка стратегии цифрового маркетинга. Маркетинг, как инструмент, сейчас оказывает большое влияние и значимость на деятельность и финансовый успех компаний. Так функции руководителя, в основном, сводятся к планированию, координации и контролю, то при управлении цифровой стратегией компании, необходимо достигать поставленных целей в онлайн среде. Таким образом, от руководителя требуется определение целей и задач, которые должны быть достигнуты с помощью цифровых каналов, выбор оптимальных инструментов и платформ для продвижения бренда компании, управление командой маркетологов и отслеживание показателей эффективности маркетинговых компаний.

Из всего вышесказанного следует, что владение цифровыми навыками становится ключевым элементом, обеспечивающим бизнесу конкурентное преимущество на рынке. Обширные знания и практические навыки в использовании цифровых инструментов и сетевых ресурсов способствуют эффективному управлению цифровыми ресурсами и их интеграции в рабочие процессы [1; 4; 8]. Цифровые навыки придают новое качество профессиональным компетенциям в любой сфере, преобразуют многие профессии. При подготовке управленцев следует обращать внимание на умение работать с информацией, способность структурировать ее и принимать решения на основе информации, сконцентрированной в данных.

Список используемой литературы:

1. Гриднева, М.А. Обучение персонала: учебное пособие / М.А. Гриднева, М.А. Петров, В.А. Спивак. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. – 82 с. – ISBN 978-5-7310-4501-8. – EDN YYOGDJ
2. Кодирова Е.В. Цифровая грамотность: важные навыки для успешной карьеры в современном мире / Е.В. Кодирова // Экономика и социум. – 2024. – №2-1 (117). – С. 1092-1097.
3. Можаяева Г.В., Александрова Л.Д., Пуляева В.Н. Цифровые компетенции в модели актуальных компетенций управленческих кадров / Г. В. Можаяева, Л. Д. Александрова, В. Н. Пуляева // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2020. – №6. – С. 49-55.
4. Петров, М.А. Концептуальные основы управления знаниями и систем управления знаниями / М.А. Петров, М. И. Пивоварова // Актуальные проблемы социологии и управления: межвузовский сборник научных трудов. Том Выпуск 3. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. – С. 68-77. – EDN YXMYNE
5. Покровская, Н.Н. Диагностика профессиональных компетенций и мотивация инженера в экономике знаний / Н.Н. Покровская, М.А. Петров, М.А. Гриднева // Человеческий фактор в сложных технических системах и средах (Эрго-2018): Труды Третьей международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 07 июля 2018 года / Под редакцией А.Н. Анохина, А.А. Обознова, П.И. Падерно, С.Ф. Сергеева. – Санкт-Петербург: Межрегиональная общественная организация "Эргономическая ассоциация", 2018. – С. 774-781. – EDN YUOSDJ
6. Программа «Цифровая экономика». Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года № 1632-р // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708030016> (дата обращения: 16.04.2024).
7. Развитие человеческого капитала в условиях перехода общества к новому технологическому укладу / А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, И.Н. Александров, О. А. Попазова // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 1557-1572. – DOI 10.18334/vinec.11.4.114013. – EDN OJVFМH
8. Симарова И.С., Алексеевичева Ю.В., Жигин Д.В. Цифровые компетенции: понятие, виды, оценка и развитие / И.С. Симарова, Ю.В. Алексеевича, Д.В. Жигин // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – №2. – С. 935-948.
9. Спивак, В.А. Совершенствование профессиональных стандартов руководителей на основе учета лидерских компетенций / В.А. Спивак, М.А. Гриднева, М.А. Петров // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 6. – С. 1839-1846. – DOI 10.18334/rp.19.6.39157. – EDN XTUXAL
10. Сулейманкадиева, А.Э. Управление знаниями и непрерывное развитие персонала: учебное пособие / А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, М.А. Гриднева. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – 128 с. – ISBN 978-5-7310-6059-2. – EDN JTEVFR
11. Сулейманкадиева, А.Э. Цифровая образовательная экосистема: генезис и перспективы развития онлайн-образования / А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, И. Н. Александров // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11, № 3. – С. 1273-1288. – DOI 10.18334/vinec.11.3.113470. – EDN RHTTYM

**СЛОЖНОСТИ ПЕРЕДАЧИ ФОРМАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ
ДЕТСКОГО ПОЭТИЧЕСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ**

ЛЬЮИСА КЭРРОЛЛА "JABBERWOCKY"

ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

**THE CHALLENGES IN CONVEYING
THE FORMAL STRUCTURE OF LEWIS CARROLL'S CHILDREN'S
POEM "JABBERWOCKY" WHEN TRANSLATED
INTO RUSSIAN LANGUAGE**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности передачи формальной структуры детского поэтического произведения на материале стихотворения Льюиса Кэрролла "Jabberwocky" (рус. Бармаглот) с учётом особенностей восприятия текста детьми, а также представлен сравнительно-сопоставительный анализ его переводов на русский язык.

Abstract: the article focuses on the peculiarities of conveying the formal structure of children's poetic works on the material of Lewis Carroll's poem "Jabberwocky" taking into account the peculiarities of children's perception of the text, and presents a comparative analysis of translations of the poem from English into Russian.

Ключевые слова: Льюис Кэрролл, перевод детской поэзии, формальная структура поэтического текста, «Бармаглот».

Keywords: Lewis Carroll, translation of children's poetry, formal structure of poetic text, "Jabberwocky".

Одной из отличительных особенностей поэзии считается её ритмическая структура, которая также может существовать в рамках прозаического произведения, однако в сравнении со стихотворением выражена куда менее ярко. Ритм в поэтическом произведении это – равномерное чередование в стихотворении ударных и безударных слогов в определенной последовательности. Благодаря ритму стихотворение делится на строфы, где строфа – «группа стихов или строк, объединённых каким-либо формальным признаком, периодически повторяющимся из строфы в строфу» [1, с. 425]. При этом, в случае произведения, состоящего из нескольких строф, каждая последующая строфа повторяет структуру предыдущей.

На структурном уровне детский поэтический текст отличается как стилистическими приёмами на фонетическом и синтаксическом уровне языка, которые во многом создают и управляют формой произведения, так и стихотворными размерами, и общей визуальной композицией. Большинство детских стихотворений написано двусложными размерами: ямб и хорей. Произведения, выполненные в данных размерах, наиболее знакомы детям по стихотворениям А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, а также по многочисленным переводам С.Я. Маршака. Подобные размеры создают дополнительную динамичность стихотворению, просты для чтения вслух и последующего заучивания наизусть.

Среди стилистических приёмов, образующих формальный образ произведения, следует выделить аллитерацию, которая представляет собой «приём звуковой организации стиха, состоящий в повторении одинаковых или сходных согласных в начальных слогах слов (в отличие от рифмы как созвучия концовок); в упрощённом понимании – всякий повтор сходных согласных» [6, с. 96]. Ассонанс – «приём звуковой организации текста, особенно стихотворного: повторение гласных звуков» [6, с. 97]. А также звукоподражание и анафору – «стилистическая фигура, состоящая в повторении языковых элементов: звуков, слова или группы слов в начале каждого параллельного ряда, то есть в повторении начальных частей двух и более относительно самостоятельных отрезков речи» [7, с. 24-25]. Визуальная композиция стихотворения задаёт определённую стратегию его чтения, тем самым создавая для ребёнка определённую игру. Например, ситуация, когда текст произведения представлен на страницах книги в нехарактерном для жанра формате, например, в виде цветка или строк, вылетающих из трубы паровоза. Подобная нетипичная визуализация привлекает внимание ребёнка, а также увеличивает его интерес к дальнейшему чтению.

Основная тема поэмы Льюиса Кэрролла «Бармаглот» – путешествие юноши, столкнувшегося со страшным существом, Бармаглотом. Сюжет строится вокруг фантастического и нелепого мира, созданного Л. Кэрроллом, где молодой человек должен противостоять своим страхам и доказать свою храбрость. Звуковая характеристика текста является одним из его необходимых аспектов. Она выражает эмоциональную тональность текста, усиливает его фонетическую выразительность. Звуки в поэтическом произведении неотделимы от системы выразительных средств и направлены на создание поэтического образа. В качестве примера возьмём вторую строфу данного произведения и проведём сравнительно-сопоставительный анализ (см. таблица 1).

Таблица 1 – Оригинал и перевод Д. Орловской стихотворения
“Jabberwocky”

Оригинал	Перевод (Д. Орловская)
'Beware the Jabberwock, my son! – / – / – – – /	О бойся Бармаглота, сын! – / – – – / – /
The jaws that bite, the claws that catch! – / – / – / – /	Он так свирлеп и дик, – / – / / /
Beware the Jubjub bird, and shun – / – / / / – /	А в глуще рымит исполин – – / – / – – – /
The frumious Bandersnatch! – / – – – /	Злопастный Брандашмыг. – / – – – /

В ходе предварительного анализа можно выявить несколько уникальных с точки зрения формальной структуры произведения окказионализмов: *Jabberwock*, *Jubjub*, *Bandersnatch*. Данные лексические единицы важны для создания уникального звукового образа произведения, поскольку в них заключён стилистический приём аллитерации. Звуки “B”, “T”, “Ch” смычные и смычно-щелевые создают эффект резкости, опасности и остроты. При сравнительно-сопоставительном анализе оригинала и перевода Д. Орловской можно увидеть, что стихотворный размер оригинала и перевода – ямб. Однако в переводе исчезает аллитерация на звуки “B”, “T”, “Ch”, и вместо них появляется повтор звука «Л», что создаёт эффект скользкости и вполне подходит под визуализацию Бармаглота в иллюстрациях и фильмах. Также в переводе отсутствует анафора в первой и третьей строке.

Дальнейший анализ лексического наполнения поэмы указывает на окказионализмы, созданные путём сложения двух основ (один из наиболее частотных приёмов Л. Кэрролла). В оригинале используется лексема “*frumious*”, которая была образована посредством сложения двух слов: “*fuming*” и “*furious*”. В переводе количество подобных окказионализмов больше, например, «свирлеп» – возможное слияние «свирепый» и «нелепый», «глуще» – возможное слияние «гуща» и «глубже», «рымит» – возможное слияние «рыщет» и иной неизвестной лексической единицы, «злопастный» – возможное слияние «злой» и «пасть». Данные лексические единицы, хоть и не представлены в словарях и не встречаются в иных произведениях, тем не менее семантически должны быть ясны читателю за счёт легко выявляемых основ оригинальных лексем. В дополнении к этому стоит отметить, что приём словосложения является одним из наиболее продуктивных способов словообразования, ввиду чего как создание, так и расшифровка семантики полученных ок-

казионализмов не представляет особой сложности для ребёнка. Переводы данной строфы Т.Л. Щепкиной-Куперник и А. Щербакова представлены в таблице 2.

Таблица 2 – переводы стихотворения “Jabberwocky”
Т.Л. Щепкиной-Куперник и А. Щербакова

Перевод (Т.Л. Щепкина-Куперник)	Перевод (А. Щербаков)
— «Милый сын, Верлиоки беги, как огня, / – / – – / – – // – /	«Сын мой, бойся Тарбормота! /// – – – / –
Бойся хватких когтей и зубов! / – / – – // – /	Он когтист, клыкаст и лют. / – / – ///
Бойся птицы Юб-Юб и послушай меня: / – / – /// – / – – /	Не ходи через болото: / – // – – – / –
Неукротно свиреп Драколов». – – / – – / – – /	Там ведь Цапчики живут!» /// – – – – /

Стихотворный размер перевода Т.Л. Щепкиной-Куперник – анапест. Подобное изменение может быть объяснено тем, что в русском языке превалирующую частотность имеют слова с 3 и более слогами по сравнению с одно- и двусложными словами в английском. Подобное изменение не является ошибкой переводчика, однако влияет на темп и тон произведения.

При анализе стилистических приёмов можно заметить, что в отличие от перевода Д. Орловской, Т.Л. Щепкина-Куперник смогла воссоздать анафору, однако она сдвинулась с первой и третьей строки на вторую и третью. Приём аллитерации в переводе также опирается на звук «Б», но выражен данный приём менее ярко. Среди окказионализмов, образованных путём сложения двух основ, в переводе представлены две единицы: «неукротно» – возможное слияние «неустанно» и «неукротимо» и «драколов» – возможное слияние «дракон» и «ловец» посредством соединительной гласной. Как и в переводе Д. Орловской, расшифровка данных лексических единиц не должна вызвать трудностей.

Стихотворный размер перевода А. Щербакова – хорей. Из анализа следует, что автор перевода изменил оригинальный размер, однако в отличие от перевода Т.Л. Щепкиной-Куперник, в котором размер изменился с двусложного на трёхсложный, в данном переводе количество ударных и безударных слогов в стопе осталось прежним, а изменилась их последовательность. Как и в оригинале, А. Щербаков использует приём аллитерации с повтором звуков «К», «Т», «Б». Особенно явно это видно из строки «он когтист, клыкаст и лют». Благодаря использованию именно

этих звуков автору перевода удалось создать образ опасного и быстрого чудовища.

Структурно стихотворение делится на четыре четверостишия, каждое из которых имеет последовательную схему рифмовки АВАВ. Использование знаков препинания и переносов строк создает ощущение срочности и напряженности, поскольку юношу предупреждают об опасностях, с которыми он должен столкнуться. Все переводы также имеют схему рифмовки АВАВ.

Таким образом, в ходе анализа были выявлены основные структурные особенности произведения, а также стилистические приёмы, задействованные в создании формальной структуры. Стихотворения Л. Кэрролла изобилуют различными окказионализмами, игрой слов и стилистическими приёмами, которые способны создавать ритм и настроение произведения без явных (или по крайней мере всем известных и общепринятых) художественных образов. Это создаёт перед переводчиком сложнейшую задачу по поиску эквивалентов не только содержательного плана, но и формального. Переводчику стоит обратить пристальное внимание на поэтическую традицию написания детских стихотворений как английской, так и русской литературы, проанализировать языковые приёмы, которые наиболее легки в понимании и естественны для главного реципиента подобных произведений, то есть детей.

Список использованных источников:

1. Гаспаров, М.Л. Литературный энциклопедический словарь. / под общ. ред. В.М. Коженикова и П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия. – 1987. – 1415 с.
2. Кэрролл, Л. Алиса в Зазеркалье / пер. А. А. Щербаков. – М.: Детская литература. – 2019. – 288 с.
3. Кэрролл, Л. Алиса в Зазеркалье / пер. с англ. Н. М. Демурова; стихи в тексте Д.Г. Орловской. – М: Эксмо. – 2007. – 136 с.
4. Кэрролл, Л. Алиса в Зазеркалье / пер. с англ. В. А. Азова; стихи в тексте Т. Л. Щепкиной-Куперник. – М.; Пг.: Л.Д. Френкель, 1924. – 124 с.
5. Нильсен, Е.А., Машко, И.К., Задонская, М.Г. Передача формальной структуры как важнейший аспект перевода детских стихотворений // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. – Выпуск 19. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2022. – С. 60-67.
6. Поливанов, Е.П., Тимофеев, Л.Т. Литературная энциклопедия в 11 т. – М.: Изд-во Ком. Акад. – С. 96-97.
7. Розенталь, Д.Э., Теленкова, М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя. – Москва: Просвещение. – 1985. – 399 с.
8. Alice's Adventures in Wonderland and Through the Looking-Glass // Lewis Carroll. – Createspace. – 2010. – pp. 64-65.

Медведева Анастасия Владимировна
Medvedeva Anastasia Vladimirovna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственные и муниципальные финансы»
Master program "State and municipal finances"
e-mail: j666angel@mail.ru

ФИНАНСОВЫЙ ЭФФЕКТ СОЧЕТАНИЯ ГЧП И КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

FINANCIAL EFFECT OF THE COMBINATION OF PPP AND INTEGRATED DEVELOPMENT OF TERRITORIES

Аннотация: Активный рост объемов жилищного строительства в России значительно опережает темпы создания объектов социальной инфраструктуры. Ограниченность бюджетных средств на создание социальных объектов приводит к нарушению обязательств регионов в полноценном социальном обслуживании своих граждан. В статье описаны основные преимущества внедрения механизма ГЧП при комплексной застройке территорий как одного из вариантов решения социальной проблемы.

Abstract: The active growth of housing construction in Russia is significantly outpacing the pace of creation of social infrastructure facilities. The limited budget funds for the creation of social facilities leads to a violation of the obligations of the regions in providing full-fledged social services to their citizens. The article describes the main advantages of the implementation of the PPP mechanism in the complex development of territories as one of the options for solving a social problem.

Ключевые слова: объекты социального обслуживания; комплексная застройка территорий; проектное финансирование; ГЧП-проекты; концессионные соглашения

Keywords: social service facilities; integrated development of territories; project financing; PPP projects; concession agreements

Понятие комплексного развития территорий (далее – КРТ) было введено отдельной главой в Градостроительный кодекс (далее – ГрК РФ) 494-ФЗ от 30.12.2020 года [2]. КРТ – правовой механизм, который позволяет организовывать эффективное управление земельными участками при взаимодействии инвестора и публичной стороны по застройке крупной территории и оснащении ее объектами общественной инфраструктуры. В рамках КРТ может осуществляться жилая и нежилая застройка как на свободных земельных участках, так и занятых земельных участках с изъятием их из частной собственности для реализации проекта. Сегодня объем инфраструктуры для достижения национальной цели в 1 млрд квадратных метров включает в себя более 5,5 тысяч социальных объектов, более 15 тысяч км транспортной инфраструктуры и всю коммунальную инфраструктуру [1].

Большинство региональных планов по КРТ включают в себя объекты социальной инфраструктуры. Возвести такой объем застройки невозможно без привлечения частного капитала, поэтому необходим поиск новых финансовых инструментов.

Одним из вариантов обеспечения территорий объектами общественной инфраструктуры может стать использование концессионных соглашений (далее КС) и соглашений о ГЧП при КРТ. Механизмы ГЧП при реализации проектов КРТ наиболее применимы для создания сопутствующей инфраструктуры: социальной, транспортной, инженерной. Рассмотрим подробнее существенные проблемы, препятствующие синхронизации этих механизмов. Первая проблема связана с правами владения земельными участками под застройку. В случае комплексной застройки земля находится в аренде и/или в собственности у застройщика. В случае заключения КС земельный участок в соответствии с законодательством предоставляется публичной стороной, при этом он не должен быть обременен правами третьих лиц [3]. Вторая проблема связана с выбором лица, который будет осуществлять реализацию проекта ГЧП. В соответствии с законодательством частная сторона не только строит проект, но и обеспечивает его дальнейшую эксплуатацию, в чем заинтересован не каждый девелопер [3]. Даже если девелопер готов заключить такое соглашение, то возникает необходимость проведения отдельных процедур торгов по проекту КРТ и проекту ГЧП, по итогам которых могут быть разные победители. Уместным было бы предоставлять преимущественное право заключения КС с победителем торгов по проекту КРТ по аналогии с данным преимуществом в сфере ЖКХ [4, 12]. Либо проводить единые торги, в ходе которых будут определены победитель/победители на заключение договора ГЧП и КРТ с распределением обязательств и рисков на начальном этапе.

Рассмотрим целесообразность применения концессий в рамках КРТ проектов. Механизм ГЧП направлен на распределение затрат и рисков на создание сопутствующей инфраструктуры между инвестором и публичной стороной. Девелоперы не всегда способны выдержать бремя по созданию сопутствующей инфраструктуры и заложить расходы в стоимость квадратного метра жилой площади, сохранив конкурентоспособность на рынке недвижимости и приемлемый уровень маржинальности проекта. Муниципалитеты и регионы заинтересованы в создании жилой площади и сопутствующей инфраструктуры с целью реализации своих обязательств по переселению жильцов из аварийных домов, увеличению объема вводимых квадратных метров и выполнению социальных функций. Регионы готовы оказывать поддержку застройщикам в создании сопутствующей инфраструктуры не за счет прямого финансирования, а путем использования механизмов ГЧП. С одной стороны, регион оказывает поддержку девелоперу

в части создания сопутствующей инфраструктуры путем компенсации части затрат на ее строительство. С другой стороны, регион получает отсрочку в платежах, но понимает, что эти расходы будут оплачены им в будущем. Большим преимуществом для регионов также является возможность привлечения финансирования через национальные проекты и государственные программы, которые позволяют компенсировать часть затрат региона путем софинансирования проектов.

Несмотря на отсутствие четкой политической воли в части интеграции ГЧП в КРТ, есть успешные примеры синхронизации данных механизмов. Например, с целью реализации концессионного соглашения по реконструкции центральной площади Ленина со строительством общественного центра в городе Петропавловск-Камчатский было принято решение использовать механизм КРТ. Для реализации концессии необходимо было передать несколько муниципальных земельных участков в региональную собственность. Процедуры по передачи земель могли бы растянуться на несколько лет. Поэтому министерством строительства Камчатского края было составлено решение о КРТ, что позволило в краткие сроки изъять земельные участки в пользу концедента (Правительства Камчатского края), которое отвечало за консолидацию земель. Затем было заключено концессионное соглашение с «БТС-Мост», которые взяли обязательства по реконструкции площади и строительстве на ней общественного центра. Таким образом, КРТ позволяет сокращать инвестиционный цикл проекта, решая земельно-имущественные проблемы.

В качестве второго положительного примера можно привести проект по строительству научно-образовательный кампуса «Большая Ивановская Мануфактура». Инициатор проекта в лице Ивановской области предусмотрел в проекте КРТ решение о возможности строительства объекта в форме концессии. Для реализации данного проекта в рамках КРТ были изъяты земли из частной собственности, затем было подписано концессионное соглашение о создании социально-значимого культурного объекта с передачей земель концессионеру для реализации проекта. При этом в проект был привлечен инфраструктурный кредит для создания сетей, а благоустройство территории кампуса реализуется в рамках ГП «Комфортная городская среда». Состыковка механизмов позволила использовать преимущества каждого из них для реализации проекта по созданию объекта: КРТ позволило быстро изъять земли в пользу концедента, механизм ГЧП – привлечь дополнительное финансирование в проект через федеральные проекты и государственные программы.

Подробнее разберем финансовые выгоды от сочетания механизма КРТ и ГЧП с точки зрения региона, выступающего в роли инициатора КРТ и концедента в рамках ГЧП-соглашения. Как известно, регионы России

имеют разный уровень бюджетной обеспеченности и, соответственно, способны нести разный уровень расходов на создание инфраструктурных объектов, в частности, объектов социального назначения. Приведем схему расчета первоначальных затрат региона при создании инфраструктуры в случае синхронизации механизмов КРТ и ГЧП (см. рис. 1).

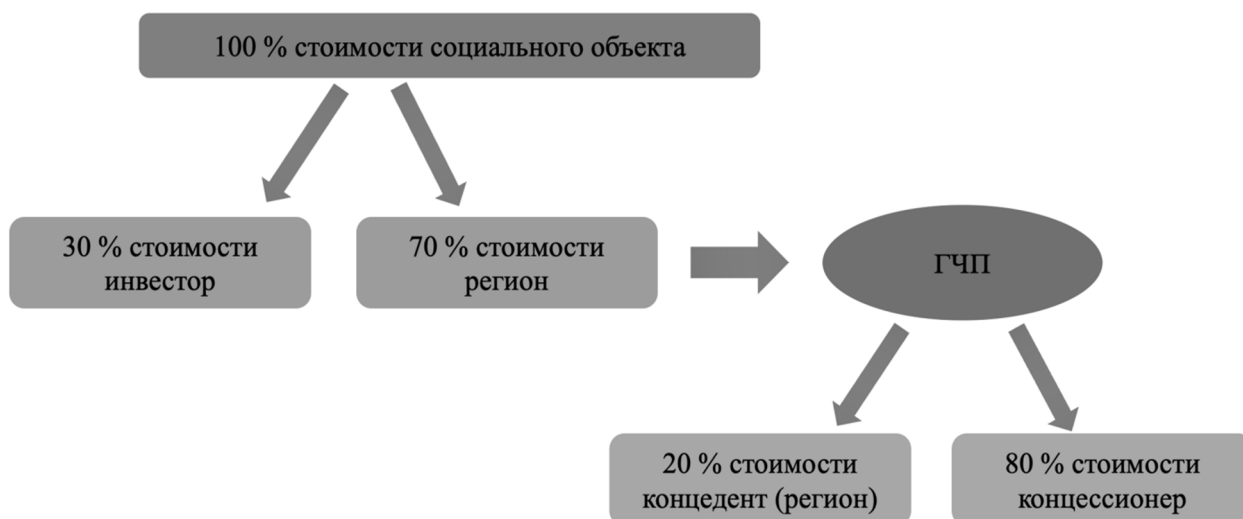


Рисунок 1 – Схема первоначальных затрат региона в проекте КРТ с ГЧП

Допустим, затраты на создание объектов сопутствующей инфраструктуры в рамках проекта КРТ распределены между публичной стороной (70 %) и частной стороной (30 %). Публичный партнер свои обязательства по созданию инфраструктуры реализует через механизм ГЧП, где выступает концедентом и берет на себя расходы по проектированию и работе управляющих компаний в размере 20 %, остаток расходов берет на себя концессионер (частная сторона). Таким образом, первоначальные вложения региона составят 14 % от общей стоимости создания сопутствующей инфраструктуры проекта КРТ с применением механизма ГЧП. Составим финансовую модель расчета создания объектов сопутствующей инфраструктуры на примере строительства детского сада на 220 мест с расчетной стоимостью 580 млн рублей. На основании договора с муниципалитетом при вводе детского сада в эксплуатацию в застройщик безвозмездно передает земельный участок и объект в муниципальную собственность, а муниципалитет возмещает 65-70 % от стоимости строительства детского сада в форме выкупа объекта по госконтракту, то есть примерно 400 млн рублей. Рассмотрим, какую финансовую нагрузку понес бы муниципалитет в случае применения механизма ГЧП в рамках КРТ (см. рис. 2). В качестве концессионера можно пригласить, например, федерального оператора «ПроШкола», который является масштабным концессионером, реализующим ГЧП-проекты в сфере образования. В случае синхронизации механизма

КРТ и ГЧП первоначальные затраты муниципалитета составят 81,2 млн рублей, при этом затраты девелопера равны 174 млн рублей.

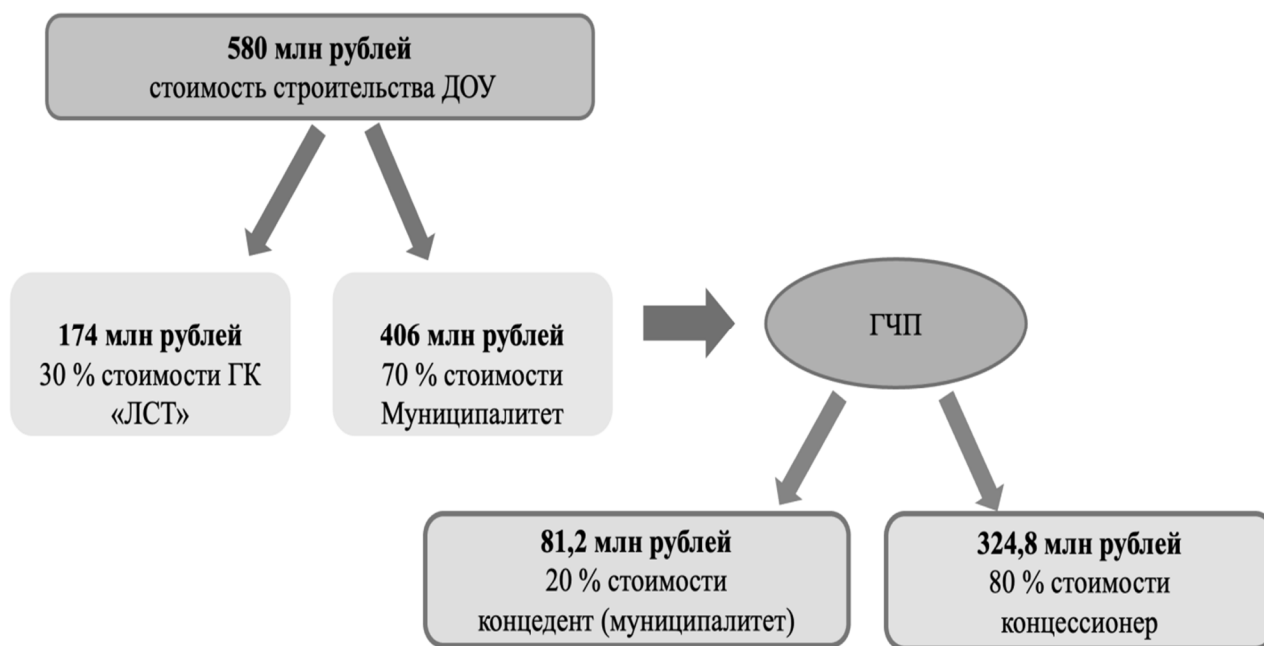


Рисунок 2 – Схема первоначальных затрат региона в проекте КРТ с ГЧП

Таким образом, синергия КРТ и ГЧП значительно ускорит сроки реализации проекта за счет быстрого процесса изъятия земельных участков, изменения градостроительных регламентов и передачи земель под застройку, в том числе для реализации концессий в рамках проекта. Сочетание механизмов в рамках жилой застройки повысит привлекательность покупки квартир в новых, полностью обустроенных районах с города. А главное – синхронизация механизмов позволит создавать социально-значимые объекты инфраструктуры в регионах с минимальной финансовой нагрузкой на региональные и местные бюджеты.

Список использованных источников:

1. Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» – Доступ из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357927/ (дата обращения: 13.03.2024). – Текст: электронный.
2. Федеральный закон от 30 декабря 2020 года №494-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях обеспечения комплексного развития территорий» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372677 (дата обращения: 23.03.2024). – Текст: электронный.
3. Федеральный закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 № 115ФЗ (последняя редакция) – Доступ из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54572/ (дата обращения: 11.04.2024). – Текст: электронный

4. Аналитический дайджест «Основные тренды и статистика рынка ГЧП по итогам 2023 года» – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2023. – 28 с. – URL: <https://pppcenter.ru/upload/iblock/b0f/b0fcbdbe6927a5b75f7526d86642cf47.pdf> (дата обращения: 20.04.2023). – Текст: электронный.

УДК 316.77

Мерчи Евгений Викторович

Merchi Evgenij Victorovich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные социальные инновации»

Master program “Corporate social innovations”

e-mail: eugenemerchi2000@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИЯМИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ EMOTION MANAGEMENT AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL COMMUNICATIONS

Аннотация: в статье рассматривается сущность эмоций: дано определение, теории их возникновения и отражены их социальные функции. Представлены особенности управления эмоциями как компонент эмоционального интеллекта человека, который включает в себя управление собственными и чужими эмоциями. Выявлены основные группы способов управления эмоциями.

Abstract: The article examines the essence of emotions: a definition is given, theories of their occurrence and their social functions are reflected. The features of emotion management as a component of human emotional intelligence, which includes the management of one's own and others' emotions, are presented. The main groups of ways to manage emotions have been identified.

Ключевые слова: эмоции, социальные коммуникации, управление эмоциями, эмоциональный интеллект.

Keywords: emotions, social communication, emotion management, emotional intelligence.

Взаимодействие между людьми происходит посредством различных инструментов коммуникаций, с помощью которых осуществляется обмен информацией. Этот обмен может происходить как при помощи речи, так и в текстовой форме, однако вне зависимости от типа получаемой информации человек также оценивает вербальные и невербальные знаки, сигнализирующие о состоянии собеседника на конкретный момент времени. В ка-

честве таких знаков могут выступать эмоции, являющиеся реакцией на любой раздражитель и показывающие отношение к конкретным словам, действиям и отдельным лицам.

По своей сущности эмоции являются процессом, который состоит из двух этапов, описывающие формирование и проявление их: оценка воспринимаемой информации и реакция организма. Человек постоянно анализирует окружающую среду, интерпретирует входящие сигналы и обрабатывает информацию. В процессе оценки различных событий мозг определяет их значимость и потенциальную пользу и/или угрозу для себя. Вместе с тем происходят и физиологические изменения (изменения в дыхании, потоотделение и др.), способствующие подготовке организма к дальнейшим действиям в зависимости от той эмоции, которая была вызвана в процессе данной оценки.

Согласно теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера, каждый человек старается поддержать внутреннюю гармонию в мыслях, убеждениях и поведении, то есть прийти к консонансу, однако при возникновении несоответствия или противоречия и возникает эффект когнитивного диссонанса, вызывающий у индивида состояние психологического дискомфорта.

Когнитивная теория Т.С. Шехтера рассматривает также возникновение эмоций, однако выделяется дополнительный фактор, влияющий на состояние – прошлый опыт человека. Доказательством правильности когнитивной теории эмоций служит способность словесных указаний и других эмоциональных воздействий изменить восприятие человеком текущей ситуации и его эмоциональные реакции на нее.

Вопрос возникновения эмоций также рассматривали отечественные ученые, одним из которых был П.В. Симонов. Его теория построена на информационном походе, то есть эмоции возникают как реакция на встречу с информацией, которая несет значение для выживания и функционирования индивида в окружающем мире. П.В. Симонов подчёркивает, что в основном эмоции возникают из-за эффекта внезапности, к чему не успели подготовиться и не смогли собрать информацию, необходимую для адекватной реакции [2, с. 10].

Когда речь идет о социальных коммуникациях, эмоции играют решающую роль в передачи информации о наших настроениях, отношениях к собеседнику и теме разговора. Выделяют следующие функции эмоций:

- отражательно-оценочная – способствование выделению значимых элементов, демонстрируя отношение к объективной информации;
- информативная – эмоции являются важными сигналами, которые помогают людям взаимодействовать, сотрудничать, координировать действия и принимать решения;

- интерактивная – эмоции способствуют созданию связей, улучшению взаимодействия между людьми и формированию или поддержанию личной идентичности в процессе общения;
- манипулятивная – эмоции могут быть использованы для воздействия на других людей с целью изменить их поведение на пользу своих собственных интересов;
- социализирующе-адаптивная – эмоции способствуют формированию социального опыта, укреплению связей и взаимодействию внутри социальной группы, что помогает человеку успешно функционировать и интегрироваться в общество;
- конструктивно-деструктивная – способность эмоций как создавать положительные изменения в обществе, так и приводить к разрушительным последствиям.

Несмотря на то, что носителем эмоции является конкретная личность, при взаимодействии между людьми они носят уже социальный характер. Поэтому во время общения важно не только следить за своей речью, но и контролировать, понимать свои эмоции. Другими словами, личность должна развивать в себе эмоциональный интеллект.

Под эмоциональным интеллектом понимается «способность понимать отношения личности, репрезентируемые в эмоциях, и управлять эмоциональной сферой на основе интеллектуального анализа и синтеза» [4, с. 8]. Другими словами, эмоциональный интеллект включает в себя способность к пониманию, распознаванию, анализу и контролю как собственных, так и чужих эмоций (табл. 1).

Таблица 1 – Компоненты эмоционального интеллекта
(П. Сэловей, Дж. Мэйер и Д. Карузо)

Компонент эмоционального интеллекта	Сущность
Восприятие, идентификация эмоций, их выражение	Способность распознавать, определять и осознавать эмоции, различать истинные и ложные эмоциональные выражения
Стимулирование и помощь в мышлении	Способность вызвать определенную эмоцию и контролировать её
Понимание эмоций	Способность понимать связи и переходы между эмоциями, причины их возникновения, анализировать и интерпретировать их
Управление эмоциями	Способность, связанная с контролем над эмоциями (регулирование их через сознание)

Отдельное внимание стоит уделить управлению эмоциями. Данный компонент позволяет не только контролировать эмоции через сознание, но и позволяет эффективно взаимодействовать с окружающими людьми, улучшать отношения, решать конфликты и достигать успеха в личной и профессиональной жизни. В общем смысле под управлением эмоциями можно понимать изменение эмоционального состояния личности специальными приемами, за счет которых осуществляется развитие социальных коммуникаций.

В первую очередь, стоит рассмотреть управление собственными эмоциями. Управление своими эмоциями включает в себя аспекты профилактики, поведенческие реакции в критических ситуациях, а также последующие действия после возникновения конфликтной ситуации [5, с. 26-27]. Данный процесс возможен, если соблюдаются следующие принципы, выделенные С. Шабановым и А. Алешиной:

- Принцип ответственности за свои эмоции – ответственность за то, что происходит у человека внутри в определенный момент времени, лежит исключительно на нем;
- Принцип принятия всех своих эмоций – разрешение себе испытывать конкретную эмоцию в определенных ситуациях вне зависимости от установок социума;
- Принцип целеполагания – каждое действие имеет свою цель, которую нужно обосновать для определения ценности (полученные выгоды) и цены (затраты на достижение выгод) в конкретной ситуации.

Для эффективного управления эмоциями необходимо развивать навыки самосознания, управления стрессом, эмпатии. Понимание своих эмоций, осознанное принятие их и умение адекватно реагировать на них помогают человеку более успешно функционировать в социуме и повышают качество его жизни. Развитие ранее описанных навыков позволяют также управлять эмоциями других людей, то есть влиять на эмоциональное состояние других людей с целью достижения определённых результатов или целей социального взаимодействия. С. Шабанов и А. Алешина также рассмотрели принципы для управления чужими эмоциями:

- Принцип целеполагания (аналогично управлению собственными эмоциями).
- Принцип цивилизованного влияния – учитывание собственных и чужих целей в социальных коммуникациях при выборе метода управления.
- Принцип принятия эмоций других людей заключается в уважении и понимании их чувств, независимо от того, соответствуют ли они нашим ожиданиям или вызывают негативные реакции.

Для сохранения взаимоотношений во время общения с определенными людьми применяются различные способы, контролирующие ис-

тинные эмоции и переживания внутри личности. Другими словами, способы поверхностного исполнения, которые завязаны на «надевании маски», изображающей эмоцию, которую личность не испытывает на данный момент времени [7, с. 61]. Например, сочетание словесных формулировок с тоном голоса покажут собеседнику своё небезразличие по озвученной проблеме или вопросу, а если добавить мимику лица, показывающую интерес или сострадание, то эффект усилится в глазах другого человека.

В конкретных случаях данной группы способов будет недостаточно для контролирования эмоций, так как не позволяет человеку чувствовать себя более спокойным и уравновешенным, поэтому на помощь приходят способы глубокого исполнения, позволяющие проработать эмоциональное состояние личности [7, с. 67]. В качестве такого способа выступает рефлексия, позволяющая провести анализ событий для выявления причин эмоциональной нестабильности и сделать выводы, которые совершаются с целью блокировки факторов и недопущения их возникновения повторно в будущем.

Таким образом, управление эмоциями является не просто инструментом развития социальных коммуникаций, а фундаментальной составляющей успешного взаимодействия между людьми. Совершенствование навыков контролирования и прорабатывания эмоциональных состояний является важным шагом для построения эффективных каналов коммуникаций.

Список использованных источников:

1. Русанова, Е.Г. Обзор методов классификации эмоций человека для задач распознавания эмоций // Политехнический молодежный журнал. – 2022. – №8(73).
2. Реверчук, И.В. Психофизиология и патопсихология эмоций и чувств: уч. пособие/ И.В. Реверчук. – Ижевск, 2016. – 36 с.
3. Горбунова, М.Ю. Социальные функции эмоций // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – №67. – С. 320-329.
4. Воробьева Е.В., Косоногов В.В., Ковш Е.М. Эмоциональный интеллект: генетические и психофизиологические корреляты. Монография – М.: Мир науки, 2021. – Сетевое издание. Режим доступа: <https://izdmn.com/PDF/10MNNPM21.pdf> – Загл. с экрана.
5. Никулина И.В. Эмоциональный интеллект: инструменты развития: учебное пособие / И.В. Никулина. – Самара: Издательство Самарского университета, 2022. – 82 с.
6. Шабанов С. Эмоциональный интеллект. Российская практика / Сергей Шабанов, Алена Алешина. – 6-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 432 с.
7. Харрис С. Приглашение в социологию эмоций [Текст]: учебник / пер. с англ. О.А. Симоновой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 224 с.

Милаев Денис Владимирович

Milaev Denis Vladimirovich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическое корпоративное управление»

Master program "Strategic corporate management"

e-mail: denis.milaev2@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНДУСТРИИ 4.0 В КОРПОРАЦИЯХ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ APPLICATION OF INDUSTRY 4.0 TECHNOLOGY IN DAIRY INDUSTRY CORPORATIONS

Аннотация: в статье раскрыта сущность индустрии 4.0, ее основные элементы и их возможное применение в молочной отрасли. Проанализирован практический опыт внедрения технологий на примере зарубежных и отечественных корпораций. Представлены причины малого распространения технологий в отечественной практике.

Abstract: The article reveals the concept of industry 4.0, its main elements and their possible application in the dairy industry. The practical experience of technology implementation is analyzed using the example of foreign and domestic corporations. The reasons for the small spread of technologies in domestic companies are presented.

Ключевые слова: Индустрия 4.0, молочная отрасль, корпорация, отечественные технологии, зарубежные технологии.

Keywords: Industry 4.0, dairy industry, corporation, domestic technologies, foreign technologies.

Молочная отрасль характеризуется низким уровнем рентабельности и производительности, что обусловлено ее спецификой, такой как низкий уровень компетенций рабочего персонала и высокая себестоимость производства молока-сырья. Данную проблему можно решить за счет применения технологий индустрии 4.0, которые способны, например, обеспечить персонализированный подход к животным или снизить влияние рабочего персонала на конечный результат, тем самым увеличив объем и эффективность производства. Что подтверждает важность и актуальность применения таких технологий в данной отрасли.

Далее рассмотрим определение индустрии 4.0. Индустрия 4.0 представляет из себя новый подход к производству, заключающийся в переходе на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени [3; 7]. В индустрию 4.0 входят следующие элементы (рисунок 1):

Робототехника	3D-Печать	Большие данные	Интернет вещей
Искусственный интеллект	Облачные вычисления	Дополненная реальность	Цифровой двойник

Рисунок 1 – Элементы индустрии 4.0

Коротко опишем каждый из элементов и его применение в молочной отрасли [5].

Робототехника. Это автоматизированные системы, которые действуют по заранее заложенным программам. Технология давно используется во многих отраслях производства, однако в молочной промышленности, возможности ее применения еще изучаются.

3D-печать. Создание трехмерных объектов путем нанесения материала слоями, в соответствии с цифровой 3D-моделью объекта. Возможное применение заключается в 3D-печати продуктов питания, что является очень сложным, но в то же время перспективным направлением.

Большие данные. Процесс использования передовых аналитических инструментов и методов для обработки массивных наборов данных. В молочной промышленности области применения связаны с мониторингом в режиме реального времени показателей производства и логистики, что генерируют огромные объемы данных.

Интернет вещей. Это система взаимосвязанных вычислительных устройств, которые могут собирать и передавать данные по беспроводной сети без участия человека. На молочных заводах возможно применение для сбора оперативных и точных данных, которые в режиме реального времени будут отслеживаться фермерам или следующей в цепочке технологией.

Искусственный интеллект. Это вычислительная технология, используемая для восприятия окружающую среду и принятия решения. В молочной отрасли технология играет ключевую роль в автоматизации умного сельского хозяйства, используются в процессе мониторинга и принятия решений в режиме реального времени.

Облачные вычисления. Это применение вычислительных ресурсов через сеть Интернет. Облако действует как соединительная ткань индустрии 4.0., данные, необходимые для работы всей системы находятся в облаке и используются другими системами для связи и координации.

Дополненная реальность. Технология представляет из себя наложение цифровых визуальных и звуковых компонентов на реальный мир.

Для молочной отрасли технология дает возможность видеть данные интернета вещей в режиме реального времени, инструкции по техническому обслуживанию оборудования, информацию о состоянии животного и так далее.

Цифровой двойник. Это виртуальная симуляция реальной машины, продукта, процесса или системы. Этот элемент индустрии 4.0 может использоваться молочной компанией для тестирования изменений в бизнес-процессах с целью поиска возможностей минимизации времени простоя и повышения производительности.

Далее изучим примеры практического внедрения технологий индустрии 4.0 в молочной отрасли. Сначала будет рассмотрена зарубежная практика, затем отечественная, после чего выполнен анализ и сделаны выводы.

Зарубежные примеры использования технологии.

Nestle. Корпорация внедрила решение Orange Box компании B&R с целью модернизации своих старых заводов.

Orange Box является инструментом для сбора и анализа данных, который передает данные с устаревших машин в облако. Технология состоит из контроллера и преднастроенных программных блоков mapp Technology. Контроллер собирает оперативные данные с любой машины через каналы ввода/вывода. Программные блоки mapp генерируют и отображают ключевые показатели, такие как ОЕЕ (общая эффективность оборудования) и КРІ (ключевые показатели эффективности), которые могут быть переданы в более высокоуровневые системы. То есть все что требуется для сбора и анализа оперативных данных – это компактный контроллер шириной в 25-миллиметров и компонент mapp ОЕЕ.

По результатам данной модернизации Nestle зафиксировали увеличение времени безотказной работы на 7%, сокращение времени простоя на 15% и снижение затрат на рабочую силу на 23%, что в общем итоге дало рост производительности на 14% [6].

Cainthus. Ирландская компания разработала систему, которая использует искусственный интеллект для идентификации и отслеживания поведения всех коров в коровнике. Данные используются для формирования показателей производительности для коров и фермы, с анализом в режиме реального времени, доступным на смартфоне фермера.

Корпорация создала ALUS Nutrition и ALUS Behavior. Это комплексные системы интеллектуальных камер, которые используя компьютерное зрение и искусственный интеллект постоянно наблюдают за деятельностью в области питания, поведения, охраны здоровья и окружающей среды, которая влияет на производство. Алгоритмы искусственного интеллекта в режиме реального времени автоматически преобразуют визуальные данные с камер в аналитическую информацию, к которой фермеры имеют доступ с

любого устройства. Также формируются еженедельные сводки с цифрами и тенденциями, и ежемесячные аналитические материалы и рекомендаций к действию.

По результатам реализации данной модернизации было получено дополнительные 2 кг молока в день от одной коровы [4].

Отечественные примеры использования технологии.

ООО «СП «Донское». Корпорация внедрила роботизированная доильную карусель компании GEA представляющую собой специальную платформу с целью повышения эффективности одного из самых трудоемких и ответственных процессов при производстве молока в условиях индустриальной технологии, а именно доения.

В технологии основными элементами является стойло и 5 роботов. Стойло автоматически идентифицирует корову, отслеживает ее показатели, меняет доильные стаканы и очищает место. Роботы различаются по функционалу – 1 и 2 роботы отвечают за подготовку коровы к доению, 3 и 4 непосредственно осуществляют сам процесс доения и 5 обрабатывает соски и вымя коровы после доения. При этом каждый робот обладает 3D-камерой и датчиками, которые позволяют им отслеживать текущее состояние коровы, величину и характеристики полученного молока. Затем эта информация попадает в базы данных, где используется для дальнейшего повышения эффективности. Управление осуществляется посредством компьютера или смартфона.

По результатам внедрения данной технологии доля коров с удоями свыше 10 000 составила 68,2% ко всему поголовью доенных коров. Что в 14,6 раз выше, чем было до внедрения [2].

Что касается ситуации по всему рынку то в молочной отрасли страны пока только крупные молочные корпорации с поголовьем более 800 коров, которые составляют около 4,3% от общего числа ферм активно внедряют технологии индустрии 4.0, но при этом на них приходится более 30% производимого в России молока. Наиболее распространенной технологией являются ERP-системы.

Сформируем основные причины, по которым в России столь малое количество организаций на данный момент внедрило технологии индустрии 4.0.

Во-первых, высокая стоимость внедрения. Это связано с изначально высокой стоимостью необходимого для работы технологий оборудования и с сложностью, длительностью и высокой ценой его внедрения.

Во-вторых, преимущественно использование импортного оборудования. Это увеличивает стоимость внедрения технологий и сложность его последующего обслуживания.

В-третьих, нехватка IT-специалистов. На данный момент идет подготовка новых специалистов, однако им зачастую не хватает опыта работы.

В-четвертых, неготовность персонала к переменам. Далеко не все работники, да и сами руководители, психологически готовы меняться, так как это требует умственных и физических затрат.

Последняя причина – инфраструктура. Многие производственные площадки удалены друг от друга, а некоторые из них и вовсе находятся в труднодоступных местах с неустойчивой связью. В то время как для работы технологий нужен стабильный интернет и электроснабжение, чем могут похвастаться далеко не все удаленные хозяйства [1].

Итого на основании проанализированного выше можно сделать вывод, что технологии индустрии 4.0 применяются как в западных организациях, так и в отечественных, однако в России есть ряд ограничивающих факторов, которые мешают более повсеместному внедрению технологий. Но, несмотря на это, на основании рассмотренных примеров и полученных по ним результатам однозначно очевидны их финансовая и производственная эффективности, которые обеспечат их дальнейшее и более обширное внедрение в корпорации молочной отрасли.

Список использованных источников:

1. Конец ручного управления. Какие цифровые технологии внедряются на животноводческих предприятиях [Электронный ресурс] // Агро Инвестор, – режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/animal/article/33325-konets-ruchnogo-upravleniya-ka-kie-tsifrovye-tekhnologii-vnedryayutsya-na-zhivotnovodcheskikh-predpri/> (дата обращения: 07.04.2024).
2. Мосолова Н.И. Опыт производства молока при использовании роботизированной доильной карусели GEA DairyProQ / Н.И. Мосолова, М.А. Чеканова, И.Ф. Горлов, Н.А. Ткаченко, А.А. Сложенкина, Е.С. Воронцова // Известия НВ АУК. – 2022. – №2 (66). – С. 208-220.
3. Теория и практика развития биоэкономики: инновации, цифровизация, трансформация... / И.А. Максимцев, А.Э. Сулейманкадиева, Н.М. Фомичева [и др.]. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 154 с. – ISBN 978-5-7310-4770-8. – EDN ORVPRK
4. Cainthus Helps Dairy Farms Optimize Yields with Camera Networks, Computer Vision and AI Algorithms [Электронный ресурс] // DIGI, – режим доступа: <https://www.digi.com/resources/customer-stories/cainthus-dairy-farm-ai-monitoring-technology> (дата обращения: 04.04.2024).
5. Industry 4.0 for Dairy Companies [Электронный ресурс] // Food Marketing Technology, – режим доступа: <https://fntmagazine.in/industry-4-0-for-dairy-companies/> (дата обращения: 03.04.2024).
6. Nestlé Application on Industry Specific Technology [Электронный ресурс] // Grades Fixer, – режим доступа: <https://gradesfixer.com/free-essay-examples/nestle-application-on-industry-specific-technology/> (дата обращения: 04.04.2024).
7. Economic potential of agroindustrial enterprises and their impact on the environment / I. Aleksandrov, O. Rasskazova, O. Popazova [et al.] // E3S Web of Conferences, Rostov-on-Don, 20–23 октября 2020 года. – Rostov-on-Don, 2020. – P. 09003. – DOI 10.1051/e3sconf/202021709003. – EDN RMCGZP

Моторкин Антон Сергеевич

Motorkin Anton Sergeevich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационный менеджмент»

Master program “Innovation management”

e-mail: motorkin.toni@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ОПТИМИЗАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN MODERN BUSINESS

Аннотация: в статье представлены результаты анализа влияния цифровых технологий на оптимизацию бизнес-процессов и определена значимость цифровых технологий для развития современного бизнеса.

Abstract: the article presents the results of the analysis of the impact of digital technologies on the optimization of business processes and defines the importance of digital technologies for the development of modern business.

Ключевые слова: конкуренция, цифровые технологии, эффективное управление, инновации, оптимизация бизнес-процессов/

Keywords: competition, digital technologies, effective management, innovation, business process optimization

Современные компании постоянно сталкиваются с конкуренцией, быстрыми изменениями на рынке и растущими ожиданиями клиентов. Оптимизация бизнес-процессов становится ключевым элементом обеспечения конкурентоспособности и успешного развития предприятий. Цифровые технологии, такие как облачные вычисления и аналитика данных, становятся ключевым инструментом для повышения эффективности работы и управления компаниями. Неэффективные бизнес-процессы могут привести к потере клиентов, увеличению издержек и снижению производительности. Для преодоления этих проблем компании могут обратиться к инновационным цифровым системам управления бизнесом, интегрирующим передовые цифровые решения, такие как облачные вычисления и аналитика данных, для эффективного управления и развития.

Согласно данным Росстата, была проведена оценка преимуществ, полученных при использовании инновационных цифровых технологий российскими компаниями. В ходе анализа было рассмотрено 354 российские компании, которые внедрили цифровые технологии в свои бизнес-процессы.

В таблице 1 представлены преимущества инновационных цифровых систем на примере реальных компаний. Приблизительно 78% из рассмотренных компаний стремятся оптимизировать свои бизнес-процессы, используя цифровые экосистемы и платформы. Использование цифровых инструментов повышению прозрачности в коммуникации с клиентами (61%) и сокращению расходов на решение бизнес-задач (56%). Применение цифровых платформ и экосистем также помогает оставаться на пике (60%), сокращает издержки (49%), увеличивает доход (44%) и привлекает больше клиентов (42%). [2]

Таблица 1 – Ранжирование преимуществ цифровых технологий на основе числа компаний их использующих

Преимущества	Кол-во компаний, использующих цифровые технологии
Оптимизация и ускорение бизнес-процессов	273
Прозрачность процессов, улучшение коммуникации	136
Следование тенденциям рынка	210
Сокращение затрат на процессы деятельности	196
Снижении издержек в организации	171
Повышение дохода организации	154
Приток новых клиентов	147
Повышает клиентоориентированность	129
Дает другие конкурентные преимущества	87

Успешное применение цифровых технологий для оптимизации бизнес-процессов на предприятиях зависит от правильного выбора технологий, адаптации к специфике отрасли и компании, а также обучения персонала и создания благоприятной культуры инноваций. Более детально взглянуть на картину необходимости поможет SWOT-анализ, представленный в таблице 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ инновационных цифровых технологий

Аспекты	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
Бизнес-процессы	– автоматизация бизнес-процессов; – повышение производительности;	– зависимость от технологий; – необходимость обновления;	– развитие новых продуктов и услуг; – повышение конкурентоспособности.	– появление новых конкурентов, использующих

Аспекты	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
	– снижение затрат на операционную деятельность благодаря автоматизации процессов.	– необходимость постоянного обучения и адаптации к новым цифровым инструментам и технологиям; – высокие начальные инвестиции в приобретение и настройку цифровых инструментов.	–	– более современные и эффективные цифровые инструменты.
Аналитика	– улучшенная аналитика данных; – увеличение прозрачности и контролируемости бизнес-процессов.	– риск технических сбоев и проблем с безопасностью данных.	– большой объем данных для анализа; – глобализация бизнеса.	– технические сбои и проблемы с доступом к данным, вызванные проблемами с безопасностью или перебоями в работе интернет-провайдеров.
Гибкость и масштабируемость	– быстрое и недорогое масштабирование бизнеса; – возможность быстрого реагирования на изменения рынка и предпочтений потребителей.	– зависимость от постоянного доступа в интернет и наличия цифровых устройств; – сложность интеграции цифровых инструментов в уже существующие бизнес-процессы.	– рост эффективности операций.	– законодательные ограничения и нормативные акты, затрудняющие использование цифровых технологий для бизнеса.
Клиент-ориентированность	– повышение уровня удовлетворенности клиентов благодаря улучшению качества обслуживания и персонализации предложений.	– риск утечки конфиденциальной информации из-за использования цифровых платформ.	– развитие новых рынков и ниш.	– потеря клиентов из-за недостаточной адаптированности к новым цифровым технологиям или проблем с безопасностью.

Внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы предприятий зависит от ряда ключевых факторов:

- 1) стратегическое видение и четко сформулированные цели;
- 2) поддержка со стороны руководства;
- 3) компетентный IT-персонал;
- 4) совместимость с текущей инфраструктурой;
- 5) безопасность и защита данных;
- 6) гибкость и адаптивность компании при внедрении системы;

7) процесс управления изменениями.

Контроль и эффективное управление этими факторами являются ключевыми для успеха в внедрении цифровых технологий в бизнес-процессы предприятий. Каждая рекомендация должна быть адаптирована под конкретные потребности и особенности предприятия.

Таким образом, оптимизация и цифровизация бизнес-процессов становятся ключевыми факторами успешного ведения бизнеса в условиях быстро меняющегося рынка и увеличивающейся конкуренции. Инновационные цифровые системы предлагают комплексный подход к оптимизации, обеспечивая автоматизацию, аналитику данных и гибкость, необходимые для эффективного управления и развития предприятия. Поэтому внедрение таких систем следует рассматривать как приоритетную задачу для современных организаций, стремящихся к успеху в динамичной бизнес-среде.

Список использованных источников:

1. Калинин А. Р., Самоеенко А. И. Цифровая трансформация управления бизнес-процессами в современных условиях сырьевого рынка // Проблемы теории и практики управления. – 2021. – № 6. – С. 202–213.

2. Росстат. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Показатели развития информационного общества в Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls (дата обращения: 16.03.2024).

УДК 331.103

Мясникова Наталья Андреевна

Myasnikova Natalya Andreevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационный менеджмент»

Master program “Innovation management”

e-mail: na.myasnikova@mail.ru

ПОТЕНЦИАЛ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РЕШЕНИИ HR-ЗАДАЧ

POTENTIAL OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SOLVING HR PROBLEMS

Аннотация: в статье исследован потенциал искусственного интеллекта в решении задач управления персоналом. Проведен анализ возможностей технологии искусственного интеллекта, которые могут быть применены для оптимизации процессов подбора, обучения, оценки и управления персоналом. Приведены примеры отечественных программ, которые представлены на рынке HR-tech.

Abstract: the article explores the potential of artificial intelligence in solving personnel management problems. An analysis was made of the possibilities of using artificial intelligence technology, which can be used to optimize the processes of selection, training, assessment and personnel management. Examples of domestic programs that are presented on the HR-tech market are given.

Ключевые слова: инновационные технологии, искусственный интеллект, HR.

Keywords: innovative technologies, artificial intelligence, HR.

В последние годы мы видим бурное развитие цифровых технологий. Компании стремительно трансформируются, внедряя цифровые инструменты. К наиболее востребованным технологиям на сегодняшний день можно отнести искусственный интеллект – это технология, которая использует алгоритмы обработки больших объёмов данных и находит в них закономерности. С помощью искусственного интеллекта человек может быстрее выполнять рутинные операции и принимать решения на основе аналитических данных. Автор, в своем исследовании, остановится на анализе существующих возможностей и преимуществ использования искусственного интеллекта в решении HR-задач.

В соответствии с результатами отчета TAdviser, 85% российских компаний-респондентов уже внедряют искусственный интеллект для автоматизации процессов рекрутинга [1, с. 165]. Эксперты высоко оценивают потенциал искусственного интеллекта в HR-сфере. Так, уже сейчас они отмечают бурное развитие алгоритмов поиска и анализа информации о рынке труда, потенциальных сотрудниках и конкурентах. Сегодня AI способен оптимизировать рутинные функции HR-процессы, такие как:

- автоматическое написание и публикация вакансий на job-платформах (платформа Texito, Finder);
- запуск таргетированной рекламы вакансии в социальных сетях (Woker);
- первичный скрининг резюме, телефонное интервью (Север.ИИ, Crystal);
- проведение онлайн-собеседований (HireVue);
- HR-аналитика и подготовка дашбордов (ПУЛЬС);
- пульс-опросы для сотрудников (Поток Опросы, ISpring);
- взаимодействие с кандидатами и сотрудниками через чат-бота (XOR, BrowseAI);
- разработка траектории карьерного развития, (ПУЛЬС);
- создание персонализированных образовательных предложений (ПУЛЬС);
- разработка модели компетенций для оценки персонала (delta.ai, Squadrille).

Американская социальная сеть для установления деловых контактов LinkedIn провела исследование «Будущее рекрутинга» для формирования

прогнозов на 2024 г. Один из них – ускорение процесса подбора персонала благодаря внедрению искусственного интеллекта. Так, например, на основе анализа профилей рекрутеров, проведенного в начале 2024 г., был сделан вывод о том, что в этом году на 14% больше рекрутеров указали в своих профилях, что владеют инструментами искусственного интеллекта [3]. Респонденты опроса о преимуществах использования AI в управлении персоналом указали следующее: помогает быстрее формировать описание вакансий (57%), автоматизирует типовые и повторяющиеся задачи (45%), повышает производительность (41%), позволяет ускорить/упростить взаимодействие с кандидатами (35%). Алгоритмы искусственного интеллекта ускоряют обработку резюме на 94%.

Процесс создания модели компетенций и процесс оценки персонала можно оптимизировать с помощью инструментов искусственного интеллекта. При правильно заданных условиях AI способен самостоятельно провести весь цикл оценки компетенций сотрудников. Алгоритм выглядит следующим образом:

- 1) определение компетенций, подвергаемых оценке;
- 2) формирование поведенческих индикаторов к каждой из компетенций;
- 3) составление перечня вопросов для оценки степени проявления необходимых индикаторов компетенций;
- 4) формирование матрицы потенциальных ответов кандидатов на вопросы и разработка балльной шкалы;
- 5) проведение онлайн-интервью с сотрудниками для оценки компетенций;
- 6) подготовка отчета.

Каждый из этапов способен проводить искусственный интеллект самостоятельно. К преимуществам использования AI в процессе оценки компетенций персонала можно отнести:

- получение четкого результата: компетенция либо проявлена, либо не проявлена;
- защита от социально-желательных ответов;
- защита от субъективной оценки и оценки склонностей;
- аналитика больших данных для выбора наиболее релевантного паттерна ответов и возможность сравнения с большой базой данных.

Например, ведущей российской консалтинговой компанией ЭКОПСИ была разработана технология delta.ai [2]. Это автоматизированный опросник, который позволяет спрогнозировать реальное поведение кандидатов при помощи данных и AI. Ответы сотрудников на специализированные вопросы по компетенциям сравниваются с базой данных более 12 тыс. сотрудников отечественных компаний. Далее алгоритмы искусственного интеллекта прогнозируют, какой уровень проявления компетенциям получит человек с таким паттерном ответов, если бы его оценивала специализированная комиссия.

Таким образом, технологии искусственного интеллекта уже проникли во все процессы управления персоналом, что позволило организациям существенно оптимизировать процессы взаимодействия с кандидатами и сотрудниками, ускорить и упростить работу менеджеров по персоналу и позволить им сфокусироваться на более стратегически важных вопросах.

Список использованных источников:

1. Гильдингерш М.Г. Инновационные технологии подбора персонала (на основе искусственного интеллекта) / М.Г. Гильдингерш, В.С. Тестова // Векторы благополучия. – 2023. – № 48 (1). – С.164-172.
2. Как искусственный интеллект меняет HR // HRTimes. ЭКОПСИ Консалтинг: сайт. URL: <https://www.ecopsy.ru/insights/kak-iskusstvennyy-intellekt-menyaet-hr/> (Дата публикации: 03.04.2020).
3. Поскочинова, О.Г. Роль прорывных инноваций при переходе к новому типу социально-экономического развития / О.Г. Поскочинова, М.А. Петров // Экономические науки. – 2024. – № 233. – С. 72-79. – DOI 10.14451/1.233.72. – EDN IJTYQV
4. LinkedIn Report: 6 Predictions for the Future of Recruiting // dzen.ru: website. – URL: https://dzen.ru/a/Zfg8YsUtrnpHWvFt?share_to=link (date of request: 20.03.2024).

УДК 656.033

**Никишина Елена Владимировна,
Санькова Наталья Юрьевна
Nikishina Elena Vladimirovna,
Sankova Nataliya Urievna**

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St Petersburg State University of Economics

Программа «Логистические и маркетинговые стратегии клиентоориентированности
транснациональной транспортно-логистической компании»
Master program «Logistics and marketing strategies of customer orientation for a logistics
company»

e-mail: nikishina@yandex.ru

e-mail: sankova.77@inbox.ru

**НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТАРИФНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ**

**DIRECTIONS FOR IMPROVING TARIFF REGULATION
OF RAILWAY TRANSPORT IN MODERN ECONOMIC REALITIES**

Аннотация: Статья посвящена вопросам тарифного регулирования железнодорожного транспорта. Авторами рассмотрены особенности текущей модели ценообразования на услуги перевозки грузов по инфраструктуре ОАО «РЖД» и предложены направления совершенствования, учитывающие специфику железнодорожной отрасли и современные экономические реалии.

Abstract: The article is devoted to the issues of tariff regulation of railway transport. The authors examined the features of the current pricing model for cargo transportation services on the infrastructure of JSC Russian Railways and proposed areas for improvement that take into account the specifics of the railway industry and modern economic realities.

Ключевые слова: тарифное регулирование, железнодорожный транспорт, грузовые перевозки, логистика, Прейскурант 10-01

Key words: tariffs regulation policy, rail transport, freight transportation, logistics, pricelist 10-01

Современные экономические реалии возможно охарактеризовать с различных позиций: это постиндустриальная экономика развитого товарного производства, экономика знаний, информации и сервиса (цифровая экономика), экономика перехода от V к VI технологическому укладу; циркулярная экономика и экономика, где управленческий аспект все больше и больше смещается в сторону смешанного типа [2].

Транспортно-логистическая отрасль продолжает испытывать на себе последствия пандемии COVID-19, а к ним добавляются влияние геополитики и возрастающий уровень ожиданий со стороны потребителей и клиентов. Конъюнктура бизнеса предъявляет к организации логистики повышенные требования. В ответ на вызовы, формируемые процессами в экономике и обществе, цепи поставок, как логистические системы, так и отдельные элементы в них (компании провайдеры услуг и грузоотправители) должны отвечать таким требованиям, как гибкость и адаптивность с одной стороны, а также устойчивость (resilience) – с другой, оставаясь при этом экономически эффективными.

Транспортное обеспечение товародвижения (транспортировка) играет ключевую роль в логистике и в цепях поставок. Стоимостные параметры доставки грузов всегда являлись важным фактором, влияющим на конечную стоимость различных товаров, а также значимым элементом обеспечения конкурентоспособности того или иного вида транспорта.

Стоимость перевозки грузов автомобильным, водным и воздушным транспортом определяется логистическими компаниями (операторами) на основе рыночной конъюнктуры, то есть следует за спросом и предложением. Самостоятельное определение цены услуги перевозки компаниями позволяет перевозчикам следовать за изменениями на рынках и быстро на них реагировать.

В отличие от перечисленных свободных рынков, стоимость транспортировки железнодорожным транспортом формируется по смешенному типу. Укрупнено транспортные затраты при железнодорожной перевозке состоят из двух основных частей: регулируемого железнодорожного тарифа, то есть тарифа за перевозку груза по инфраструктуре ОАО «РЖД», и нерегулируемой (рыночной) цены за пользование вагонами, которую устанавливают компании-операторы подвижного состава [3].

Так как владелец железнодорожной инфраструктуры ОАО «РЖД» отнесен к сфере действия естественных монополий, к нему применяются меры ценового государственного регулирования посредством установления цен и тарифов или их предельного уровня на основе метода экономически обоснованных затрат [5]. Документом, определяющим тарификацию, является Прейскурант 10-01 «Тарифы на перевозку грузов и услуги инфраструктуры, выполняемые российскими железными дорогами», который был принят в 2003 году в рамках проведения структурной реформы на железнодорожном транспорте и «отпраздновал» в 2023 году свое двадцатилетие [4].

Стоимостная основа тарифов текущего Прейскуранта 10-01 была сформирована на расходной базе (себестоимости перевозочного процесса), объемах и структуре перевозок грузов 2000 года, исходя из географии производства, поставок сырьевой и готовой продукции.

Действующий Прейскурант 10-01 построен на принципе ценовой дискриминации, где номенклатура грузов разделена на 3 тарифных класса, по принципу платежеспособности товара (грузы первого класса – это низкостоимостные сырьевые грузы, а второго и третьего тарифных классов – высокостоимостные). Таким образом, предметом тарификации является непосредственно сам груз.

На момент принятия (введения в действие в 2003 году) действующей тарифной системы структура перевозок была сбалансирована за счет такого соотношения долей низкодоходных и высокодоходных грузов, которое и обеспечивало эффективность операционной деятельности ОАО «РЖД».

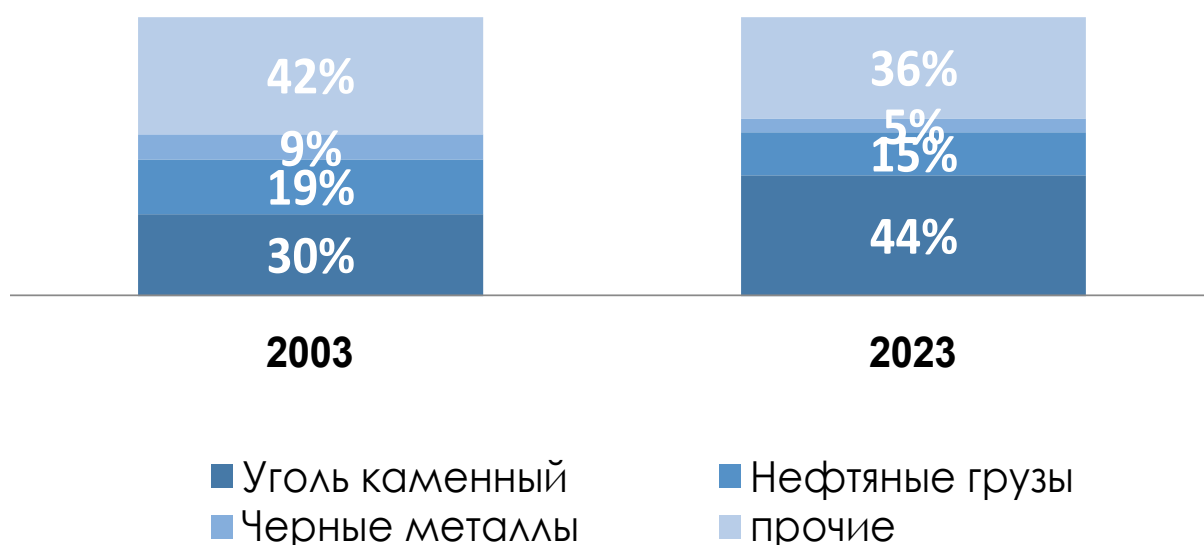


Рисунок 1 – Изменение структуры грузооборота по инфраструктуре ОАО «РЖД» [1]

Сейчас структура существенно изменилась: в 2023 году доля угля в грузообороте увеличилась до 44%, вытесняя из грузооборота высокодоходные нефтеналивные грузы, удобрения и черные металлы. Изменение структуры – рост доли низкодоходных грузов в структуре грузооборота приводит к снижению доходной ставки.

Подводя итог, можно отметить следующие основные характеристики действующей модели ценообразования на грузовые железнодорожные перевозки:

- предметом тарификации является груз и его платежеспособность;
- базовые ставки на перевозку зафиксированы в условиях 2003 года и ежегодно индексируются;
- внесение изменений и донастройка осуществляется методом применения поправочных коэффициентов;
- модель не учитывает изменения рыночной конъюнктуры.

Таким образом, действующую тарифную модель можно в целом охарактеризовать как «статичную». Как и 20 лет назад, когда вступил в действие Прейскурант 10-01, предпосылками к пересмотру тарифной политики на железнодорожном транспорте и ее совершенствованию служат проблемы и вызовы, с которыми сталкивается владелец национальной железнодорожной инфраструктуры (ОАО «РЖД») и транспортно-логистический рынок в целом.

Для выработки подходов к совершенствованию ценообразования можно выделить общие социально-экономические тренды и собственно отраслевую проблематику железнодорожных перевозок. К первой группе факторов мы отнесем: повышенную неопределённость в бизнес среде, цифровую трансформацию бизнесов и процессов, повышенное внимание к клиентоориентированности в логистике, геополитические факторы и санкционное давление на бизнес и государство. Среди особенностей рынка железнодорожных перевозок, влияющих на вопросы тарификации, можно отнести следующие: изменение структуры перевозок грузов, лимитирующие пропускные способности инфраструктуры ОАО «РЖД», проблему конкурентоспособности железнодорожного транспорта.

В контексте обозначенных трендов и вызовов принципиальным аспектом совершенствования системы является поиск сбалансированных решений для всех участников национальной логистической системы: государства, грузоотправителей и операторов подвижного состава, и, конечно, ОАО «РЖД».

В текущих экономических условиях модернизация системы ценообразования на регулируемые услуги железнодорожного транспорта должна:

- учитывать необходимость развития инфраструктуры и наличие инвестиционной составляющей;
- учитывать реальную экономику перевозки;
- включать элементы гибкого адаптирования к рыночным изменениям;
- учитывать необходимость повышения эффективности перевозочного процесса как для владельца инфраструктуры, так и для пользователей услуг;
- не допустить существенного роста тарифной нагрузки на грузоотправителей;
- стимулировать логистических операторов к оптимизации и повышению эффективности используемых транспортно-логистических схем.

Важно отметить, что в настоящий момент целесообразна поэтапная перестройка, позволяющая обеспечивать развитие субъектов транспортно-логистического рынка, которая должна учитывать возросшее социальное значение вопросов транспортировки грузов железнодорожным транспортом, а также позволять бизнес единицам отрасли оставаться экономически эффективными.

Таким образом, в рамках исследования была рассмотрена текущая модель тарифообразования на услуги по перевозке грузов железнодорожным транспортом, отмечены ее ключевые особенности, выделены проблемные области, сформированы предложения по совершенствованию методологии ценообразования и выделены основные составляющие, которые целесообразно учитывать при построении новой модели тарифов.

Список использованных источников:

1. Внутренняя отчетность ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://company.rzd.ru> (Дата обращения: 01.04.2024).
2. Концептуальные проблемы теории и методологии логистики / В.В. Щербаков, Т.Г. Шульженко, О.Д. Коль, С.Ю. Шевченко. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – 169 с.
3. Обзор работы грузового железнодорожного транспорта за 2023 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://railsovet.ru/upload/iblock/d0c/9b2tx6i2zwc4u7x8lsvwuojs6qh1rd.pdf> (Дата обращения: 04.04.2024).
4. Постановление ФЭК России от 17.06.2003 №47-т/5 (ред. от 07.06.2023) «Об утверждении Прейскуранта N 10-01 «Тарифы на перевозки грузов и услуги инфраструктуры, выполняемые российскими железными дорогами» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43726/9184285ffbf644a7e84c3babfde0a165258fdaf8/ (Дата обращения: 10.04.2024).
5. Федеральный закон от 17.08.1995 №147-ФЗ «О естественных монополиях» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7578/ (Дата обращения: 04.04.2024).

МЕТОДОЛОГИЯ ВЫЯВЛЕНИЯ СПЕЦИФИКИ ИДИОСТИЛЯ ПЕРЕВОДЧИКА

METHODOLOGY FOR IDENTIFYING THE PECULARITIES OF A TRANSLATOR'S INDIVIDUAL STYLE

Аннотация: в данной статье рассматривается методология выявления черт индивидуального стиля переводчика на основе параметров корпусного исследования, определяются достоинства и недостатки корпусного метода выявления идиостиля, устанавливается эффективность его применения отдельно от других методов.

Abstract: this article considers the methodology of identifying the features of the translator's individual style based on the corpus research parameters, identifies the advantages and disadvantages of the corpus-based approach to identifying individual style, and establishes the effectiveness of its use separately from other methods.

Ключевые слова: идиостиль переводчика, корпусный метод выявления идиостиля, паратекстуальный метод выявления идиостиля, К. Кизи «Killer».

Keywords: translator's individual style, corpus-based approach to identifying individual style, paratextual approach to identifying individual style, «Killer» by K. Kesey.

На данный момент существует сравнительно небольшое количество работ, посвященных исследованию индивидуального стиля переводчика, а инструментарий таких исследований разработан в недостаточной степени, в связи с чем представляется актуальным установление границ использования основного метода, посредством которого осуществляется большинство подобных исследований, а именно корпусного метода, и необходимости совмещения его с другими существующими методами, такими как паратекстуальный метод. Корпусный метод предполагает создание корпусов текстов оригинального произведения и его переводов и их последующее исследование на предмет закономерностей, составляющих индивидуальный стиль переводчика [1].

Паратекстуальный метод подразумевает сбор экстралингвистической информации о переводчике, включая факт нативного либо ненативного владения исходным и переводным языками и его переводческую позицию, с последующим формированием вопросов-гипотез о переводе и анализом текстов и ответами на поставленные вопросы [2]. Паратекстуальный метод опирается на выявление различий в методах и степени интенсивности вы-

ражения индивидуальных черт оригинального текста в переводе и предполагает исследование стилистических средств, за счет которых достигаются выявленные различия.

Данное исследование направлено на определение достоинств и недостатков использования корпусного метода при выявлении индивидуального стиля переводчика, а также эффективности его применения в качестве основного метода выявления идиостиля переводчика. Материалом исследования является рассказ К. Кизи «Killer» [3] и его переводы на русский язык, выполненные М. Ланиной [4] и В. Голышевым [5].

Материал был отобран на основании его соответствия критерию наличия нескольких переводов, выполненных с незначительным временным промежутком, позволяющим минимизировать влияние изменений в литературной и переводческой нормах, а также в полной или значительной степени исключить влияние ограничений, накладываемых на переводчика издательским аппаратом. Анализ осуществлялся посредством корпусного программного обеспечения AntConc и онлайн-сервиса Текстометр и проводился в соответствии с методологическими рекомендациями и указаниями М. Бейкер, описанными в работе «Towards a Methodology for Investigating the Style of a Literary Translator» [1].

Корпусное исследование текстов перевода на предмет специфики индивидуального стиля было проведено по следующим параметрам: коэффициент лексического разнообразия (Type/Token Ratio), средняя длина предложений и стандартизированность прямой речи.

Коэффициент лексического разнообразия рассчитывался по формуле:

$$\frac{Type}{Token} \times 100, \quad (1)$$

где Type – количество единожды употребленных слов;

Token – общее число слов в тексте.

1) Коэффициент лексического разнообразия оригинального текста:

$$\frac{2963}{10754} \times 100 = 27,55\%;$$

2) Коэффициент лексического разнообразия перевода М. Ланиной:

$$\frac{3973}{8575} \times 100 = 45,9\%;$$

3) Коэффициент лексического разнообразия перевода В. Голышева:

$$\frac{3856}{7983} \times 100 = 48,3\%.$$

Разница между коэффициентами лексического разнообразия в исследуемых переводах незначительна, однако ее необходимо иметь в виду при рассмотрении черт индивидуального переводческого стиля посредством других методов. Стоит также отметить, что сравнивать коэффициенты лексического разнообразия переводов на русский язык с данным показателем оригинального текста нецелесообразно ввиду типологических отличий языков.

Показатель средней длины предложения был рассчитан посредством онлайн-сервиса Текстометр и составил 12,87 слов в оригинальном тексте, 11,85 слов в переводе М. Ланиной и 10,18 слов в переводе В. Голышева.

Параметр стандартизованности прямой речи отображает количество употреблений глаголов «сказать» и «говорить» в конструкциях прямой речи и служит для выявления возможных закономерностей в их переводе. Целесообразность исследования конструкций прямой речи обуславливается их значимостью для построения повествования в художественном произведении, что выражается в том числе в частотности их использования автором.

Таблица 1 – Результат исследования параметра стандартизованности прямой речи

	М. Ланина	В. Голышев
сказал	1	22
сказала	-	1
говорит	6	2

Полученные данные свидетельствуют, во-первых, о принятии переводчиками разных решений относительно времени повествования, а во-вторых, о нескольких возможных закономерностях в переводе М. Ланиной, а именно: использовать в конструкциях прямой речи глаголы с расширенной семантикой, опускать глагол в конструкциях прямой речи, заменять прямую речь на косвенную. Данный параметр составляет основу для дальнейшего исследования посредством других методов.

Непосредственное рассмотрение текста позволяет заключить, что используемые параметры корпусного исследования не являются достаточными для выявления значительной доли черт индивидуального переводческого стиля.

Таблица 2 – Сопоставление текстов переводов

М. Ланина	В. Голышев
Одноглазый и однорогий козел по кличке Киллер стоит на задних ногах, достигая человеческого роста. Передние ноги с раздвоенными копытами поджаты, борода развевается, голова наклонена вперед, рог выставлен, выпученный злобный глаз нацелен на спину Макелы.	Киллер, одноглазый, однорогий козел, встал на дыбы в рост человека, подобрал передние копыта под летучую дяди-сэмовскую бороду, нагнул шею, выставил единственный рог и, выпучив жуткий глаз с квадратным зрачком, ринулся сзади на М'келу.

Применяемые параметры корпусного исследования индивидуального стиля переводчиков не позволяют обнаружить переводческие решения, касающиеся перевода имен собственных (Макела – М'кела), синтаксических трансформаций внутри предложения и т.д.

Таким образом, корпусный метод выявления индивидуального стиля переводчика на основании параметров, предложенных М. Бейкер, позволяет построить базис для дальнейшего расширения набора анализируемых параметров в соответствии с особенностями отобранного материала для более точных результатов исследования. Использование корпусов облегчает работу с текстами большого объема, однако применение данного метода представляется целесообразным комбинированно с другими методами выявления идиостиля переводчика и его особенностей ввиду необходимости детального рассмотрения текстов в целях эффективности исследования.

Список использованных источников:

1. Baker M. Towards a Methodology for Investigating the Style of a Literary Translator. Target, Volume 12, 2001.
2. Wallaert I. The Elephant in the Dark: Corpus-Based Descriptions of Translators' Style, Cahiers du plurilinguisme européen, 2010.
3. Kesey, K. Demon Box. [Электронный доступ] Режим доступа: <https://fb2.top/demon-box-125938/read/part-9#15> (дата обращения 27.04.2024).
4. Кизи, К. Демон Максвелла: Рассказы, эссе / Пер. с англ. М. Ланиной. – СПб.: Амфора. – 2004. – С. 232-272. – ISBN 5-94278-470-1
5. Кизи, К. Когда явились ангелы. Азбука. – 2020. – С. 195-227. – ISBN 978-5-389-13570-3

УДК 330

Николенко Раиса Вячеславовна
Nikolenko Raisa Vyacheslavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистические технологии управления нефтегазовым бизнесом»
Master program “Logistics technologies for oil and gas business management”
e-mail: raisa.nikolenko@bk.ru

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ
НА МЕЖДУНАРОДНОМ НЕФТЕГАЗОВОМ РЫНКЕ
В УСЛОВИЯХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПЕРЕХОДА**

**FEATURES OF ORGANIZING LOGISTICS ACTIVITIES
OF A COMPANY IN THE INTERNATIONAL OIL AND GAS MARKET
IN THE CONDITIONS OF ENERGY TRANSITION**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности организации логистической деятельности фирмы на международном нефтегазовом рынке в условиях энергетического перехода, проводится анализ текущей ситуации на мировом нефтегазовом рынке, выделяются проблемы в логистике глобальной нефтегазовой компании «Газпром»

нефть», а также определяются возможности уменьшения негативных последствий логистики фирмы на современном этапе

Abstract: the article examines the peculiarities of the organization of the company's logistics activities on the international oil and gas market in the conditions of the energy transition, analyzes the current situation on the world oil and gas market, highlights problems in the logistics of the world oil and gas market. gas company «Gazprom Neft», and also determines the possibilities of reducing the negative consequences of the company's logistics at the current stage.

Ключевые слова: энергетический переход, международный нефтегазовый рынок, геополитика, реструктуризация.

Keywords: energy transition, international oil and gas market, geopolitics, restructuring.

На современном этапе прямая реализация нефтегазового сырья из Российской Федерации в недружественные страны стала практически невозможна, что создает значительные препятствия для конкурентоспособности российских нефтегазовых компаний. Существует необходимость в реализации товаров через третьи страны, которые заинтересованы в покупке ископаемого топлива по демпинговым ценам, поэтому на сегодняшний день актуальным для российского нефтегазового сектора является вопрос реорганизации логистической деятельности, способствующий адаптации сектора к новым условиям рынка и поиска оптимальных способов решений для реализации своей продукции.

Целью данной работы является выявление и описание логистических проблем в деятельности фирмы на международном нефтегазовом рынке. Объектом исследования является компания «Газпром нефть». Предметом исследования являются особенности организации логистической деятельности фирмы на современном этапе.

Задачи: провести анализ текущей ситуации на нефтегазовом рынке; выделить проблемы, связанные с логистикой в конкретной фирме; определить перспективы уменьшения негативных последствий логистики фирмы на современном этапе;

Методы и материалы исследования: в работе были использованы данные аналитических докладов различных агентств и организаций, отчеты компании «Газпром нефть», а также средства массовой информации. С целью выявления внешней среды организации в исследовании проводился PEST-анализ.

Текущая ситуация на мировом нефтегазовом рынке может характеризоваться восстановлением спроса на нефть, увеличением добычи и экспорта нефти, а также ростом цен после пандемии коронавируса, которая, в свою очередь, значительным образом повлияла на мировую экономику, затронув также и логистический аспект деятельности компаний [1, с 1].

Из прогноза Организации стран – экспортеров нефти (ОПЕК) следует, что мировой спрос на нефть в 2024 г. будет оставаться стабильным, с ростом на 2,2 млн б/с, а в 2025 г. ожидается рост на 1,8 млн б/с, до 106,21 млн б/с [5]. По данным Международного энергетического агентства (МЭА) прогноз по объему потребления нефти и газа в мире включает в себя увеличение спроса на газ и составят 4,3 трлн. куб. м. и нефть до 101,5 млн. б/с к 2030 г., а также изменения в структуре рынков газа в различных регионах мира [4].

При этом, в связи с нестабильной геополитической картиной мира, некоторые страны (например, Российская Федерация, Исламская Республика Иран, Венесуэла) подвержены санкциям, ограничениям на экспорт нефти и газа, диверсиям, что так же сказывается и на мировом рынке, вызывая перебои в поставках и влияя на цены.

С другой стороны, мировая экономика стремится к снижению выбросов углекислого газа и переходу на возобновляемые источники энергии (энергетический переход), что в долгосрочной перспективе может повлиять на цены или привести к снижению спроса на ископаемые виды топлива. Из прогноза ОПЕК добыча и производство жидких углеводородов в Российской Федерации в 2024 г. составит примерно 10,7 млн б/с, что представляет снижение на 0,2 млн барр. по сравнению с предыдущим годом, а в 2025 г. увеличится на 30 тыс. б/с, по сравнению с предыдущим годом (до 10,8 млн б/с) [5]. Из отчёта МЭА следует, что цены на все виды нефти Российской Федерации в первой половине 2024 г. возросли и оставались выше установленного клубом Большой семерки (G7) ценового потолка, цена марки Urals возросла на \$4 за барр. (до \$66,2 за барр.) [4].

Так, перед российскими нефтегазовыми предприятиями в логистике сегодня стоят следующие проблемы: проблема транспортной логистики (перемещение грузов на большие расстояния через закрытые границы), проблема логистики снабжения компаний (затруднения поставок комплектующих для добычи и переработки нефти и газа), технологическая проблема (сложность в выборе эффективных поставщиков), проблема логистики запасов – наличие такого количества и разнообразия логистических проблем в условиях мировой ситуации определяет особенности организации логистической деятельности фирмы в современности. Необходимо провести анализ целей и задач, а также стратегии «Газпром нефть». В качестве основных ориентиров компании следует выделить рыночно позиционирование, повышение гибкости, в том числе трансформацию основных бизнес-процессов, а также прогрессивную трансформацию отрасли в целом [3].

Таким образом, графически воспроизведем дерево логистических проблем, с целью выявления причинно-следственных потребностей в изме-

нении логистической деятельности и выявим коэффициенты относительной важности элементов для российской энергетической компании «Газпром нефть» (рисунок 1).



Рисунок 1 – Дерево логистических проблем, характерных для нефтегазовой отрасли РФ

Представляется возможным заключить, что важнейшими аспектами реструктуризации логистической деятельности «Газпром нефти» являются логистика снабжения, а также технологические проблемы, так как эти аспекты напрямую влияют на эффективность деятельности компании. Проведем количественный PEST-анализ для определения внешней среды фирмы, учитывая политические, экономические, социальные и технологические факторы, влияющие на деятельность компании «Газпром нефть» (таблица 1).

Таблица 1 – Количественный PEST-анализ компании «Газпром нефть»

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
1. Государственное регулирование нефтегазовой отрасли	0,05	3	0,15
2. Политическая стабильность/нестабильность в странах, в которых ведется продажа	0,2	4	0,8
3. Международные отношения и санкции	0,2	4	0,8
4. Цены на углеводородное сырье	0,1	5	0,5
5. Курс валют и инфляция	0,05	3	0,15
6. Состояние мировой экономики и спрос на нефть	0,1	4	0,4
7. Уровень жизни населения	0,05	3	0,15
8. Изменения в запросах потребителей	0,1	2	0,2

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
9. Культурные и религиозные особенности	0,05	2	0,1
10. Развитие технологий добычи и переработки нефти и газа	0,1	4	0,4
11. Цифровизация процессов	0,05	3	0,15
12. Зависимость от новых технологий	0,05	4	0,2
Суммарная оценка	1		3,65

Из анализа следует, что компания «Газпром нефть» готова реагировать на различные факторы внешней среды, а также, что в большей степени на организацию оказывают влияние политические аспекты. Следует отметить, что для «Газпром нефть» рыночные факторы и возможности компании могут значительным образом взаимодействовать и влиять на процесс реструктуризации логистики. В первую очередь, нефтяная компания имеет значительный вес на рынке и обширную инфраструктуру. Но рыночные сдвиги, международные отношения и санкции, изменения в запросах потребителей и политическая, а также экономическая нестабильность могут потребовать адаптации логистической деятельности компании. Поэтому, при реструктуризации следует учитывать и внешние экономические условия, и внутренние возможности компании. Важно найти баланс между рыночными факторами и возможностями фирмы, для обеспечения эффективности, конкурентоспособности и устойчивого развития.

Уменьшение негативных последствий на компанию на современном этапе может быть достигнуто через определение алгоритма действий фирмы с точки зрения особенностей организации логистических процессов, ключевое внимание следует уделить: модернизации логистической инфраструктуры, цифровизации, обучению и развитию персонала, переходу к более гибкой организации (организационная трансформация), постоянному мониторингу и анализу угроз, развитию партнерских отношений с другими организациями.

В результате исследования были выявлены и описаны логистические проблемы в деятельности предприятия «Газпром нефть» на международном нефтегазовом рынке, проведен PEST-анализ и выявлена зависимость эффективности деятельности компании от политического аспекта, были предложены возможные аспекты уменьшения негативных последствий логистики фирмы. На основе анализа отчетов и исследований различных авторов был проведен общий анализ текущей ситуации на нефтегазовом рынке.

Список использованных источников:

1. Инвест Тоник. Рынок нефти глазами международного энергетического агентства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://investonic.ru/rynok-nefti-glazami-mezhdunarodnogo-energeticheskogo-agentstva/> (дата обращения 15.04.2024).
2. Официальный сайт компании Газпром // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazprom.ru/> (дата обращения: 12.04.2024).
3. Официальный сайт компании Газпром нефть // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazprom-neft.ru/company/about/strategy/> (дата обращения: 21.04.2024)
4. International Energy Agency. World Energy Outlook 2023 // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2023> (дата обращения 17.04.2024).
5. ОПЕК. ОПЕК Monthly Oil Market Report – April 2024 // [Электронный ресурс]. – URL: <https://momr.opec.org/pdf-download/> (дата обращения 21.04.2024).

УДК 316.422

Орлова Екатерина Валерьевна

Orlova Ekaterina Valeryevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные социальные инновации»

Master program “Corporate social innovations”

e-mail: orlova.ekaterina3.5.0.6@gmail.com

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

PROJECT ACTIVITY AS AN INNOVATIVE COMPONENT OF CORPORATE TRAINING

Аннотация: в статье рассмотрена сущность корпоративного обучения, особенности применения проектного метода в обучении персонала в организации. Определены основные принципы, этапы и преимущества метода проектов. Представлена результативность проектного обучения на личностные качества сотрудников на основе исследования, проведенного на базе СПб ГБПОУ «Академия индустрии красоты «ЛОКОН» в 2017-2022 годах.

Abstract: The article examines the essence of corporate training, as well as the role of projects in the methodology of employee training in the organization. The basic principles, stages and advantages of the project method are defined. The effectiveness of project training on the personal qualities of employees is presented on the basis of a study conducted on the basis of St. Petersburg GBPOU «Academy of Beauty Industry «LOCON» in 2017-2022.

Ключевые слова: корпоративное обучение, метод проектов, управление проектами, обучение персонала.

Keywords: corporate training, project method, project management, staff training.

Корпоративное обучение представляет собой форму обучения персонала, которое организация реализует как на своей базе, так и на территории стороннего образовательного учреждения. Корпоративное обучение помогает расширять необходимые знания и повышать профессиональные навыки персонала, обеспечивая тем самым решение широкого спектра задач.

Сегодня корпоративное обучение рассматривается исследователями «как средство достижения миссии организации, повышения её конкурентоспособности, эффективности управления качеством персонала, решения стратегических и операционных задач» [1, с. 217].

Наибольшее распространение получили следующие виды корпоративного обучения:

- *повышение квалификации;*
- *профессиональная переподготовка;*
- *профессиональное обучение персонала.*

Каждый из вышеуказанных видов обучения отличен от других не только стоимостью образовательной услуги, но и содержанием учебной программы, количеством учебной группы, начальным уровнем образования и сроком обучения.

Как правило, обучение во многих организациях, в особенности частных, реализуется на коммерческой основе, что приводит к экономии средств бюджета организации на обучение персонала и организации учебного процесса собственными силами.

Все технологии и методы корпоративного обучения можно разделить на две группы:

- *активные методы*, предполагающие вовлеченность в образовательный процесс и творческую направленность;
- *пассивные методы*, предполагающие безынициативное участие и определяющие роль обучающегося как «объекта» образовательной деятельности.

В качестве пассивных методов обучения выделяют лекции, чтение специализированной литературы и демонстрацию материала. К активным методам относят дискуссии, ролевые игры, метод кейсов и метод проектов.

В настоящее время организации предпочитают традиционным методам обучения метод проектов. Метод проектов берет свое начало с первой половины XX века и неразрывно связан с именами следующих отечественных и зарубежных деятелей в педагогике: Дж. Дьюи, У. Килпатрик, С.Т. Шацкий.

Метод проектов в образовательном процессе представляет собой «педагогическую технологию, которая включает в себя совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по самой своей

сути» [2, с. 3]. В основе проектного метода стоит человек (личность), а цель метода состоит в развитии у человека рефлексивных умений.

Особенностью проектного метода в корпоративном обучении является синтез теоретических и практических аспектов обучения. Наиболее распространенной является классификация метода «по доминирующей в проекте деятельности обучающихся, которая включает следующие виды деятельности:

- *исследовательские проекты;*
- *творческие проекты;*
- *ролевые, игровые проекты;*
- *ознакомительно-ориентировочные (информационные проекты);*
- *практико-ориентировочные (прикладные проекты)»* [2, с. 8-9].

Отличительной чертой метода проектов является самостоятельность обучающегося. При проектном подходе сам процесс обучения выстроен так, что задачи, которые являются актуальными для организации, выносятся на рассмотрение группе, в ходе создания проекта, как результата учебной деятельности. Для достижения конкретных бизнес-целей и бизнес-задач, метод проектов в корпоративном обучении строится из следующих этапов:

- *Определение темы проекта.* В процессе обучения сотрудники могут работать над проектом, в основе которого стоит актуальная проблема рынка;
- *Создание проектной команды.* Во время обучения приветствуется формирование команд из разных отраслей и различного профессионального уровня;
- *Распределение задач и работ.* Основа эффективной команды – умение грамотно распределить обязанности соразмерно роли в проекте и профессионализма каждого члена команды;
- *Реализация проекта.* По ходу проекта обучающиеся (сотрудники организации) изучают предложенную проблему, определяют и анализируют факторы, влияющие на проблемную ситуацию, выдвигают возможные решения ситуации и прогнозируют эффект от выбранных решений на проблему.
- *Наличие обратной связи.* Обратная связь способствует определению наиболее интересных тем для сотрудников, возможности узнать, был ли процесс обучения эффективен и познавателен для них, с какими трудностями они столкнулись.
- *Защита проекта.* В процессе защиты результатов проекта формируются умения аргументации собственных решений, критическое мышление и самоорганизация.

Корпоративное обучение по методу проектов строится на базе следующих принципов:

1. *Практическая направленность*: Сотрудники учатся, решая реальные задачи и применяя полученные знания на практике.

2. *Коллективная работа*: Участники обучения работают в команде, совместно решая задачи и достигая общих целей.

3. *Активное взаимодействие*: Обучаемые активно взаимодействуют друг с другом, обсуждают вопросы, обмениваются идеями и опытом.

4. *Проектная деятельность*: Обучение базируется на реализации конкретного проекта, что способствует целенаправленному применению знаний.

«Проектный метод актуален для любого процесса обучения, и является лидером среди активных методов образования. Большинство работодателей выбирает проектный метод обучения, из-за его оптимального набора теоретических знаний и их практического применения» [4, с. 19].

Рассмотрим влияние проектного метода на развитие рефлексивных качеств сотрудников на основе исследования, проведенного на базе СПб ГБПОУ «Академия индустрии красоты «ЛОКОН», проведенного в 2017–2022 годах. «Объектом исследования являлись руководители профессиональных образовательных учреждений г. Санкт-Петербурга. Экспериментальная группа включала в себя 45 руководителей (15 директоров и 30 заместителей директоров образовательных учреждений)» [3, с. 116].

Таблица 1 – Качественные показатели исследуемой группы

Показатель	Результаты
Наполняемость группы (чел.)	45
Средний возраст группы (лет)	44
Стаж на занимаемой руководящей должности до 5 лет (чел.)	15
Стаж на занимаемой руководящей должности свыше 5 лет (чел.)	30

При первичной диагностике было выявлено, что у половины опрошенных руководителей уровень проектных компетенций находится на адаптивном уровне, что говорит о наличии затруднений в реализации знаний, умений и опыта проектной деятельности.

В ходе сопровождения развития проектной компетентности, с учетом особенностей конкретной профессиональной образовательной организа-

ции и уровня сформированности компетентности руководителя, индивидуальный маршрут строился на основе следующих форм педагогического сопровождения: проектного коучинга, проектного менторства и проектного тьюторства, как наиболее предпочтительная и результативная технология развития. Эффективность осуществления данной модели сопровождения проанализирована путем анализа показателей при начальной и итоговой диагностике уровня развития.

Таблица 2 – Результативность развития проектной компетентности [3]

	Доля руководителей, продемонстрировавших уровень «до» реализации мероприятий сопровождения (%)	Доля руководителей, продемонстрировавших уровень «после» реализации мероприятий сопровождения (%)
Адаптивный	51	8
Продуктивный	36	62
Креативный	13	30

Анализ данных, представленных в таблице 2, свидетельствует о стремлении руководителей к проектной активности, сопровождаемых в ходе проектного коучинга, проектного менторства, проектного тьюторства. Так на креативном уровне доля руководителей выросла в 2,3 раза, доля руководителей с продуктивным уровнем развития в 1,7 раз. В ходе экспериментальной работы было доказано обеспечение модели развития проектной компетентности руководителей профессиональных образовательных учреждений г. Санкт-Петербурга до креативного уровня. Таким образом, метод проектов в корпоративном обучении является эффективным инструментом для развития сотрудников, позволяющим объединить теоретическое обучение с практическим опытом и достичь максимального результативного обучения.

Список использованных источников:

1. Мыльникова С.А. Корпоративное обучение // Universum: Вестник Герценовского университета. – 2014. Т.3. – № 4. – С. 215–220.
2. Новикова Е.Л. Метод проектов. Учебно-методическое пособие для преподавателей, методистов и руководителей образовательных учреждений. – Ростов-на-Дону: ГБПОУ РО «РКСИ». – 2018. – С. 16.
3. Ермоленко В.С. Особенности и результативность сопровождения развития проектной компетентности руководителя профессиональной образовательной организации // Журнал «Научное мнение» (Педагогические, психологические и философские науки). – 2023. – №3. – С. 113–118.
4. Кузьменко Н.И. Использование проектов в корпоративном обучении сотрудников // Территория науки. – 2020. – №3. – С. 16–19.

Паршукова Анна Валерьевна
Parshukova Anna Valeryevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Управление рисками и контроллинг»
Master Program “Risk Management and Controlling”
e-mail: parshukova_2000@inbox.ru

**РИСК МЕЖДУНАРОДНОГО МОШЕННИЧЕСТВА
НА ПРИМЕРЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**
**RISK OF INTERNATIONAL FRAUD USING THE EXAMPLE
OF THE LOGISTICS COMPANY**

Аннотация: Целью данной статьи является рассмотрение различных типов внутренних и внешних рисков на примере международной логистической компании. Приводится описание случая международного мошенничества, рассматривается определение международного мошенничества, рисков и их видов. Даются рекомендации по предотвращению различных типов рисков.

Abstract: The aim of this article is to consider different types of internal and external risks using the example of the international logistics company. The description of the case of international fraud is reviewed, the explanation of the international fraud, risk and its types are observed. Recommendations how to prevent different types of risk are given.

Ключевые слова: риск, международное мошенничество, логистическая компания, минимизация риска.

Key words: risk, international fraud, logistics company, prevention of the risk.

The case which is considered in this article is based on the experience of the real company. It is connected with risks of international fraud and risks of absent of good level of control in the company. Duration of this case is more than 1 year and the cost for the company is 2 million dollars. It can not be said real names, it is not important in general. It should be said: the company in which the situation happend is the company; scammers will be company S and the country where this case happened is A country. Firstly, the defenition of the international fraud and the risk of that will be explained; secondly, what happened will be considered, thirdly – company’s mistakes, risks in this case and how to prevent and minimize them.

1. What is international fraud and risk in general

International fraud refers to fraudulent activities that span across international borders, involving individuals or organizations from different countries. This can include various types of fraud and risks such as financial, identity theft, cyber and more. International fraud often involves complex schemes and networks that operate across multiple jurisdictions, making it difficult to investigate

and evaluate their risks. Governments and law enforcement agencies work together to combat international fraud through cooperation, information sharing, and legal agreements [1, p.35].

In this case 2 types of risks are considered: internal and external. Internal risks refer to potential threats that originate within an organization, such as employee errors, equipment malfunctions, or data breaches. External risks, on the other hand, are threats that come from outside the organization, such as natural disasters, economic downturns, fraud or cyber-attacks. It is important for organizations to identify and manage both internal and external risks to protect their operations and assets [2, p.9].

2. What happened

In the November of 2022 the worker from transport department decided to find new contractor for the company, it needed new sea carrier from A country to Russia. How it is working:

The company is a member of FIATA. FIATA – International Federation of Freight Forwarders Associations, is a non-governmental, membership-based organization. It has the opportunity to cooperate with other members of this association and usually look for new contractors among them. For this the special chat is exist, you just need to publish your request, like tender. After this, company which can cope with your request writes you and you send more detailed request.

In the case the situation was the same. The worker published request, member of FIATA answered and after this conversation began. Everything was the same except one thing – the next answer of contractor was from another e-mail address. They wrote that this is the same company just another legal entity. How the reader can guess it was not the same company, it was scammers but at that moment nobody did not suspect that something was wrong. It was the first mistake. The worker even did not check was this S company the member of FIATA or no, of course it was not. The real company and the S company have very similar names, the difference just 2-3 letter. This fact affected on the worker too. The next red flag was the very low cost of service of S company, it was lower on 30-40% but again nobody did not suspect anything. Some of company's logisticians have decided to work with S company and in general this company transported 80 company's containers. Some of them were really expensive, urgent and specific, some of them were even government order.

Another red flag was problems with documents. The main document of sea transportation is bill of landing. In this document the consignee should be mentioned and usually it is the client but in this case the condition of working with company S was that in the document they should be the consignee. So, how this situation is not okey but sometimes it is possible and again nobody did not suspect anything. Lately the company found out that according to the legislation in A country consignee is practically an owner of cargo.

So, transportation had begun and the first problems had begun too. Cargo release date has been postponed several times. The containers were removed to other vehicles. After this, problems with custom began. So, a lot of different unpredictable issues which could not be solved by the company. Of course, these problems were fictional. The reader can think, how the huge company with a lot of experience did not realize that the company S was a scammer but the S company was a really good scammer. They were in touch all time, told very plausible and credible things, so reliable that the alarm was sounded 3 months later. First month the workers were sure that everything was all right, the second month – they began be worry, the third month – they finally understood that they have really big trouble. This is the second mistake – they understood all sides of situation too late.

3 months late the worker arrived in A country to found out what was happening with the containers. The representer of S company met the worker, showed the containers and tried to convince that the company should not be worry. But after this trip company S started to require a lot of money for long-term storage of containers despite the fact that existence of storage was their fault. Otherwise, they did not return our cargo, it looked like blackmail.

After this it was obvious that company S is scammer. The containers were sold. Not all of them, just 11 but it was a lot of problems afterwards. Because of the fact that the company S was a consignee in the documents, the scammers were able to clear the cargo on the name of their company and, consequently, were able to sell cargo inside A country's market. At the moment of realizing the whole situation, company S sold 11 containers with marketable cargo like oil and chemistry and they were in the process of selling more complicated cargo.

The company sued with company S; CEO of the company, the lower and the worker from transport department lived in A country during 6 months, all process lasted more than 1 year. Finally, the head of the company S is in the prison but the cost of this is really high. Losses of company's clients, compensation of losses for goods sold, living the workers in A country, costs because of legal proceedings – all of this costs 2 million dollars plus a lot of nervous and time of the important people of the company.

3. Mistakes and risks

Main mistakes are:

- inattention of the staff;
- lack of the critical thinking;
- suspicions appeared too late;
- the company did not have good lawyer; he did not pay attention to this case at the beginning;
- the company does not have the security and controlling department, which checks action of workers like in this case. One worker made decision to work with company S and nobody controlled it.

Main risks of this case are:

Table 1 – Main risks of this case

Risk	Type of the risk
1) risk of existence international fraud in general	external risk
2) risk of personal factor and risk of unqualified staff	internal risk
3) risk connected with virtual fraud	external risk
4) risk of bad organizational structure inside or the company	internal risk
5) risk of lack of control inside the company	internal risk

4. Conclusion: How to prevent these risks?

For every company to indelicate and prevent risks as soon as possible is the crucial part of their work. The company should have risk-management system. This system should include different scenarios for different risk-situations. For creating these scenarios, the company should know different methods how to deal with risks. From the international experience there are several methods how to minimize and prevent external and internal risks [3, p.46]:

Table 2 – Ways how to minimize and prevent external and internal risks

How to prevent external risks	How to prevent internal risks
Cargo insurance	Implementing strong access controls and periodic risk assessments
Conducting inspections of suppliers and partners	Conducting background checks
Monitoring the external environment	Monitoring employee behavior
Establishing strong cybersecurity measures	Providing ongoing training and awareness
Developing a crisis communication plan	Encouraging a culture of transparency and accountability
Establishing contingency plans	Enforcing separation of duties
Investing in risk management tools and technologies	Regularly reviewing and updating security policies

Recommendations for preventing risks of the company's case are:

- to have better system of control and risk management;
- to have good lawyer;
- staff should be more attentive and have better critical thinking, check all even small extraordinary things and be alarm as fast as possible.

References:

1. Teplova D.O. The concept and types of fraud in international law // Administrative and municipal law. 2015. [Electronic resource] Access mode: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=67157 (date of application 20.03.2024).

2. Knyazeva E.G., Yuzvovich L.I., Lugovtsov R.Y., Fomenko V.V. Financial and economic risks. 2015. [Electronic resource] Access mode: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/34722/1/978-5-7996-1459-1.pdf> (date of application 22.03.2024).

3. Solodov, A.K. Fundamentals of Financial risk management: textbook and study guide. 2018. [Electronic resource] Access mode: http://elib.fa.ru/fbook/solodov_64842.pdf/info (date of application 23.03.2024).

УДК 65.01

Петров Дмитрий Андреевич

Petrov Dmitrii Andreevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Экономика и инжиниринг в организации»

Master program “Economics and engineering in the organization”

e-mail: faithfullen@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОГО ИНЖИНИРИНГА В ПРОЕКТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

PROBLEMS OF DIGITAL ENGINEERING IN A DESIGN ORGANIZATION

Аннотация: Исследование выявляет проблемы цифрового инжиниринга в проектных организациях, такие как мышление инженеров и неравномерное внедрение цифровых технологий, а также проблемы с САПР. Рекомендации включают организацию систем наставничества, обучение персонала и постепенный переход на отечественные САПР.

Abstract: The study identifies issues in digital engineering within project organizations, such as engineers' mindset and uneven implementation of digital technologies, as well as problems with computer-aided design systems (CAD). Recommendations include establishing mentoring systems, training personnel, and gradually transitioning to domestic CAD systems.

Ключевые слова: цифровой инжиниринг, проблемы внедрения, обучение персонала, САПР

Keywords: Digital engineering, implementation challenges, staff training, CAD systems

В различные сферы деятельности, включая сферу проектирования, проникают процессы цифровой трансформации. Под сферой проектирования понимаются организации, которые занимаются проектированием какого-либо объекта/предмета (например, проектирование водоочистных сооружений, инженерных сетей и т.п.). Несмотря на огромный потенциал, ко-

торый предоставляют современные цифровые технологии, проектные организации сталкиваются с рядом проблем и вызовов в процессе их внедрения и использования. Одной из ключевых областей, где проявляются эти проблемы, является цифровой инжиниринг. Цифровой инжиниринг охватывает широкий спектр деятельности, связанный с проектированием, разработкой и администрированием проектов с использованием современных информационных технологий.

Автор исследования ставил целью выявить ключевые проблемы и вызовы в области цифрового инжиниринга для проектной организации, а также предложить практические рекомендации по их преодолению. Рассмотрение этих проблем не только поможет лучше понять суть цифрового инжиниринга, но и способствует разработке эффективных стратегий внедрения и использования цифровых технологий в проектных организациях.

Цифровой инжиниринг играет ключевую роль в современном бизнесе, обеспечивая ускоренное и более точное проектирование, а также повышение качества продукции и рост конкурентоспособности компаний на рынке. Цифровой инжиниринг способствует инновациям и ускоряет темпы развития организации.

Для начала необходимо определиться с понятием цифрового инжиниринга. Цифровой инжиниринг – это метод проектирования и разработки продуктов, процессов или систем с использованием современных информационных технологий и цифровых инструментов. Он объединяет традиционные инженерные методы с современными цифровыми технологиями, такими как компьютерное моделирование, виртуальная реальность, анализ данных, машинное обучение и другие.

Основные принципы цифрового инжиниринга включают:

1. *Интеграция информационных технологий*: использование цифровых инструментов для улучшения всех бизнес-процессов проектной организации.

2. *Использование данных*: сбор, анализ и применение данных для принятия обоснованных решений на всех этапах, включая мониторинг и оптимизацию производственных процессов, предсказательный анализ для предотвращения ошибок в проектировании, а также увеличение скорости проектирования и передачи необходимой информации внутри организации.

3. *Совместная работа и коммуникация*: использование цифровых платформ для совместной работы и обмена информацией между участниками проекта, независимо от их местоположения, что способствует более эффективной командной работе и улучшает координацию проекта.

По результатам исследования, проведенного АО «СПГ», большинство компаний уже приняли шаги в сторону цифрового инжиниринга

[3, с. 5]. Согласно их исследованию, в котором приняло участие 230 респондентов разного масштаба, на 2023 г. около 46% менеджмента компаний считают задачу цифрового инжиниринга приоритетной. Гистограмма мнений приведена на рисунке 1.

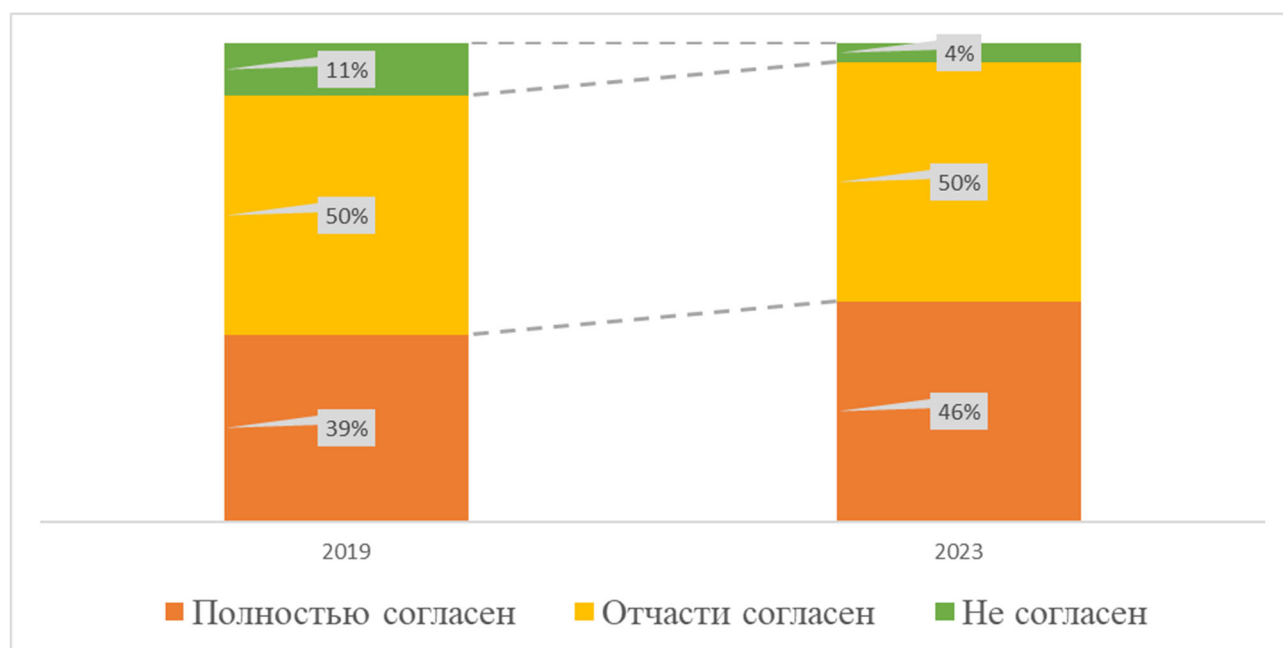


Рисунок 1 – Распределение мнений менеджеров о приоритетности цифрового инжиниринга [3, с. 6]

Одна из основных проблем цифрового инжиниринга в проектных организациях состоит в том, что большинство инженеров являются выпускниками «старой школы» и несут в себе консервативный настрой и слабую цифровую культуру, складывающуюся из убеждений и поведенческих стереотипов, которые способствуют внедрению и развитию цифровых технологий [2]. Цифровая культура характеризуется боязнью перемен (45%) и нежеланием осваивать цифровые компетенции (41%). Здесь процентное соотношение рассчитано от среднего числа сотрудников, с учётом того, что каждый сотрудник может совмещать в себе более одного качества.

В качестве инструментов решения данной проблемы, эффективно создание системы наставничества и поддержки, где инженерам бы предоставлялось наставничество со стороны опытных специалистов, которые могут помочь освоить им новые технологии и методы работы. Не менее эффективно организовывать регулярные встречи и обсуждения, где инженеры могут обмениваться опытом и знаниями о цифровых технологиях. Также полезно использовать систему оценки и поощрения за освоение новых цифровых технологий, создание сообщества инженеров, которые интересуются данными технологиями и готовы делиться опытом и знаниями, и привлекать

молодых специалистов, которые уже имеют опыт работы с цифровыми технологиями. Они могут стать примером для инженеров старшего поколения и помогут освоить им новые методы работы.

Следующая проблема цифрового инжиниринга – это неравномерность проведения мероприятий по цифровизации различных отделов организации. Это приводит к тому, что персонал применяет различные методы взаимодействия и имеет разную скорость выполнения задач, что вызывает различия в сроках их завершения. Это, в свою очередь, вызывает потерю информации и времени, что приводит к увеличению себестоимости. К примеру, отдел продаж прошёл цифровизацию, а финансово-экономический отдел (ФЭО) нет. Это приводит к тому, что при большом объёме продаж, ФЭО не успевает учитывать доходы и расходы и вести правильное прогнозирование. Решить данную проблему поможет определение целей и задач цифровизации для каждого структурного подразделения предприятия, разработка плана мероприятий по внедрению цифровых технологий в каждом подразделении, организация обучения сотрудников по использованию цифровых технологий, установка стандартов и процедур для взаимодействия между подразделениями, интеграция всех цифровых инструментов и систем в единую информационную систему (например, ПО Аскон), которая является отечественным цифровым решением для гражданского и промышленного строительства [4].

Далее рассмотрим проблему использования Систем автоматизированного проектирования (САПР). Во-первых, нехватка квалифицированных специалистов, которые умеют на должном уровне работать с САПР и имеют достаточный уровень квалификации в соответствующей предметной области (разделе проекта). На текущий момент кадровый дефицит составляет от 30 до 40% на рынке. Однако, при популяризации профессии, сотрудничестве с университетами и создании оптимальных условий работы, комплектация проектных и строительных организаций квалифицированными специалистами может занять 3-5 лет. [1]. Так же, зачастую инженеры не понимают, как должно работать проектирование в САПР. Уход множества иностранных компаний, разрабатывающих САПР тоже сказался на проектных организациях. Невозможность заменить такие САПР отечественными программами и отсутствие возможности их интеграции в современные информационные системы приводит к уязвимостям в информационной безопасности предприятий, затруднению управления проектами и координацию работы между отделами, а также вероятный простой во время обучения персонала использованием отечественной программой. В рамках стремительной программы импортозамещения российские разработчики ПО должны написать более 2000 программ, включая CAD и PLM, в кратчайшие сроки. Для выполнения этой амбициозной задачи им отведено семь

лет, чтобы завершить работу к 2030 году [5]. До окончания разработки и решения проблемы с САПР, рекомендуется организовать обучение сотрудников работе с САПР. Важно организовать как внутренние обучающие программы, так и внешние обучающие мероприятия с привлечением специалистов извне. Кроме того, следует организовывать стажировки и практики для студентов. Также важно обеспечивать активное участие сотрудников в конференциях и других мероприятиях, связанных с применением программных средств для проектирования. На текущий момент полностью заменить зарубежные ПО отечественными не представляется возможным. Однако, для минимизации рисков в будущем, рекомендуется переходить на отечественные системы САПР, так как на данный момент они активно развиваются. И, если зарубежные компании не вернутся на российский рынок, их САПР со временем устареет и компании, которые уже давно прошли обучение и используют отечественное ПО, будут иметь значительное преимущество в скорости и качестве проектирования, а также их внедрению в информационные системы, по сравнению с предприятиями, которые только будут переходить на отечественные САПР. Рекомендуемые отечественные САПР для перехода в данный момент: Компас-3D, nanoCAD, T-Flex CAD.

Таким образом, цифровой инжиниринг играет ключевую роль в современном проектировании. Однако существуют проблемы, такие как консервативное мышление инженеров и неравномерное внедрение цифровых технологий. Для решения этих проблем рекомендуется активно внедрять системы наставничества и поддержки, организовывать обучение по использованию цифровых технологий, определять цели цифровизации для каждого отдела предприятия и интегрировать цифровые инструменты в единую систему. Важно также уделить внимание проблемам с САПР, включая недостаток квалифицированных специалистов и переход на отечественные программные решения.

Список использованных источников:

1. Дугин А.Л. На рынке проектирование образовался дефицит кадров // Строительная газета. 2023. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stroygaz.ru/news/biznes/na-rynke-proektirovaniya-obrazovalsya-defitsit-kadrov-/> (Дата обращения 01.04.2024)
2. Head Hunter – Как портативная культура влияет на цифровизацию компании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hh.ru/article/28667>
3. Strategy Partners – Приоритеты цифровизации российских девелоперских и строительных компаний [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://strategy.ru/>.
4. ПО АСКОН – официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ascon.ru/>
5. Сетевое издание «CNews» – В России не хватает более 2000 отечественных САПР. Программисты получают колоссальный объем работ на ближайшие семь лет / Евгений. Ч. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cnews.ru/link/n562431>

Плющ Даниил Сергеевич

Plyushch Daniil Sergeevich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»

Master program "State and municipal finance"

e-mail: plyushchds@gmail.com

ПЕРЕХОД НА НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ ПО КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭФФЕКТЫ

TRANSITION TO TAXATION OF PROPERTY OF ORGANIZATIONS AT CADASTRAL VALUE: POSSIBILITIES AND EFFECTS

Аннотация: в статье затрагиваются некоторые теоретические аспекты налогообложения недвижимого имущества организаций и определения налоговой базы для данных целей, рассматриваются перспективы перевода компаний на расчет налога на имущество только по кадастровой стоимости и дается описание возможных эффектов для всего населения Российской Федерации.

Abstract: The article concerns some theoretical aspects of real estate taxation of companies and determination of the tax base for these purposes, considers the possibilities for transition companies to property tax calculation based on cadastral value only and provides a description of possible effects for the entire population of the Russian Federation.

Ключевые слова: налог на имущество, компания, кадастровая стоимость, налоговая нагрузка.

Keywords: property tax, company, cadastral value, tax burden.

Налог на имущество является неотъемлемой частью имущественного налогообложения в России для физических и юридических лиц. Несмотря на то, что в настоящей работе будут затронуты некоторые особенности обложения налогом недвижимого имущества непосредственно организаций, изменения, определенно имеющие шанс воздействовать в перспективе на российские фирмы и оказать эффект на их налоговую нагрузку, на уровень благосостояния и экономическую активность физических лиц, несомненно, также окажут влияние, хотя и опосредованное, о чем ещё будет сказано далее.

Налог на имущество организаций, являясь региональным налогом, устанавливается законодательными органами субъектов РФ, которые вправе определять ставку налога (в пределах), порядок его уплаты, особенности определения базы для отдельных объектов и проч. [1]. Налог зачисляется в бюджеты регионов (собираемость в 2022 году достигла 1,1 трлн

рублей по всей стране); его уплачивает бизнес, обладающий имуществом, признаваемым объектом налогообложения в соответствии со статьёй 374 НК РФ. Во всех необходимых подробностях с особенностями данного налога можно ознакомиться, обратившись к главе 30 НК РФ.

Компании в России облагаются таким налогом исходя из факта владения недвижимым имуществом, однако идентичная практика существует не везде. Так, например, в США, говоря о рассматриваемом налогообложении, находящемся в ведении штатов, подразумевают несколько связанных налогов для фирм, а именно Property Transfer Tax (уплачивается при переходе права собственности на недвижимое имущество), Property Tax (платится по факту владения, в т.ч. земельными участками). Кроме того, имеет место Capital Gain Tax (налог на прирост капитала) [2].

Актуальность статьи определяется необходимостью рассмотрения перспектив перехода на налогообложение имущества организаций по кадастровой стоимости, важностью учёта последующих возможных эффектов на компании и на население России в целом. Как можно было убедиться ранее, в рамках статьи в роли интересующего элемента будет выступать налоговая база, поскольку, исходя из её различий, можно оценить влияние на объёмы поступлений в бюджеты, что в свою очередь и толкает финансовые органы на принятие тех или иных мер в сфере налогов. База по налогу определяется либо как среднегодовая (балансовая) стоимость имущества, признаваемого объектом налогообложения (его учёт ведется в бухгалтерском учёте организации по остаточной стоимости), либо как кадастровая стоимость (в отношении отдельных объектов недвижимости), отражённая в ЕГРН [3, с. 336].

Поскольку именно кадастровая стоимость может стать единственной в рамках определения базы по налогу на имущество организаций, внимание следует заострить на ней. Какая недвижимость будет обложена по кадастровой стоимости, решает субъект РФ; иная облагается по среднегодовой. Кадастровый перечень в нём утверждается каждый год; там могут содержаться, например, помещения в административно-деловых центрах, нежилые помещения для офисов, общественного питания и др. Более подробно со всеми нюансами налогообложения по кадастровой стоимости можно ознакомиться в Налоговом кодексе РФ. Несмотря на то, что перечень объектов расширяется (что свидетельствует о постепенном возрастании роли кадастровой стоимости в качестве налоговой базы), растёт и вероятность допущения ошибок со стороны оценки, что нередко становится поводом для сомнения фирм в обоснованности определения базы в целях обложения налогом исключительно по кадастровой стоимости. Цена недвижимости, устанавливаемая государством путём кадастровой оценки, должна быть максимально близкой к уровню цен на

рынке, однако такое происходит не всегда. Для этого существует процедура оспаривания, при которой необходимо иметь доказательства, подтверждающие ошибку в государственной оценке. Классификацию возможных ошибок иллюстрирует рисунок 1.

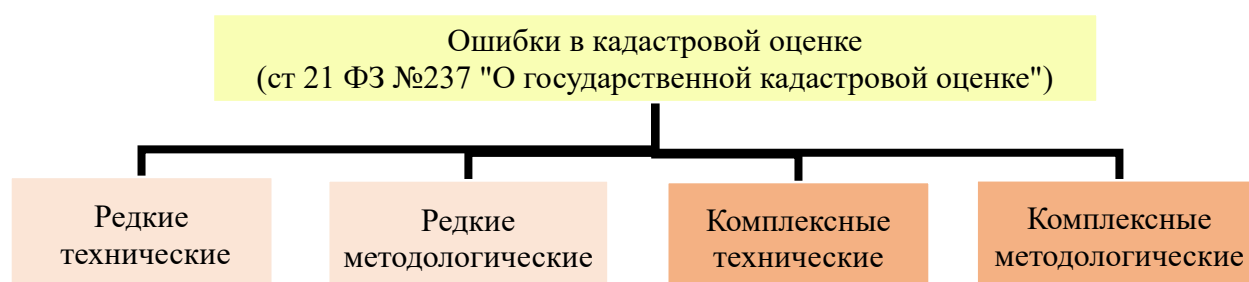


Рисунок 1 – Классификация ошибок в кадастровой оценке [4, с. 44]

Примечательно, что для понижения базы как кадастровой стоимости по рассматриваемому налогу существует крайне мало способов, не нарушающих законодательство РФ, в то время как при использовании среднегодовой стоимости имущества возможностей несколько больше, что делает именно учёт недвижимости исходя из кадастровой стоимости более перспективным в глазах государства. Действительно, понижение среднегодовой стоимости зависит от воли налогоплательщика: он может установить более короткий срок полезного использования для своей недвижимости, облагаемой по среднегодовой стоимости (это увеличит сумму амортизации) [5]. Учитывая тот факт, что в подавляющем большинстве случаев кадастровая стоимость выше среднегодовой, владельцы организаций всячески пытаются при наличии даже малейших оснований исключить своё имущество из кадастрового перечня, и это, соответственно, толкает на размышления о переводе компаний на уплату налога на имущество по кадастровой стоимости для всех объектов.

Исследовав важные в рамках статьи теоретические аспекты налогообложения имущества организаций и определения налоговой базы, разумно переходить к рассмотрению конкретных действий в направлении перехода на налогообложение всего недвижимого имущества компаний по кадастровой стоимости и к описанию вероятных результирующих эффектов. В Основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики (далее – ОНБНТТП) на 2024 и плановые 2025–2026 годы сообщается, что Министерство финансов РФ приступит к работе над рассматриваемым переходом в 2024 году, хотя в ближайшее время будет производиться только его оценка, параллельно будет иметь место всестороннее улучшение механизмов, обеспечивающих его реализацию. Стоит заметить, что идея ввода данной меры витает относительно давно, а возможности ввести её в

действие ощущаются всё отчётливее. Например, подобные веяния воспринимались более однозначно в ОНБНТТП на 2023 и плановые 2024–2025 годы. Можно предположить, что в целях избегания тех или иных серьёзных ошибок, вызываемых поспешностью перехода, было решено сначала провести качественную работу над теоретическими и методологическими аспектами. Целью перехода к расчёту налога на имущество организаций только по кадастровой стоимости, по данным Министерства финансов РФ, является «выравнивание налоговой нагрузки»; также это будет способствовать улучшению условий конкуренции в российском бизнесе и повысит активность в сфере инвестиций [6]. Учитывая, что поэтапный перевод физических лиц на налогообложение исключительно из кадастровой стоимости недвижимого имущества был достаточно успешным, и что подобный перевод юридических лиц, обсуждаемый всё чаще, аналогично обещает принести свои положительные эффекты, можно сделать вывод: перспективы реализации имеются, о чём ещё будет сказано несколько позднее.

Эффекты, вызываемые переходом на налогообложение имущества организаций по кадастровой стоимости, «многогранны»: одним участникам экономических отношений они сулят финансовую выгоду, другим могут принести некоторые потери по сравнению с их текущим положением. Говоря о потерях отдельных участников, невозможно пройти мимо очевидного факта: налоговая нагрузка на большинство компаний возрастёт, в то время как в целом по стране она действительно распределится равномернее. Как уже отмечалось, кадастровая стоимость, будучи ближе к рыночной, часто оказывается выше среднегодовой. Соответственно, возрастёт количество споров и попыток бизнеса вывести недвижимость (на какое-то время) из кадастрового перечня, что увеличит объём работы у занимающихся урегулированием подобных конфликтов структур. Велика и вероятность допущения ошибок (особенно технических) в процессе кадастровой оценки особенно на первых порах, что может способствовать недоверию всей процедуре. Примечательно, что предполагаемый переход не гарантирует равномерности своего действия среди субъектов России. Действительно, субъекты, в большей степени зависящие от дотаций, чем от численности активных экономических субъектов внутри него, практически не ощутят пользы в плане возрастания поступлений в бюджеты, поскольку в данном случае ключевая роль достаётся сконцентрированности производства и активности населения в предпринимательской сфере. Очевидно, что своеобразная ситуация сложится в субъектах РФ с большим числом устаревших объектов недвижимости, характеризующихся значительными объёмами списанной амортизации. Однако рост налоговой нагрузки на компании приведёт к возросшим поступлениям в бюджеты таких регионов относительно настоящего времени, что при грамотной региональной политике положительно скажется на их благосостоянии.

Среди положительных моментов исследуемого перехода можно отметить унификацию определения налоговой базы для всех подпадающих под определение плательщиков налога, упрощение процесса администрирования, лишение возможности снижать налоговую базу путём определения «комфортного» срока полезного использования. И хотя налоговая нагрузка на подавляющее большинство компаний увеличится, регионы смогут обладать возросшими возможностями в плане финансирования инфраструктуры, строительства важных в социальном плане объектов и проч., что будет способствовать улучшению качества жизни населения России в целом. К тому же, стоимость недвижимости приблизится к рыночной, что, несомненно, ускорит путь российских экономических отношений к наиболее справедливым для всех участников.

Учёт всех положительных эффектов и их превалирование над отрицательными делают перспективы рассматриваемого в работе перехода ощутимыми в умах всё большего числа людей и реализуемыми в недалёком будущем. Но для достижения максимального эффекта требуется грамотный подход и должный контроль за осуществляемыми действиями на каждом его этапе. Таким образом, в статье в должной мере были освещены как теория, относящаяся к заявленной теме, так и перспективы перехода на налогообложение имущества организаций по кадастровой стоимости, в том числе охарактеризованы возможные эффекты для российского общества.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 01.04.2024) [Электронный ресурс] ЭПС «КонсультантПлюс» – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 09.04.2024).
2. Business taxes – IRS, An official website of the United States Government [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/business-taxes> (дата обращения: 09.04.2024).
3. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / В. Г. Пансков. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд-во Юрайт, 2023. – 474 с.
4. Григораш Е.В., Ли С.А., Повалюхина М.А., Плаксина Ю.М. Государственная кадастровая оценка. Оспаривание кадастровой стоимости в 2023 году // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 8–1. – С. 41–47. – DOI 10.17513/vaael.2932.
5. Налог на имущество по кадастровой стоимости: как рассчитать, оптимизировать и уплатить – Я Недвижимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realty.ya.ru/journal/post/nalog-na-imushchestvo-po-kadaastrovoy-stoimosti-kak-rasschitat-optimizirovat-i-uplatit/> (дата обращения: 10.04.2024).
6. Минфин переведет бизнес на уплату налога за недвижимость по кадастровой стоимости – Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://forbes.ru.turbopages.org/forbes.ru/s/finansy/478153-minfin-perevedet-biznes-na-uplatu-naloga-zanedvizimost-po-kadaastrovoj-stoimosti> (дата обращения: 11.04.2024).

**СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ
СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: ВОЗМОЖНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ
THE STATE OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SYSTEM
IN ST. PETERSBURG: POSSIBLE DEVELOPMENT TRENDS**

Аннотация: в статье рассмотрено понятие социальное предпринимательство, проведен анализ социальных предприятий г. Санкт-Петербург, приведены примеры успешных предприятий. Рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкивается социальное предпринимательство и даны рекомендации по их устранению.

Abstract: The article considers the concept of social entrepreneurship, analyzes social enterprises in St. Petersburg, gives examples of successful enterprises. The main problems faced by social entrepreneurship are considered and recommendations for their elimination are given.

Ключевые слова: Социальное предпринимательство, предприниматель, социальные проблемы, социальная поддержка.

Keywords: Social entrepreneurship, entrepreneur, social problems, social support.

В последние годы социальное предпринимательство приобретает всё большую популярность. Государство активно поддерживает социальные предприятия, предоставляя им льготы, выдавая гранты, а также внедряя образовательные программы, способствующие повышению компетенций социальных предпринимателей. Деятельность государства связана с тем, что предприниматели решают социально-значимые проблемы, ресурсов на реализацию которых в полном объёме нет у государства, поскольку государственные ресурсы направляются на задачи, затрагивающие большие группы населения страны. Социальные же предприниматели выявляют и решают относительно локальные задачи (отдельных территорий, отдельных небольших групп реципиентов, задачи, появляющиеся в конкретные периоды времени и т.п.). В самом общем случае под социальным предпринимательством понимается: предпринимательская инициатива, направленная на решение общественных проблем в условиях современной рыночной экономики России [2].

Согласно ФЗ от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления ряда понятий, социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными ч. 1 ст. 24.1 Федерального закона [1]. К характерным чертам социального предпринимательства можно отнести следующие: социальное воздействие, инновационность, самоокупаемость, а также масштабируемость и тиражируемость. То есть, социальный предприниматель, в результате применения нестандартных подходов, смягчает существующие социальные проблемы за счет собственных доходов и деятельности, и постепенно увеличивает социальное воздействие на общество с помощью расширения бизнеса и передачи опыта [2].

Такие предприятия нацелены на предоставление услуг социально уязвимым категориям населения, нуждающиеся в особой поддержке, например: родители с детьми, в том числе неполные семьи или семьи с приемными детьми; другие социально уязвимые группы – безработные, бездомные, бывшие заключенные или лица с ограниченными возможностями. Социальные предприятия могут трудоустраивать данные категории лиц или предоставлять для них необходимые услуги. Также деятельность социальных предприятий может быть направлена на общественно полезную активность, например, образовательную и просветительскую деятельность или деятельность, обеспечивающую развитие, отдых и оздоровление детей.

В нашей стране ведётся статистика предприятий, оказывающих услуги на территории России. Так, по состоянию на 27.03.2024 г. в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства находится почти 6,5 млн субъектов, из которых 372,7 тыс. – это субъекты, зарегистрированные в Санкт-Петербурге. Для сравнения, в Москве зарегистрировано 908,0 тыс. таких предприятий [7], тем самым, количество предприятий в Москве превышает количество предприятий в Санкт-Петербурге в 2,4 раза.

Из всех представленных предприятий в Санкт-Петербурге, статус социального имеют всего 272 предприятия. В Москве же в данном реестре такой статус имеют 362 предприятия. Рассмотрим предприятия, функционирующие в Санкт-Петербурге. Анализ показал, что среди всех предприятий 177 зарегистрировано как ИП и 95 как юридические лица. Если рассматривать структуру предприятий по размеру, то преобладают микропредприятия – их 257 штук. Малых предприятий зарегистрировано 14 шт., а среднее – всего одно. Наибольшее количество предприятий занимается предоставлением социальных услуг без обеспечения проживания. Данной деятельностью занимаются 85 предприятий (31,25% от общего количества). Из них 77 предприятий оказывают услуги по дневному уходу за детьми,

3 предприятия оказывают социальные услуги престарелым и инвалидам и 5 предоставляет прочие социальные услуги. Второе место по количеству составляют предприятия, оказывающие образовательные услуги: 50 предприятий (18,38%). На третьем месте в Санкт-Петербурге находятся предприятия, чья деятельность связана со спортом, отдыхом и развлечением: 35 предприятий (12,87%) [5]. Различными видами производства занимаются 19 компаний (6,99%), в области здравоохранения заняты 12 компаний (4,41%), творческой деятельностью и деятельностью в области искусства и организации развлечений занимаются 9 компаний (3,31%), а по 8 компаний заняты деятельностью по предоставлению прочих персональных услуг (2,94%) и в оптовой и розничной торговле (2,94%). Остальные компании занимаются иной деятельностью и имеют незначительный удельный вес в общей структуре [5]. В результате сравнительного анализа можно заметить, что в Санкт-Петербурге большее количество предприятий заняты деятельностью по предоставлению социальных услуг без проживания, образованием, деятельностью в области спорта, отдыха и развлечений, а также различным производством (одежды, текстильных изделий, изделий из кожи, керамических изделий и др.) как в количественном, так и в процентном соотношении (рис. 1).

Считаем, что данную ситуацию можно объяснить спецификой региона проживания. Так, например, согласно данным Росстата на 100 мест в организациях, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам дошкольного возраста, присмотр и уход за детьми приходится 100 воспитанников, в то время как в Санкт-Петербурге – 109 воспитанников в 2022 году.

Приведем несколько примеров социальных предприятий разного размера, функционирующих в Санкт-Петербурге: микро-, малого- и среднего предпринимательства, которые входят в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. ИП Ромашкина Ольга Анатольевна открыла свое микропредприятие «Джунглики». Детский центр оказывает услуги по воспитанию и обучению детей дошкольного возраста от 1,5 до 7 лет. Кроме того, предприятие имеет партнеров, таких как Fitness House, образовательная организация NFMО, Герценовский университет и спортивный клуб «Патриот», оказывающих помощь в развитии и обучении детей в спортивном, интеллектуальном и творческом развитии [4].

В качестве примера малого предприятия можно привести ООО «Сова-Нянька». Основным видом деятельности является производство готовых текстильных изделий, кроме одежды. Предприятие производит сенсорно-динамическое оборудование, с помощью которого для детей проводятся развивающие и коррекционные занятия, предусматривающие активизацию вестибулярной системы ребенка [6]. Средним предприятием, имеющим

статус социального предприятия в Санкт-Петербурге, является ООО «Социальный гериатрический центр «опека комфорт». Предприятие занимается деятельностью по уходу для пожилых людей с обеспечением проживания. Предприятие входит в Реестр поставщиков социальных услуг, то есть предоставляет нуждающимся гражданам РФ услуги за частичную оплату [7].



Рисунок 1 – Отраслевая структура социальных предприятий
г. Санкт-Петербург, 2024 г.
Составлено автором по [5]

Второй группой предприятий, оказывающих социальные услуги, являются социально-ориентированные некоммерческие организации. Они входят в Реестр социально-ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. №1290. По состоянию на 27.03.2024 г. в Санкт-Петербурге в списке 2477 социально-ориентированных некоммерческих организаций: фонды, общественные движения, общественные организации, автономные некоммерческие организации, частные учреждения [8]. В качестве примера можно привести АНО «Простые вещи». Это инклюзивные мастерские керамической, графической, швейной, кулинарной, столярной, цветочной продукции, в которых работают взрослые люди с ментальными особенностями под присмотром профессиональных мастеров и волонтеров [3]. Еще одним примером является частное образовательное учреждение дополнительного образования «Эй-Би-Си». Данная частная школа находится на рынке 26 лет и специализируется на английском языке.

Главная цель – закрепление навыков, полученных в школе и доведение их до уровня специализированных гимназий [11]. Частное дошкольное образовательное учреждение «Карусель» является центром, оказывающим услуги по дневному пребыванию детей (детский сад), специализируется на подготовке к школе, проводит занятия для мам с малышами и многое другое [10]. Санкт-Петербургская благотворительная общественная организация помощи детям и взрослым с ограниченными возможностями здоровья «Один, два, все» помогает детям и взрослым с инвалидностью [9].

В результате функционирования социальные предприятия сталкиваются с рядом проблем. В основном проблемы связаны с системой государственной поддержки. В качестве главной проблемы можно выделить отсутствие нормативно-правового регулирования. На данный момент нет единого закона, закрепляющего статус социального предприятия и регулирующего их деятельность. Социальное предпринимательство рассматривается в рамках ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 №209-ФЗ, но это не одно и то же. В результате чего, многие авторы спорят о том, что же является социальным предприятием и стоит ли к их числу относить социально-ориентированные некоммерческие организации, которые преследуют схожие цели. Это приводит и к тому, что невозможно составить единый реестр социальных предприятий и оценить их реальное количество. Отметим и недостаток социально-ориентированного образования и высококвалифицированных специалистов в данной области. В силу того, что данное направление появилось недавно, программы не проверены временем и неспособны обеспечить специалистов всеми необходимыми знаниями и навыками, специалистам требуется больше времени на самостоятельное изучение всех нюансов и запуск предприятий.

Население также мало информировано о существовании социального предпринимательства и успешных практиках. Социально уязвимые категории людей, на которых и нацелена данная деятельность и которые так нуждаются в социальных предприятиях, не имеют необходимой и достоверной информации. Поиски предприятий занимают много времени и не всегда приносят результат из-за того, что не все компании имеют свои сайты, а среди тех, которые имеют, много сайтов выполнено некачественно и содержат неструктурированную информацию. Завершая краткий анализ функционирования социальных предприятий на примере Санкт-Петербурга, можно сформулировать следующие предложения.

Во-первый, необходима дальнейшая работа по совершенствованию нормативного и правового поля функционирования данного сегмента рынка. Сфера социального предпринимательства нуждается в едином законе, который бы смог аккумулировать в себе критерии отнесения предприятия к социальному, механизм сертификации, ответственность субъектов, систему поддержки и льгот. Важным разделом данного закона должен

стать пункт о некоммерческих негосударственных предприятиях как полноправных субъектах социального предпринимательства.

Во-вторых, необходимо создание специального органа, в функции которого могли бы входить: контроль и надзор за деятельностью социальных предприятий, а также консультационная поддержка деятельности с учётом основных требований к созданию, функционированию, финансированию и регулированию рынка данных компаний. Подобные функции можно включить в систему услуг, которые сегодня предоставляют многофункциональные центры «Мой бизнес».

В-третьих, необходимо разработать регламент создания и поддержания реестра социальных предприятий, действующих на территории России с целью учёта их вклада в экономику и в решение социальных проблем страны и отдельных регионов. Реестр должен включать как частные коммерческие предприятия, ведущие бизнес в социальной сфере, так и некоммерческие – государственные и негосударственные, а также индивидуальных предпринимателей, ориентированных на предоставление социальных услуг и работу с социально уязвимыми группами трудовых кадров. Реестр целесообразно вести с учётом размера предприятия и сферы основной деятельности в региональном разрезе.

В-четвертых, важно сделать акцент на подготовке кадров для таких предприятий, вести разъяснительную работу как среди бизнеса, так и среди потребителей продуктов и услуг подобных предприятий. Здесь укажем, что определённая подготовка проводится, но существует потребность в улучшении образовательных программ, создании единых стандартов для обучения социальных предпринимателей, что позволит повысить уровень знаний у действующих предпринимателей и воспитать новых. Государство вместе с действующими предприятиями должны сделать упор на информировании населения о деятельности социальных предприятий, что сможет увеличить количество потенциальных работников и клиентов, а освещение успешных практик может помочь привлечь новых предпринимателей и инвесторов.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон «О внесении изменений в ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» от 26.07.2019 №245-ФЗ (последняя редакция) // СПС Консультант плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329995/ (дата обращения: 06.03.2024).

2. Макаrenchенко, М.А. Понятие социального предпринимательства и отличительные особенности социальных предпринимателей/ М.А. Макаrenchенко, А.А. Антонов // Экономика и экологический менеджмент. – 2015. – №2. – С. 35-42.

3. АНО «Простые вещи» – Официальный интернет-сайт. URL: <https://prostieveschi.ru/masterskie/> (дата обращения: 10.04.2024).

4. Детский сад «Джунглики» – Официальный интернет-сайт. URL: <https://джунглики.рф>

5. Единый реестр субъектов малого и среднего бизнеса // Nalog.gov.ru: сайт / Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/about_fts/el_usl/ (дата обращения: 06.03.2024).

6. ООО «Сова-Нянька» – Официальный интернет-сайт. URL: <https://nannyowl.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

7. ООО «Социальный гериатрический центр «опека комфорт» – Официальный интернет-сайт. URL: <https://opesa-doma.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

8. Реестр социально-ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1290 // data.economy.gov.ru / Министерство экономического развития РФ. URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko> (дата обращения: 02.04.2024).

9. Санкт-Петербургская благотворительная организация «Один, два, все». – Официальный интернет-сайт. URL: <https://odin-dva-vse.ru/about/o-nas/> (дата обращения: 02.04.2024).

10. ЧДОУ «Карусель» – Официальный интернет-сайт. URL: clck.ru/3AFBef (дата обращения: 02.04.2024).

11. ЧОУДО «Эй-Би-Си» – Официальный интернет-сайт. URL: <http://www.nouabc.ru> (дата обращения: 02.04.2024).

УДК 339.138

Романова Екатерина Николаевна

Romanova Ekaterina Nikolaevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»

Master program “Marketing and digital communications”

e-mail: kaatrinromanovaa@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЯХ БРЕНДОВ ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ: АНАЛИЗ РОЛИ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN MARKETING STRATEGIES OF DECORATIVE COSMETICS BRANDS: ANALYZING THE ROLE OF VISUAL CONTENT

Аннотация: Исследование роли визуального контента в маркетинге декоративной косметики с учетом психологических аспектов аудитории. Результаты работы ориентированы на изучение эмоциональных реакций на контент разных социальных групп и предоставление рекомендаций по созданию эффективного визуального контента.

Abstract: The study of the role of visual content in marketing of decorative cosmetics taking into account the psychological aspects of the audience. The results of the work are focused on studying emotional reactions to content of different social groups and providing recommendations on how to create effective visual content.

Ключевые слова: визуальный контент, маркетинг декоративной косметики, контентный маркетинг, потребительское поведение, социальные сети.

Key words: visual content, decorative cosmetics marketing, content marketing, consumer behavior, social media.

В настоящее время использование социальных сетей в маркетинговых стратегиях брендов декоративной косметики становится все более значимым, однако наблюдаются определенные пробелы в понимании эффективности визуального контента и его воздействия на аудиторию. Существует растущий интерес к оценке не только позитивных аспектов, но и отрицательных эффектов визуального контента, включая его способность вызывать отторжение и снижение заинтересованности у потребителей. В статьях и исследованиях преобладает акцент на позитивных аспектах визуального маркетинга, однако антипримеры и негативные реакции на контент остаются недостаточно изученными.

Существует значительный интерес к вопросам:

1) Какие аспекты визуального контента могут отталкивать потенциальных потребителей, и какие рекомендации могут быть предложены брендам для предотвращения негативного воздействия?

2) В чем психологические аспекты принятия решений в отношении визуального контента, и как они влияют на восприятие бренда?

3) Влияние эмоционального и эстетического опыта на восприятие визуального контента в маркетинге косметики.

Для того чтобы обозначить актуальность данных вопросов необходимо изучить поведение потребителей на рынке декоративной косметики в социальных сетях в последние годы.

Рынок декоративной косметики продолжает демонстрировать устойчивый рост. В 2022 году он увеличился на 6% и ожидается, что к 2030 году этот рост удвоится, достигнув более \$1 трлн. Более 70% этого рынка занимает сегмент косметики, причем выделяется повышенный интерес к натуральной косметике, солнцезащитным средствам и функциональной косметике с активными компонентами, решающими конкретные проблемы с кожей. [1, с. 2]

Стоит отметить, что влияние пандемии COVID-19 оказало серьезное воздействие на рынок косметики, однако в 2021 году спрос начал восстанавливаться после существенного падения в 2020 году. Пандемия ускорила процесс цифровизации экономики и общества, подчеркивая важность применения современных инструментов маркетинга, особенно в социальных медиа, для устойчивого развития бренда. Согласно исследованию, проведенному коммуникационным агентством MIGEL AGENCY в 2021 году, 47% опрошенных женщин отмечают, что для них важно, чтобы их любимый бренд активно вел свои аккаунты в социальных сетях. Этот показатель вырос за последний год.

Роль визуального контента в контексте ведения социальных сетей играет одну из решающих ролей – исследования компании Microsoft подтверждают, что внимание пользователей в Интернете ограничено восемью секундами из-за склонности человеческого мозга к сканированию текста. Этот феномен выдвигает перед косметическими компаниями важную задачу: как привлечь и удержать внимание потенциальных клиентов в такие короткие сроки? В этом контексте ключевую роль играет визуальный контент.

Также согласно «Эффекту превосходства зрения», если люди воспринимают информацию на слух, то через три дня обычно помнят только 10% от услышанного. Однако, если добавить визуальное сопровождение – за этот же период данное значение возрастает до 65%. Поэтому умение выбирать правильный материал для создания визуального контента чрезвычайно важно для коммуникации с потребителями [2, с.114].

В последние годы количество авторов, которые посвящают контент-маркетингу и визуальному контенту в социальных сетях книги и статьи значительно выросло. Для поиска ответов на вопросы автора была изучена актуальная литература, коррелирующая со сферой исследования. Литература была разделена на 3 большие группы.

Первая группа включает работы, которые акцентируют внимание на анализе контента как ключевого элемента маркетинговой стратегии. Она включает работы, посвященные созданию эффективного и продающего контента для веба и мобильных платформ, таких как: книга Джона Вюббена «Контент – это валюта. Как разрабатывать продающий контент» и статья О.В. Милаевой, Н.Е. Ростовской «Контент-маркетинг: к вопросу определения понятия». Эти исследования ориентированы на анализ маркетинговых стратегий и эффективности контента и представляют собой ценный источник для понимания общих принципов воздействия визуального контента в социальных сетях. Сильные стороны этой группы включают широкий охват основных подходов к контент-маркетингу, анализ ключевых трендов и теоретический подход к созданию эффективного визуального контента. Однако эти исследования могут упускать более детальное рассмотрение психологических аспектов восприятия.

Вторая группа литературы фокусируется на интеграции различных аспектов маркетинга, включая контент-маркетинг, SEO и социальные сети, как это представлено в книгах: «Продающий контент» Ли Оддена, книге «Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории» авторства Роберта Роуза и Джо Пулицци [3, с. 240], статье Катрычевой О.В. «Контент маркетинг как основной метод

digital-маркетинга» и статье Тазова В.Д и Стоянов И.А. «Контент-маркетинг, как инструмент продвижения компании в интернете». Данные исследования позволяют комплексно рассмотреть маркетинговые стратегии, что важно при создании грамотного подхода к использованию социальных сетей в продвижении бренда косметики и «технической» стороны визуального контента.

Третья группа литературы сфокусирована на разработке контентной стратегии в целом, включая выбор платформ и каналов распространения контента, анализ его эффективности и взаимодействия с целевой аудиторией. Эта группа включает работы, такие как книга «Основы контентной стратегии» Эрин Киссейн и статью Левченко М.Г. «Продвижение бренда с помощью фото и видео контента» и книгу Майкла Стелзнера «Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху интернета» [4, с. 288]. Авторы в данной группе предоставляют важный анализ контента, к нему относятся: анализ эффективности с помощью ключевых показателей производительности, анализ выбора платформ взаимодействия, важные аспекты при взаимодействии с аудиторией.

Анализ изученной теоретической литературы по контент-маркетингу, SEO и использованию социальных сетей в маркетинговых стратегиях выявляет ценные и эффективные подходы, однако существуют определенные пробелы, которые следует учитывать при изучении эффективности визуального контента в контексте декоративной косметики.

В первую очередь, авторы редко обращаются к психологическим аспектам восприятия визуального контента, оставляя без внимания эмоциональные и психологические реакции аудитории, хотя стоит отметить, что именно изучение эмоциональных реакций потребителей является одним из главных трендов в маркетинге в 2024 году. Согласно отчёту Лондонского рекламного агентства Dentsu Creative за 2024 год [5, с. 25], отмечается повышенный интерес к глубинному анализу качества внимания потребителей, в котором просмотры (viewability) уже не являются единственным критерием. Маркетологи и ученые стремятся к более глубокому пониманию качества внимания, включая анализ эмоциональных реакций аудитории на визуальный контент.

Во-вторых, критический обзор литературы указывает на недостаток анализа антипримеров и факторов, которые могут вызывать реакцию отторжения у аудитории. Не представлены рекомендации по выбору визуального контента, который может вызывать именно негативные ассоциации у потенциальных клиентов декоративной косметики. Существует определенный недостаток статистических данных, социальных опросов, фокус групп и иных форм первичного сбора информации по тематике исследования автора.

К примеру, Urban Decay, запустила рекламу новой подводки для глаз Razor Sharp с лозунгом "Готовы к острым как бритва образцам?", которая вызвала негативные реакции из-за иллюстрации на фото – она показалась аудитории двусмысленной. Глядя на название продукта (Razor Sharp – бритвенно-острый) и рекламный слоган, разноцветные поперечные следы на запястьях быстро были ассоциированы пользователями со шрамами от порезов. Это вызвало осуждение как среди поклонников бренда, так и у широкой общественности. В случае, если бы компания знала о болях потребителей, негативных ассоциациях и эмоциональных реакциях, репутационного урона можно было бы избежать.

Для брендов декоративной косметики изучение эмоциональных реакций даст глубинное понимание предпочтений потребителей, укрепит эмоциональную связь покупателя с брендом, поможет в развитии брендовой идентичности, позволит быть более конкурентоспособным, снизит риск этических и репутационных скандалов и т.д.

Наконец, мало внимания уделяется отличным друг от друга социальным группам и их эстетическим предпочтениям в маркетинге. Маркетинговые стратегии редко рассматриваются с учетом разных слоев общества, где чувство эстетики и реакция на визуальный контент может значительно различаться в зависимости от социокультурного контекста, эстетического воспитания и насмотренности. Учёт перечисленных аспектов будет способствовать укреплению эмоциональной связи с потребителем, более детальному пониманию предпочтений аудитории, оптимизации визуального контента и соответствию новым маркетинговым тенденциям.

Список использованных источников:

1. ГБУ «Агентство инноваций Москвы» «Рынок красоты – особенности и перспективные технологии в мире и России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://portal.inno.msk.ru/uploads/agencysites/analytics/research/BeautyTech_AIM_2023.pdf (дата обращения 06.04.2024).
2. Левченко М.Г. Продвижение бренда с помощью фото и видео контента [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-brenda-s-promoschyu-foto-i-video-kontenta> DOI: 10.24411/2658-4964-2020-10045 (дата обращения 06.04.2024).
3. Роуз Р. Управление контент-маркетингом: Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Р. Роуз, Д. Пулицци; пер. с англ. В. Иващенко. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2014. – С. 240.
4. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2012. – С. 288.
5. Dentsu Creative UK «Report: The futures less traveled trends report 2024» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dentsucreative.com/news/dentsu-creative-trends-2024> (дата обращения 05.04.2024).

Садовникова Светлана Наилевна

Sadovnikova Svetlana Nailevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные социальные инновации»

Master program "Corporate Social Innovation"

e-mail: ms.sadovni1@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В IT-КОМПАНИИ: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ

FEATURES OF INNOVATION IN IT COMPANIES: GENDER ASPECTS

Аннотация: в данной статье исследуется влияние гендерных различий на инновационную деятельность в области информационных технологий. Освещаются культурные особенности и иерархическое управление в компаниях, а также стереотипы, с которыми сталкиваются женщины в инновационной сфере IT. В статье предлагаются рекомендации по преодолению этих барьеров, включая популяризацию обучения женщин в сфере IT и расширение доступа к программам профессиональной переподготовки.

Abstract: This article examines the impact of gender differences on innovation in information technology. Cultural characteristics and hierarchical management in companies are highlighted, as well as stereotypes that women face in the innovative IT field. The article offers recommendations for overcoming these barriers, including promoting women's IT training and increasing access to job retraining programs.

Ключевые слова: гендерные аспекты, инновационная деятельность, IT-сфера, женщины.

Keywords: gender aspects, innovation, IT sector, women.

На сегодняшний день сфера информационных технологий (IT-сфера) динамично развивается, и внедрение инноваций является одной из ключевых стратегий развития таких компаний. Учитывая возрастание роли гендерных исследований в сфере информационных технологий, основное внимание автора направлено на анализ наличия различий в достигнутых уровнях инновационной деятельности IT-индустрии женщин и мужчин. Необходимо отметить, что в выполненных ранее научных исследованиях, проблеме гендерных особенностей, сложившихся в инновационной деятельности IT-сферы, уделялось недостаточно внимания.

Целью исследования является оценка, сложившихся уровней инновационной активности женщин и мужчин в IT-сфере. Анализ стереотипов и предпочтений в инновационной деятельности среди мужчин и женщин позволяет выявить различия в подходах к решению задач и разработке новых

продуктов. Мужчины, как правило, более склонны к риску и экспериментам, что может способствовать быстрому принятию решений и внедрению новых технологий. Женщины, с другой стороны, обычно более осторожны и склонны к более консервативным подходам, что может обеспечить более стабильное развитие проектов.

Сложившиеся стереотипы могут влиять на выбор карьерного пути в IT-сфере. Так, 73% женщин сталкиваются с предвзятым отношением к своим способностям в сфере технологий, что препятствует им в развитии, реализации своего потенциала в инновационной деятельности [1]. Мужчины, с другой стороны, могут чувствовать давление со стороны общества на успешную карьеру в IT-индустрии и быть более склонными к выбору этого направления деятельности.

Различия в культуре, подходах к работе и управлению в IT-компаниях имеют значительное влияние на процесс внедрения инноваций. В компаниях с более консервативной культурой и иерархическим управлением, процесс внедрения новых идей может быть замедлен из-за бюрократии и нежелания инициативных сотрудников выходить за рамки установленных процедур.

С другой стороны, в компаниях с более открытой культурой и плоской иерархией процесс внедрения инноваций может быть более гибким и быстрым. Здесь сотрудники могут свободно обмениваться идеями, экспериментировать и принимать решения на месте, что способствует быстрому принятию изменений.

Кроме того, влияние различий в культуре и подходах к работе проявляется и в отношении к риску. В компаниях с консервативной культурой часто относятся к инновациям более осторожно, опасаясь потерять стабильность и устоявшиеся практики. В то время как в компаниях с более открытой культурой и готовностью к риску, инновации встречаются с большим энтузиазмом и готовностью к экспериментам.

Отчет о гендерном дисбалансе в IT-отрасли в России показал, что в 2022 году высших и средних специалистов информационно-коммуникационных технологий насчитывали около 1,4 млн человек. Из них 80% (1,1 млн) были мужчинами, а 20% (267 тыс.) – женщинами. Среди женщин, которые видят перспективы в технологическом секторе, 57% указывают на будущее профессий, связанных с искусственным интеллектом, большими данными и нейросетями. 67% женщин следят за развитием нейросетей и искусственного интеллекта, причем более трети (41%) высказались за этическое регулирование развития нейросетей [2].

Гендерный дисбаланс в сфере IT также отражается на различиях в заработной плате сотрудников. Согласно данным «Хабр Карьеры», в 2023 году женщины в среднем запрашивали 99,3 тыс. рублей, в то время как

мужчины просили 156,3 тыс. рублей. Эксперты считают, что разница в заработных платах объясняется тем, что женщины чаще склонны недооценивать собственные возможности и запрашивать меньшие суммы, чем мужчины [2].

Согласно проведенному исследованию, в инновационной сфере информационных технологий обнаружены определенные ограничения (см. рис. 1). Среди них:

- 30% опрошенных столкнулись с предвзятым отношением к способностям женщин;
- 20% женщин испытывают необходимость непрерывного подтверждения своей компетентности;
- 15% женщин отмечают более низкие уровни оплаты труда и замедленное продвижение по карьерной лестнице;
- 10% участников сталкиваются с присутствием дискриминационных шуток и неуважительного обращения;
- некоторые участницы опроса также упоминали сложности с коммуникацией.

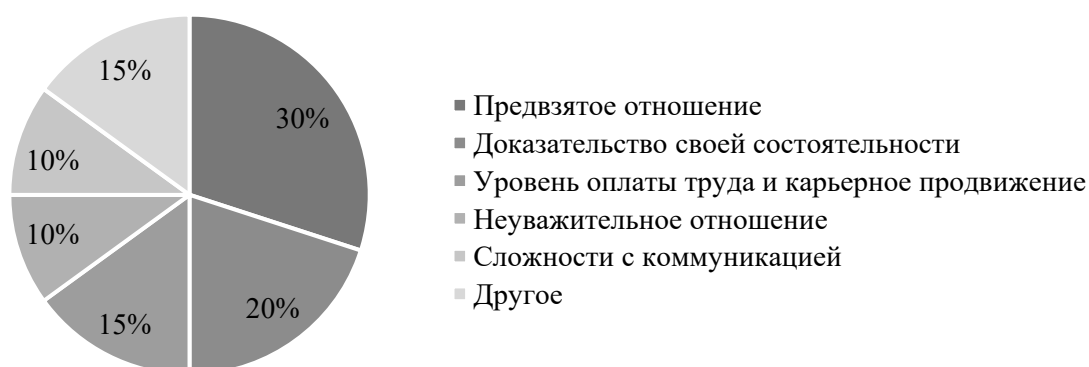


Рисунок 1 – Проблемы, выделяемые женщинами в инновационной сфере IT

Зарубежные страны признали, что увеличение количества женщин, занятых в технических, инженерных и математических областях, играет важную роль в преодолении дефицита специалистов и улучшении конкурентоспособности в образовании и инновациях. Правительства этих стран активно работают над разработкой государственных стратегий по поддержке девушек и женщин в области STEM-образования и профессий. В США, Германии, Южной Корее и Японии внедрены комплексные программы по привлечению женщин в сферу STEM на уровне государства. Более 10 европейских стран сотрудничают в рамках международных проектов, направленных на обучение учителей с участием промышленности, разработку инновационных методов преподавания и стимулирование интереса учащихся к науке.

Российская цифровая экономика также столкнулась с недостатком IT-специалистов. В 2023 году дефицит разработчиков оценивался в 500-700 тысяч человек, и с учетом быстрого развития цифровых технологий предполагается, что данный недостаток будет только увеличиваться. Увеличение участия женщин в IT-отрасли может значительно помочь в решении проблемы дефицита кадров. В настоящее время основные пути входа в IT-профессии включают колледжи, вузы, образовательные программы и профессиональную переподготовку.

Таким образом, исследование различий в инновационной активности мужчин и женщин в IT-сфере подчеркивает значительное влияние стереотипов, предвзятости и ограничений на карьерное развитие женщин в этой области. Гендерные различия влияют на инновационную деятельность в IT-сфере, женщины сталкиваются со множеством проблем и препятствий. Зарубежные страны уже осознали важность увеличения числа женщин в технических, инженерных и математических областях, чтобы обеспечить более разнообразное и инновационное рабочее сообщество.

Для преодоления барьеров, с которыми сталкиваются женщины в инновационной сфере IT, можно предложить следующие рекомендации [5]:

1. Популяризация обучения женщин IT-профессиям: низкая популярность IT-обучения среди женщин приводит к тому, что их доля в общей численности IT-специалистов остается низкой. Мерами популяризации могли бы выступить активности в СМИ, телевидении, в социальных сетях, направленные на борьбу с существующими стереотипами. Второе важное направление – это проведение профориентационных встреч и реализация профориентационных проектов в этой области.

2. Расширение возможностей обучения на программах профессиональной переподготовки: программы профессиональной переподготовки в сфере IT могут быть более привлекательными для женщин, которые уже обучаются или завершили обучение по другой специальности, чем получение полноценного высшего образования по IT специальностям. Это связано с более емкой и практико-ориентированной программой, которая помогает освоить новые IT-компетенции в дополнение к своей основной специальности или получить квалификацию в новом виде профессиональной деятельности.

3. Популяризация успехов и достижений женщин в сфере IT: популяризация успеха женщин в IT способствует разрушению существующих стереотипов в этой области, и как следствие, стимулирует большее количество женщин следовать за примерами представительниц «слабого» пола, достигших различных высот на пути своих профессиональных траекторий в сфере IT.

Преодоление гендерных барьеров в инновационной сфере IT требует совместных усилий компаний, общества и государства для создания равноправной и поддерживающей среды, где каждый специалист может раскрыть свой потенциал и внести вклад в развитие индустрии.

Список использованных источников:

1. Репичев А.И., Мусостова Д.Ш., Дзобелова В.Б. Исследование инноваций в IT-индустрии // Вестник Академии знаний. 2023. №2 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-innovatsiy-v-it-industrii> (дата обращения: 10.04.2024).
2. Гендерный баланс в сфере ИТ, АНО «Цифровая экономика». 2024 https://ai.gov.ru/knowledgebase/obrazovanie-ikadryii/2024_gendernyy_balans_v_sfere_it_ano_cifrovaya_ekonomika_/?ysclid=lutso96h1e685373890 (дата обращения: 10.04.2024).
3. Кайда, Н.О. Женщины в ИТ: проблемы и преимущества сложной профессии // Библиотека программиста. 2023. URL: <https://proglib.io/p/zhenshchiny-v-it-problemy-i-preimushchestva-slozhnoy-professii-2023-1010?ysclid=lutsw65kvp927655198> (дата обращения: 10.04.2024).
4. Поткина, О.А. Применение зарубежного опыта в реструктуризации инновационных процессов современных российских компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №5-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-zarubezhnogo-opyta-v-restrukturizatsii-innovatsionnyh-protsessov-sovremennyh-rossiyskih-kompaniy> (дата обращения: 10.04.2024).
5. Курков В.В., Доронкина М.А. Гендерный вопрос в Японии: особенности исторической динамики // Наука без границ. 2021. №7 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernyy-vopros-v-yaponii-osobennosti-istoricheskoy-dinamiki> (дата обращения: 10.04.2024).

УДК 331.103

Сафонов Александр Александрович

Safonov Alexander Alexandrovich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационный менеджмент»

Master program “Innovation management”

e-mail: asafonov46@gmail.com

КОНЦЕПЦИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

THE CONCEPT OF LEAN MANUFACTURING AS A FACTOR IN IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE EXECUTIVE BODIES OF STATE POWER IN ST. PETERSBURG

Аннотация: в статье рассматривается концепция бережливого производства и ее применение в органах исполнительной власти Санкт-Петербурга. Приводятся примеры успешной реализации бережливых проектов в органах власти Санкт-Петербурга. Обосновывается необходимость дальнейшего распространения культуры бережливого управления в государственном секторе.

Abstract: The article examines the concept of lean production and its application in the executive authorities of St. Petersburg. Examples of successful implementation of lean projects in the authorities of St. Petersburg are provided. The necessity of further dissemination of the lean management culture in the public sector is substantiated.

Ключевые слова: государственное управление, бережливое производство, региональные программы, реинжиниринг процессов.

Keywords: public administration, lean production, regional programs, process reengineering.

Внедрение бережливого производства в органах власти РФ началось относительно недавно и направлено на повышение эффективности государственного управления и качества оказания госуслуг. Концепция бережливого производства обеспечивает повышение эффективности государственного управления и уровня взаимодействия с гражданами.

Бережливое производство (от англ. lean production – «стройное производство») – концепция менеджмента, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь и оптимизации бизнес-процессов с целью повышения качества продукта/услуги и производительности труда. Этот подход был разработан в рамках Toyota Production System и позже получил широкое распространение в различных отраслях и странах.

Принципы бережливого производства, такие как ликвидация избыточных операций, сокращение времени выполнения задач, улучшение качества услуг и вовлечение сотрудников в совершенствование процессов, могут быть успешно применены в работе органов власти РФ. В последние годы наблюдается тенденция снижения производительности труда в органах государственной власти РФ. Несмотря на мероприятия по цифровизации и оптимизации процессов, показатели эффективности работы государственных служащих остаются на невысоком уровне. Причинами этого могут быть как объективные факторы, такие как нехватка финансирования и квалифицированных кадров, так и субъективные – отсутствие мотивации, неудовлетворительные условия труда.

Для решения проблемы снижения производительности в органах власти необходим комплексный подход, включающий совершенствование систем мотивации, оптимизацию процессов, внедрение цифровых технологий, обучение персонала и применение принципов бережливого производства. Внедрение бережливого управления не требует больших затрат, но сталкивается с сопротивлением изменениям со стороны сотрудников органов власти РФ. Устоявшиеся процессы зачастую не согласуются с новыми принципами, вызывая недовольство персонала. Для успешного внедрения необходимо обучение и мотивация сотрудников на изменения в рабочей практике.

Проект «Бережливое производство», запущенный в 2017 году в 5 регионах РФ, является ключевой инициативой по улучшению производственных процессов и повышению эффективности предприятий. Белгородская

область является одним из лидеров по внедрению бережливых технологий в госсекторе. В регионе создан Центр развития бережливых технологий, действует программа обучения госслужащих. Уже реализовано более 100 бережливых проектов в различных сферах [6, с. 50]. Дальнейшее распространение практики внедрения концепции бережливого управления, вовлечение всех уровней власти и развитие компетенций госслужащих обеспечит существенный прогресс в повышении качества госуправления.

В рамках концепции бережливого управления в органах власти Санкт-Петербурга проведены обучающие семинары для сотрудников с участием экспертов в области бережливого производства и Lean-технологий. Разработаны и внедрены программы и проекты по оптимизации процессов, сокращению времени выполнения задач и улучшению качества обслуживания граждан.

Программа «Эффективный регион» в исполнительных органах государственной власти (ИОГВ) Санкт-Петербурга представляет собой комплекс мероприятий, направленных на совершенствование системы управления в регионе, повышение производительности труда и качества предоставляемых государственных услуг. Эта программа играет важную роль в улучшении эффективности работы ИОГВ, повышении их конкурентоспособности и обеспечении эффективного решения задач социально-экономического развития города.

В соответствии с Соглашением от 04.06.2021 № 27-с «О сотрудничестве между Правительством Санкт-Петербурга и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» данная программа реализуется при экспертной поддержке представителей Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» [5].

Основными целями программы «Эффективный регион» являются оптимизация процессов, повышение качества предоставляемых государственных услуг, совершенствование механизмов управления и улучшение взаимодействия ИОГВ с гражданами, бизнесом и общественными организациями. Программа «Эффективный регион» в ИОГВ Санкт-Петербурга представляет собой масштабный проект, включающий ряд этапов, необходимых для успешной реализации и достижения поставленных целей. Первый этап связан с созданием рабочей группы, что является основным направлением улучшения процессов в ИОГВ. Создание специально сформированного отдела реинжиниринга для методологической поддержки и формирование временных рабочих групп по направлениям с привлечением экспертов подразделений для оптимизации конкретных процессов.

Второй этап включает в себя инвентаризацию процессов ИОГВ. На этом этапе определяются конкретные задачи, сроки и ответственные лица за их выполнение. Формируется перечень ключевых процессов ИОГВ, на

основании которого формируются предложения в перечень процессов Администрации Санкт-Петербурга. Далее предлагаемые изменения согласуются с вице-губернатором, курирующим ИОГВ.

Третий этап программы связан с направлением заявки на оптимизацию процессов, проведением необходимых изменений в работе исполнительных органов, внедрением новых технологий и методов управления. На этом этапе осуществляется мониторинг выполнения задач и оценка эффективности принятых мер.

Оптимизация процесса в рамках программы «Эффективный регион» занимает от 4 до 6 месяцев: за первые 1-2 месяца проводится диагностика и устанавливается цель оптимизации процесса, разрабатывается план действий по улучшению процесса и в следующие 3-4 месяца внедряются изменения.

Результаты оптимизации процесса рабочая группа исполнительных органов государственной власти докладывает Губернатору Санкт-Петербурга по завершении проектного цикла.

В рамках программы «Эффективный регион» за период с 2020 по 2023 год было инициировано 240 проектов. На данный момент 105 проектов уже реализованы, а еще 109 находятся в процессе реализации. Так, в КППИТ активно внедряются принципы «Бережливого управления». Деятельность отдела реинжиниринга направлена на повышение эффективности государственных услуг и сервисов, предоставляемых КППИТ промышленным предприятиям и субъектам малого и среднего предпринимательства. Также отмечается, что определены критерии отбора бизнес-процессов для реинжиниринга, такие как своевременность, максимальный охват потребителей, потенциал цифровизации, влияние на национальные цели и ключевые показатели эффективности. Согласно отчету КППИТ об оптимизации процессов за 2022 год, общее количество бизнес-процессов в КППИТ – 332 (рисунок 1) [4].

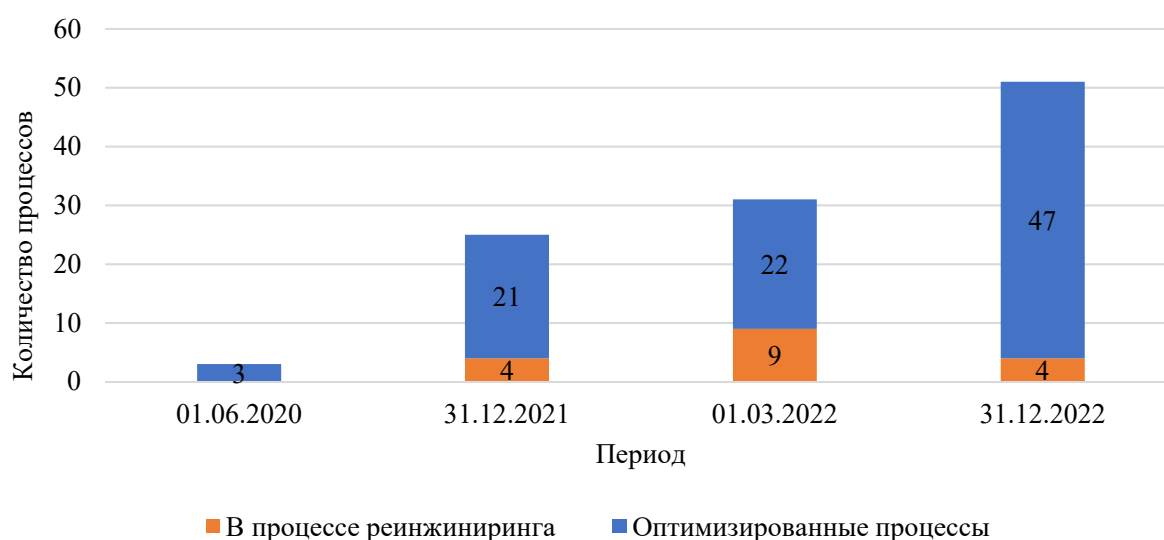


Рисунок 1 – Динамика оптимизации процессов в КППИТ за период 2020-2022 гг.

На начало 2023 года оптимизировано 94 процесса, еще 47 процессов находились в стадии реинжиниринга. Примеры реализованных проектов в рамках программы «Эффективный регион»:

- сокращение срока заключения договора на услугу для МСП с 4 дней в 2019 году до 0,5 дня в 2021 году при росте количества оказанных услуг с 515 до 1201;
- сокращение срока выдачи субсидий с 51 дня в 2020 году до 27 дней в 2021 году при росте количества одобренных заявок со 124 до 178;
- сокращение срока выдачи займов с 92 дней в 2019 году до 44 дней в 2021 году при росте количества выданных займов с 11 до 19 [3].

Так, в КППИТ проводится масштабная работа по реинжинирингу и оптимизации бизнес-процессов с целью построения эффективного государственного сервиса, ориентированного на клиентоцентричность и цифровую трансформацию. Реинжиниринг процессов позволил существенно сократить сроки оказания различных услуг для предприятий, увеличить количество обслуживаемых заявок при параллельном сокращении времени их рассмотрения. Важными составляющими успешного реинжиниринга являются обучение и мотивация персонала, развитие инструментария, создание «доверительной среды», популяризация подходов реинжиниринга.

Таким образом, концепция бережливого производства представляет собой эффективный инструмент модернизации системы государственного управления, способствующий повышению качества предоставляемых услуг, сокращению издержек и оптимизации внутренних процессов в исполнительных органах власти Санкт-Петербурга.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» // СПС КонсультантПлюс.
2. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 16.04.2019 №207 «Об утверждении Положения о применении проектного управления в исполнительных органах государственной власти Санкт-Петербурга» // СПС КонсультантПлюс.
3. Распоряжение Комитета по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга от 11.03.2020 №37-р «Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению бережливого производства в исполнительных органах государственной власти Санкт-Петербурга» // СПС КонсультантПлюс.
4. Приказ Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле от 12.01.2022 №2-п «О внедрении принципов бережливого производства в деятельность Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле» // СПС КонсультантПлюс.
5. Соглашение от 04.06.2021 №27-с «О сотрудничестве между Правительством Санкт-Петербурга и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» // СПС КонсультантПлюс.
6. Артамонова Ю.С. Внедрение технологий бережливого производства в органах государственной власти: проблемы и перспективы / Ю.С. Артамонова, А.В. Иванов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент. – 2021. – №1. – С. 45-67.

Серепенкова Полина Игоревна

Serepenkova Polina Igorevna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистические и маркетинговые стратегии клиентоориентированности
транснациональной транспортно-логистической компании»

Master program “Logistics and marketing strategies of customer orientation of a multinational transport and logistics company”

e-mail: paulina.serepenkova@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В FMCG-КОМПАНИЯХ: СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN FMCG COMPANIES: A MODERN PERSPECTIVE

Аннотация: Данная статья рассматривает современные тенденции управления цепями поставок на одном из наиболее важных рынков – рынке FMCG в России. В статье анализируются основные изменения, происходящие на данном рынке, а также изменения в управлении цепями поставок. Особое внимание уделено использованию современных информационных технологий развития управления цепями поставок на рынке FMCG в России.

Abstract: This article examines the current trends in supply chain management in one of the most important markets in Russia – the FMCG market. The article analyzes the main changes taking place in this sector, as well as its changes in supply chain management. Special attention is paid to the use of modern information technologies for the development of supply chain management in the FMCG market in Russia.

Ключевые слова: FMCG рынок, управление цепями поставок, таможенные правила, автоматизация логистических процессов

Keywords: FMCG market, supply chain management, customs rules, logistics processes automatization.

Россия является примером развивающегося рынка, который за последнее десятилетие пережил быстрый рост и значительные изменения в логистике и развитии цепочек поставок. Развитие промышленности и расширение розничных сетей стали основными факторами, стимулирующими развитие складской и транспортной логистики.

Однако бизнес-среда на рынке FMCG в России по-прежнему во многом отличается от развитых рынков и создает специфические проблемы для стратегии дистрибуции и развития логистики. Основными препятствиями в процессе проектирования цепей поставок в России являются огромная территория, нехватка складских помещений, недостаточный профессионализм кадров, ограничения во внешней торговле. Необходимо также учиты-

вать, что грузовые перевозки на дальние расстояния по всей стране осуществляются железнодорожным транспортом, но для разных регионов необходимо выбирать различные виды транспорта, а также стратегии распределения [4].

Ключевыми тенденциями на российском логистическом рынке до 2022 года являлись [3]:

- растущий спрос на профессиональные логистические услуги (аутсорсинг);
- рост числа игроков на логистическом рынке;
- расширение спектра услуг, предлагаемых логистическими провайдерами;
- развитие современных складов в регионах России;
- внедрение информационных решений, поддерживающих управление логистикой.

Однако после 2022 года рынок FMCG претерпел ряд значительных изменений, которые повлияли на управление цепями поставок. Так, с 2022 года наблюдается рост числа отечественных компаний в секторе FMCG за счет ухода иностранного бизнеса. Это связано с изменениями в экономической и политической обстановке, а также широким внедрением ограничений и санкций со стороны западных стран, которые в целом привели к негативным последствиям на рынке – сокращению ассортимента и ограничению доступности некоторых иностранных брендов, что и простимулировало развитие отечественных производителей, стремящихся заполнить образовавшиеся ниши на рынке [2].

Также с 2022 года в российском законодательстве произошли изменения, которые усложнили положение импортеров. Введение новых таможенных правил и ограничений на ввоз некоторых товаров, а также рост таможенных сборов привел к увеличению стоимости импортных поставок и усложнили процесс импортных закупок. Например, произошло усложнение законодательства в части новых требований по маркировке определенных видов продукции – 31 мая 2023 года было подписано Распоряжение Правительства Российской Федерации №1439-р [1] о включении электронных сигарет и смесей для кальяна в перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке; с 1 сентября 2023 года началась обязательная маркировка детской минеральной воды в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации №834. Параллельно правительство разработало ряд таможенных преференций, распространяемых на определенные категории товаров: например, тарифные преференции в отношении говядины, ввозимой для мясопереработки, в 2023 году; Приказом №1688 продлен сокращенный срок выдачи разрешений в отношении отсрочки уплаты таможенных пошлин импортерами до 31 декабря 2023 года. Для сравнения, в апреле

2022 года срок выдачи разрешений на отсрочку и рассрочку платежей по таможенным пошлинам и налогам был сокращен с 15 до 5 рабочих дней.

К новым тенденциям развития FMCG-сектора относят оптимизацию цепей поставок через переход на тесное партнерство с клиентами и производителями (заключение контрактов, внедрение инновационных стратегий, таких как Just-In-Time (JIT)). Также наблюдается тенденция к диверсификации поставщиков и переходу на отечественные источники поставок.

Для оптимизации цепей поставок многие поставщики на рынке FMCG активно внедряют современные технологии. Среди наиболее популярных можно перечислить следующие:

1. Интеллектуальные системы управления запасами (Intelligent Inventory Management), которые позволяют прогнозировать спрос и оптимизировать уровень запасов в реальном времени.

2. Системы распределенного управления (Distributed Order Management, DOM), которые обеспечивают гибкое управление заказами и маршрутизацией товаров от производителя к потребителю.

3. Технологии искусственного интеллекта (AI) и машинного обучения (ML) для анализа больших данных и принятия обоснованных решений в управлении цепями поставок.

4. Системы автоматизации логистики и транспортировки, такие как роботизированные склады и беспилотные автомобили, которые повышают скорость и надежность поставок.

Также внедряются технологии трекинга и мониторинга грузов, что позволяет улучшить прозрачность цепей поставок и оперативно реагировать на изменения на рынке. Таким образом, активное использование современных технологий позволяет компаниям на рассматриваемом рынке более быстро адаптироваться к новым условиям, а также гибко управлять цепями поставок, что можно рассматривать в качестве ключевых факторов успеха компании на рынке FMCG в современных условиях значительных изменений в России.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.05.2023 №1439-р «Изменения, которые вносятся в перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации» [Электронный ресурс] – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202306010035?index=2> (дата обращения: 15.04.2024)

2. Трансформация FMCG-рынка: ключевые тренды и вызовы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/transformatsiya-fmcg-rynka-klyuchevye-trendy-i-vyzovy/> (дата обращения: 16.04.2024).

3. Pieriegud, Jana. Designing FMCG and Retail Supply Chains in Russia / W. Piotrowicz, R. Cuthbertson // Ref. Libr. Supply Chain Design and Management for Emerging Markets – Learning from Countries and Regions, Springer – 2015. – P. 177-202.

4. Sergeyev V. The Analysis of Logistics and Supply Chain Management Organizational Structures on Russian Market. / I. Kabashkin, I. Yatskiv, O. Prentkovskis. // Ref. Libr. Reliability and Statistics in Transportation and Communication, Springer – 2019. №68 – P. 389-406.

УДК 656.01; 656.02

Сидоров Никита Иванович
Sidorov Nikita Ivanovich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистические и маркетинговые
стратегии клиентоориентированности

транснациональной транспортно-логистической компании»

Master program “Logistics and marketing
strategies of customer orientation of a multinational
transport and logistics company”

e-mail: 79645117335@ya.ru

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА
ДОСТАВКИ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ОАО «РЖД»
ЗА СЧЕТ ВНУТРЕННИХ РЕСУРСОВ КОМПАНИИ**

**IMPROVEMENT OF THE PRODUCT DELIVERY PROCESS
FOR JSC "RUSSIAN RAILWAYS" AT THE EXPENSE
OF THE COMPANY'S INTERNAL RESOURCES**

Аннотация: Статья посвящена актуальным задачам одной из крупнейших компаний на транспортно-логистическом рынке России. Актуальность работы обусловлена поиском новых стратегий для организации доставки продукции в системе снабжения ОАО «РЖД». Также автором предложен вариант привлечения ресурсов компании для совершенствования процесса доставки продукции.

Abstract: The article is devoted to current tasks of one of the largest companies in the transport and logistics market of Russia. The relevance of the work is due to the search for new strategies for the organization of product delivery in the supply system of JSC "Russian Railways". The author also proposed an option to attract the company's resources to improve the product delivery process.

Ключевые слова: логистика, снабжение, транспортная логистика, совершенствование перевозок.

Keywords: logistics, supply, transport logistics, improving transportation.

Основная задача снабжения в ОАО «РЖД» – повышении эффективности для своевременного, бесперебойного и комплексного обеспечения ОАО «РЖД» при минимальных издержках [1]. На полигонах 16 железных

дорог расположены 16 главных материальных складов и 80 материальных складов Центральной дирекции закупок и снабжения ОАО «РЖД» (Дирекция снабжения), через которые осуществляется обеспечение внутренних заказчиков (кроме транзитных поставок, которые осуществляются напрямую от поставщика потребителю). Вне периметра Дирекции снабжения более 4,5 тыс. кладовых заказчиков, на которых скапливаются запасы до вовлечения их в производство.

Доставка продукции от поставщика, перемещение ее между складами и выдача заказчику имеет продолжительный цикл, сроки доставки могут сдвигаться из-за дефицита транспортных средств, а расходы на транспортировку продукции в настоящее время не до конца прозрачны. Существующая схема доставки продукции до заказчиков ОАО «РЖД» ограничена выбором способов перевозки, имеет непрозрачные расходы и низкий уровень автоматизации [3]. При этом, современную ситуацию с доставкой продукции можно охарактеризовать следующим образом:

- транспортировка продукции между собственными складами осуществляется преимущественно железнодорожным транспортом (53%) в собственном и привлеченном подвижном составе;
- перевозка с материальных складов до кладовых заказчиков осуществляется преимущественно через привлеченный автотранспорт (79%) в рамках централизованного договора для всех подразделений ОАО «РЖД»;
- существенная доля бумажных носителей при учете входящих и исходящих транспортных потоков.

Среди основных проблем существующей системы доставки можно отметить:

- устаревший парк собственного подвижного состава (80% парка будет списано до 2028 г. по сроку службы) и складского комплекса;
- отсутствие конкуренции между поставщиками автотранспортных услуг в рамках одной железной дороги и ограничения размера доступного парка поставщиков транспортных услуг в ряде случаев могут приводить к оказанию услуг ненадлежащего качества. Например, возможны отказы в предоставлении транспортных средств при пиковых загрузках и выбора приоритета в предоставлении транспортного средства иным производственным подразделениям ОАО «РЖД»;
- низкий уровень развития IT систем при организации доставки продукции, взаимодействия с перевозчиками и учете транспортных расходов [5].

При этом исполнители автотранспортных услуг не несут полной материальной ответственности за сохранность грузов во время транспортировки в рамках действующих договоров (например, с заключением договоров страхования грузов при перевозке). Договоры не включают услуги экспедирования, водители не являются экспедиторами, что приводит к

необходимости сопровождения грузов кладовщиками, являющихся материально-ответственными лицами, и, соответственно, отвлечению ресурсов ОАО «РЖД» и их недостаточно рациональному использованию.

Для решения перечисленных проблем в 2023 году дирекцией снабжения совместно с АО «ФГК» уже организовано взаимодействие по вопросу предоставления вагонокомплектов (платформа + контейнеры) для транспортировки продукции между складами. При этом, можно отметить следующие ограничения в части возможности привлечения вагонокомплектов для перевозок грузов между складами:

- необходимость присвоения параграфов станций на возможность приема и отправки контейнеров для осуществления операций по погрузке / выгрузки контейнеров, где есть грузоотправители/грузополучатели Дирекции снабжения;
- технологическая особенность вагонокомплектов и складов (соответствие габарита железнодорожной платформы по высоте от головки рельса до пола и высотой платформы);
- стоимость предоставления вагонокомплекта напрямую зависит от стоимости конкретного типа контейнера, а сроки изготовления с учетом доставки в Российскую Федерацию составляют от 6 месяцев.

Учитывая изложенные факты, для начального этапа развития транспортной логистики в снабжении ОАО «РЖД» на плечах доставки поставщик-заказчик/главный склад и склады-заказчик целесообразно привлечение единого внутрихолдингового оператора. При этом не требуется дополнительное развитие инфраструктуры, а информационные системы могут быть синхронизированы на существующей базе.

В условиях дефицита собственных транспортных средств, относительных ограничениях в выборе способа доставки и отсутствия развитой инфраструктуры, возможно расширить использование внутренних ресурсов транспортно-логистического бизнес-блока ОАО «РЖД» и привлечь также АО «РЖД Логистика» для решения вопросов, связанных с организацией перевозки грузов от поставщиков и складов до заказчиков ОАО «РЖД» [2].

В структуре АО «РЖД Логистика» есть 12 филиалов, обособленные подразделения и дочерние общества, расположенные в России и за рубежом. Также существует обширная сеть клиентов и партнеров (порядка 3700) [4]. Основные преимущества АО «РЖД Логистика» для снабжения ОАО «РЖД» следующие:

- АО «РЖД Логистика» – это крупнейшая сетевая компания, работающая в сегменте логистического аутсорсинга промпредприятий с развитой клиентской базой и базой поставщиков услуг;
- благодаря подобному сотрудничеству возможна оптимизация бюджета на логистику за счет снижения затрат на транспорт, а также разработка оптимальных логистических решений;

- привлечение АО «РЖД Логистика» будет способствовать высвобождению ресурсов ОАО «РЖД» и концентрации усилий на производстве (в данном случае – поиск поставщиков с лучшей ценой на МТР);
- возможность осуществления комплексного обслуживания (оформление перевозочных документов оплата тарифа; функции грузоотправителя и грузополучателя; взаимодействие с перевозчиками, стивидорами, портами);
- прозрачность при формировании транспортных расходов;
- получение готового IT решения;
- получение синергетического эффекта для компании без дополнительных инвестиционных расходов.

Важным преимуществом для ОАО «РЖД» в данном сотрудничестве видится использование имеющихся у АО «РЖД Логистика» IT-решений для управления логистическими процессами: РЖДЛ-навигатор, RZDL Cargo.

РЖДЛ-навигатор – это единая система управления транспортом. Основные особенности РЖДЛ-навигатора и его преимущества для внешнего и внутреннего клиента компании заключаются в следующем: возможности интеграции с различными информационными системами, возможность гибкой адаптации продукта, возможность управлять внутренней и внешней логистикой предприятия, большие возможности для анализа отчетности.

RZDL Cargo – это омниоканальная платформа, для обработки всех обращений клиентов. RZDL Cargo обладает следующими характеристиками: единая система, формирующая единое информационное пространство, возможность финансового контроля, возможность планирование ресурсов и оптимизационных решений, инновационность.

Необходимо отметить и преимущества сотрудничества по вопросу оказания услуг доставки продукции ОАО «РЖД», которые получит при этом АО «РЖД Логистика» при интеграции в систему снабжения ОАО «РЖД»:

- расширение базы потенциальных клиентов (поставщики продукции);
- увеличение объемов перевезенных грузов;
- выстраивание большего количества оптимальных маршрутов при организации сборных и мультимодальных отправок.

Список использованных источников:

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Логистика снабжения: Учебник для вузов. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. – ПИТЕР, 2018.
2. Борисова В.В. Формирование института логистических операторов: учебное пособие / В.В.Борисова; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. коммерции и логистики Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2013.

3. Концептуальные проблемы теории и методологии логистики: учебное пособие / В.В.Щербаков, Т.Г.Шульженко, О.Д.Коль, С.Ю.Шевченко; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. логистики и упр. цепями поставок Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2021.

4. Официальный сайт компании АО «РЖД Логистика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://company.rzd.ru/ru/9349/page/105554?id=679> (Дата обращения: 10.04.2024).

5. Щербаков В.В. Цифровая логистика – ключ к трансформации кооперированных цепочек // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – №6(138). – С. 132-137.

УДК 331.103

Ситова Полина Владимировна

Sitova Polina Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственное и муниципальное управление»

Master program “State and Municipal administration”

e-mail: apolina903@mail.ru

РАЗВИТИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА С ДРУЖЕСТВЕННЫМИ СТРАНАМИ АЗИИ

DEVELOPMENT OF COOPERATION OF SAINT-PETERSBURG WITH FRIENDLY ASIAN COUNTRIES

Аннотация: Статья посвящена анализу деятельности Комитета по внешним связям Санкт-Петербурга в рамках реализации и развития сотрудничества Санкт-Петербурга со странами Азии, прежде всего, с Социалистической Республикой Вьетнам. Исследованы актуальные направления взаимодействия, заключенные и планируемые к подписанию Соглашения. Изучены основные совместные мероприятия, проведенные в 2023 г. Определены основные проблемы и проанализированы перспективы российско-вьетнамских отношений.

Abstract: The article is devoted to the consideration of the activities of the Committee for External Relations of St. Petersburg in the framework of the implementation and development of cooperation between St. Petersburg and the Socialist Republic of Vietnam. The current areas of interaction, concluded and planned for signing of the Agreement, have been studied. The main joint events held in 2023 were studied. The main problems were identified and the prospects for Russian-Vietnamese relations were analyzed.

Ключевые слова: Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга, Вьетнам, Соглашения о сотрудничестве, торгово-экономические отношения.

Keywords: Committee for External Relations of St. Petersburg, Vietnam, Cooperation Agreements, trade and economic relations.

Сегодня Санкт-Петербург, как один из ведущих городов России, обладающий значительным внешнеторговым, культурно-гуманитарными и туристическим потенциалом активно развивает внешние связи с Юго-Восточной Азией, в частности с Социалистической Республикой Вьетнам. Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга, как орган исполнительной власти, задача которого реализовывать и проводить государственную политику Санкт Петербурга в сфере развития внешних связей [1], занимается активной работой по сотрудничеству с Вьетнамом, начиная с середины 2017 года.

Большинство важных и масштабных инициатив Комитета по работе с вьетнамскими партнерами получают одобрение и поддержку со стороны центрального аппарата МИД России и Управления Президента РФ по внешней политике (далее – Управление Президента), а отчеты о проделанной работе и аналитические доклады на ежеквартальной основе направляются Губернатору, членам созданной в 2018 году межведомственной рабочей группе по сотрудничеству с Вьетнамом, а также по необходимости, но на регулярной основе, в Третий департамент Азии МИД России.

С 2020 года по решению Губернатора Санкт-Петербурга Александра Беглова Вьетнам стал приоритетным направлением внешних связей города. С 2020 года до сегодняшнего момента установлены и успешно развиваются связи в сфере здравоохранения, туризма, IT технологий, высшего образования. Не менее важным показателем уровня взаимодействия между странами и городами является наличие или отсутствие Меморандумов о сотрудничестве. В рамках деятельности Комитета по внешним связям Санкт-Петербурга между Северной столицей России и Вьетнамом заключены следующие Соглашения:

- Соглашение о дружбе и сотрудничестве: с г. Хошимин (2005 год), с провинцией Кханьхоа (2007 год), с г. Хайфон (2006 год), между Администрацией Центрального района Санкт-Петербурга и Народным Советом города Шамшон провинции Тханьхоа (2019);

- Соглашение о сотрудничестве между Онкологическим центром г. Хошимина с ГБУЗ «Санкт Петербургский клинический научно-практический центр специализированных видов медицинской помощи (онкологический)» (2019);

- Соглашение о сотрудничестве между Архивным комитетом Санкт-Петербурга и Архивным департаментом Канцелярии Центрального исполнительного комитета Коммунистической партии Вьетнама (2021);

- Соглашение о сотрудничестве между Администрацией Выборгского района Санкт-Петербурга и Народным комитетом г. Тхудык (г. Хошимин) (2023);

- Соглашение о сотрудничестве между районом Канзе (г. Хошимин, с Кронштадтским районом Санкт-Петербурга (2023).

Если рассмотреть существующие Соглашения, то можно заметить, что активное сотрудничество происходит не только на уровне столиц и центральных районов государств, оно имеет масштабный характер и распространяется на разные города Вьетнама и районы Санкт-Петербурга и страны-побратима. Также на ближайшие годы запланировано подписание ряда новых Меморандумов Санкт-Петербурга с Ханоем и Хошиминном:

- Меморандум о взаимопонимании между Правительством Санкт-Петербурга и Народным комитетом Ханоя;
- Меморандум о намерениях между Законодательным собранием Санкт-Петербурга и Народным советом Ханоя;
- Меморандум о намерениях между Законодательным собранием Санкт-Петербурга и Народным советом г. Хошимина;
- Меморандум о взаимопонимании (МОВ) между Ассоциацией вьетнамских бизнесменов за рубежом и Вьетнамской бизнес-ассоциацией в России [4].

Одним из наиболее значимых элементов международных связей является экономическое сотрудничество. Известно, что в 2014 году внешнеторговый оборот составлял 837 млн. долл. США. Затем до 2019 года наблюдается ежегодный спад показателя внешнеторгового оборота до 34 млн. долл. США, а после периода Covid-19 внешняя торговля между Вьетнамом и Санкт-Петербургом вновь начала возрастать [5] и по данным 2022 года объем внешнеторгового оборота Санкт-Петербурга и Вьетнама в 2022 году составил 251,2 млн. долл. США. Экспорт в 2022 году относительно 2021 года уменьшился на 27 млн. долл. США и составил 21,9 млн. долл. США. В основном из Санкт-Петербурга осуществляется поставка фармацевтической продукции, древесины и изделий из неё, минерального топлива, отходов пищевой промышленности, средств наземного транспорта и прочих товаров. Кроме того, существуют большие перспективы в развитии сотрудничества в области судостроения, пищевой промышленности, фармацевтики, поставок медицинских приборов, информационных технологий, систем водоочистки и много другого [3].

Импорт товаров из Вьетнама в 2022 году относительно 2021 года увеличился на 78,4 млн. долл. США и составил 307,7 млн. долл. США (15-е место среди торговых партнеров Санкт-Петербурга в 2022 – 19-е, в 2021 – 26-е). Поставляется продукция машиностроения, электрические машины и оборудование, морепродукты, текстиль, готовые продукты из мяса и рыбы, каучук и резина, фрукты, рис, орехи и иные товары [2].

Анализируя сотрудничество между акторами, также необходимо рассматривать их культурно-гуманитарное сотрудничество. С 2014 по 2016 годы Санкт-Петербург проводил с вьетнамскими партнерами по одному мероприятию ежегодно, в 2017 году – 15, в 2018 году – 25, в 2019 году – 37, в 2020 году – 43, в 2021 году – 70, в 2022 году – 90, в 2023 году – 200. Всего

за указанный период город посетило 10 членов Политбюро Коммунистической партии Вьетнама (далее – КПВ), включая Президента, премьер-министра, главу Национального Собрания, министра обороны.

Особое внимание уделяется взаимодействию Комитета по внешним связям Санкт-Петербурга с вьетнамской общиной города, в частности, с молодежным крылом – Центральным комитетом Союза коммунистической молодежи имени Хо Ши Мина и ежегодно проводит 10-ки мероприятий. В настоящее время в городе насчитывается около 1200 граждан Вьетнама. Примерно 130 из них, объединены в общественную организацию «Вьетнамское землячество СПб», которая принимает активное участие в мероприятиях города и на постоянной основе сотрудничает с Комитетом.

В 2023/2024 учебном году в Санкт-Петербурге по образовательным программам высшего образования обучаются около 330 студентов Социалистической Республики Вьетнам в РГПУ им. А.И. Герцена, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», СПбГУ, СПбГЭУ, ИТМО, НИУ ВШЭ СПб и других ВУЗах. Помимо высшего образования развивается начальное и среднее образование, в рамках которого реализуется проект «Поддержка и развитие Центров открытого образования на русском языке и обучения русскому языку», систематически проводятся олимпиады и конкурсы на знание русского языка для вьетнамских студентов, подписываются десятки новых Соглашений о сотрудничестве между университетами Санкт-Петербурга и Вьетнама.

Несмотря на реализацию разнопланового взаимодействия, между Юго-Восточной страной и Северной столицей России существует ряд сложностей и проблем, касающихся, в первую очередь, торгово-экономической сферы и препятствующих более эффективному развитию отношений:

- главным торговым партнером Вьетнама является США; со стороны западного государства проводятся активные инвестиции, в отличие от России, в частности от Санкт-Петербурга;
- имеются транспортно-логистические проблемы: неудобные и дорогие логистические пути, уменьшение взаимной торговли из-за западных санкций;
- отсутствие прямого авиасообщения Санкт-Петербурга с Вьетнамом;
- боязнь со стороны Социалистической Республики Вьетнам получения вторичных санкций;
- трудности во взаимных платежах: малое количество готовых к сотрудничеству банков в странах, отключение российских банков от международной платежной системы SWIFT.

В рамках существующего на сегодняшний день миропорядка и геополитической борьбы России и Запада, данные проблемы в дальнейшем могут

нести еще более деструктивный характер во взаимоотношениях Санкт-Петербурга и Вьетнама, поэтому они требуют должного внимания и оперативного решения. В целях решения этих проблем могут быть предложены следующие действия общего и частного характера:

- разработка Правительством Санкт-Петербурга комплексного плана действий по основным направлениям совместной работы: промышленность, сельское хозяйство, энергетика, финансы, транспорт;
- создание в межправительственной комиссии новых рабочих групп – по транспорту и по цифровой трансформации;
- продвижение бизнесом цифровизации как альтернативного способа решения проблемы стоимости и скорости, а также стимулирования устойчивого развития;
- активное использование транспортного коридора «Север-Юг»;
- продолжение активной работы по культурному, образовательному и гуманитарному сотрудничеству.

Таким образом можно сделать вывод, что сегодня Вьетнам является значимым международным направлением Санкт-Петербурга, с которым есть достаточное количество общих точек пересечения и взаимно интересующих сфер деятельности. Однако, в 2024 году существуют вызовы в виде торгово-экономических и логистических проблем, затрудняющих динамичное сотрудничество в сфере экономики. Тем не менее, существуют возможные решения в виде разработки и внедрения новых комплексных мер по основным направлениям взаимодействия, пересмотра используемых транспортно-логистических путей и продолжение интенсивной работы по культурной, образовательной и гуманитарной линии для укрепления связей между Санкт-Петербургом и Вьетнамом, развития доверительных и партнерских отношений для реализации перспективных и взаимовыгодных проектов в будущем.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 13.01.2004 года №5 «О Комитете по внешним связям Санкт-Петербурга» (редакция, действующая с 1 января 2023 года) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/8387508> (дата обращения 04.04.2024).
2. В Санкт-Петербурге выразили заинтересованность в расширении деловых связей с Вьетнамом // Рамблер/финансы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/economics/51888762-v-sankt-peterburge-vyrazili-zainteresovanost-v-rasshirenii-delovyh-svyazey-s-vetnamom/> (дата обращения 04.04.2024).
3. В Хошимине прошла встреча членов Правительства Петербурга с заместителем председателя Народного комитета г. Хошимин Во Ван Хоаном // Комитет по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга [Электронный источник]. Режим доступа: <https://cipit.gov.spb.ru/press/news/81057/> (дата обращения 04.04.2024).

4. Делегация Санкт-Петербурга призывает вьетнамский бизнес инвестировать // Журнал Тхань Ниен [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vietnam.vn/ru/phai-doan-saint-petersburg-keu-go-doanh-nghiep-vn-dau-tu/> (дата обращения 04.04.2024).

5. Экспорт и импорт товаров из Санкт-Петербурга во Вьетнам «Все товары» // Ru-Stat [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru-stat.su/date-Y2016-2022/RU40000/export/VN> (дата обращения 04.04.2024).

УДК 331.103

Соловьев Владимир Владиславович

Solovyev Vladimir Vladislavovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Экономика и инжиниринг в организации»

Master program “Economics and engineering in the organization”

e-mail: solovew_vv01@mail.ru

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ТЯЖЕЛОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

TRENDS IN DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN HEAVY INDUSTRY

Аннотация: в статье изучены основные тенденции цифровизации бизнес-процессов на промышленных предприятиях, особое внимание уделено рассмотрению металлургической отрасли в контексте современных вызовов и возможностей, проведен анализ практического опыта внедрения отечественных разработок на промышленных объектах и оценена их эффективности.

Abstract: the article examines the main trends in the digitalization of business processes at industrial enterprises, pays special attention to the consideration of the metallurgical industry in the context of modern challenges and opportunities, analyzes the practical experience of implementing domestic developments at industrial facilities and evaluates their effectiveness.

Ключевые слова: Цифровизация, бизнес-процессы, санкции, тяжелая промышленность, металлургия.

Keywords: Digitalization, business processes, sanctions, heavy industry, metallurgy, development trends.

В настоящее время наблюдается стремительное развитие технологий, которые играют ключевую роль в модернизации промышленных предприятий. Особенно в секторе тяжелой промышленности предприятия все чаще прибегают к использованию новейших технологических решений с целью оптимизации производственных процессов, повышения качества продукции и общей эффективности. Внедряемые цифровые решения повышают

экономическую эффективность, в том числе за счет снижения затрат, при одновременном улучшении качества продукции.

Современная геополитическая конъюнктура оказывает значительное воздействие на различные отрасли промышленности, включая тяжелую промышленность. Введение экономических санкций приводит к серьезным ограничениям для предприятий в получении необходимых ресурсов, технологий и возможностей для сотрудничества. Как следствие осложняются процессы модернизации и развития производства в тяжелой промышленности, что в итоге может привести к снижению конкурентоспособности отрасли.

Ключевое место среди отраслей тяжелой промышленности принадлежит металлургической промышленности – как отрасли, обеспечивающей развитие других отраслей экономики. Продукция металлургической промышленности необходима для таких отраслей как машиностроение, автомобилестроение, судостроение, авиастроение, строительство и других отраслей, где металлы используются для создания основного оборудования и инфраструктуры.

Совершенствование производственных процессов с целью поддержания конкурентоспособных позиций металлургической промышленности является непростой задачей в связи с наличием характерных для металлургии сложных технологических процессов. К возможным решениям этой задачи можно отнести использование инновационных технологий цифровой трансформации промышленного производства. Именно цифровые решения сегодня открывают новые перспективы для оптимизации производственных процессов и повышения их эффективности. Как отмечает Прохорова И.С. [3], в российской металлургии наблюдается активное использование технологий Индустрии 4.0, включающих облачные вычисления, цифровых двойников, предиктивную аналитику, а также создание собственных экосистем и даже профильных маркетплейсов. Внедрение цифровых технологий вносит свои вызовы, включая вопросы кибербезопасности, доступности квалифицированных кадров и необходимость инвестиций в обновление инфраструктуры. Поэтому важно разработать комплексный подход к цифровизации, учитывающий все аспекты операционной деятельности и стратегические цели предприятий.

Сегодня металлургическая промышленность уже имеет достаточный опыт использования цифровых решений, так, например:

- *в процессах по добыче сырья* внедряются автоматизированные системы мониторинга и управления для оптимизации процессов добычи и обработки руды, используются дроны и дистанционные датчики для мониторинга состояния рудников и обнаружения потенциальных проблемных зон, применяются геоинформационные системы для планирования и оптимизации горнодобывающих операций;

- *в процессах плавки и литья* внедряются системы управления производственными процессами, позволяющие автоматизировать контроль и регулирование параметров плавки, а также обработку и отделку; используются цифровые двойники для моделирования процессов плавки и оптимизации работы печей;

- *в процессах обработки и отделки* внедряются системы автоматического управления оборудованием, позволяющие оптимизировать параметры обработки и повысить качество изделий; используются роботизированные системы для выполнения механической обработки с высокой точностью и повторяемостью;

- *в процессе контроля качества* внедряются системы машинного зрения для автоматизированного визуального контроля качества продукции на всех этапах производства; применяются алгоритмы машинного обучения для анализа данных контроля качества и выявления скрытых закономерностей, позволяя предсказывать возможные дефекты;

- *в процессах упаковки и отгрузки* внедряются системы автоматизированной упаковки с использованием роботизированных манипуляторов и машин для создания оптимальных упаковочных решений; используются технологии RFID и сканирование штрих-кодов для автоматической идентификации и отслеживания упакованных товаров в процессе логистики.

Реализация подобных цифровых решений нередко сталкивается с нехваткой квалифицированных кадров, несовместимостью информационных решений, высокими финансовыми издержками, возникающими вследствие реализуемой политики импортозамещения.

Рассмотрим несколько примеров внедрения цифровых решений на металлургических предприятиях. IT-корпорация «Малленом Системс» в сотрудничестве с партнером – компанией «Центр Автоматизации и Оптимизации Данных» – создала систему внутризаводской логистики и управления для крупнейшего металлургического предприятия ПАО «НМЛК», что по сути является цифровым двойником производства стали. На основе алгоритмов видеоаналитики система автоматически отслеживает положение и состояние кранов, сталеплавильных ковшей и вагонов для чугуна в двух цехах. Полученные данные используются для оптимального планирования и оперативной перезагрузки оборудования. Согласно заявлениям разработчиков, внедрение системы, основанной на использовании искусственного интеллекта, будет ежегодно давать экономический эффект в размере 100 млн руб. Ожидается уменьшение потребления электроэнергии, а также расходных материалов: графитированных электродов и алюминиевой катанки. Экономия ресурсов достигается за

счет сокращения времени, в течение которого металл находится в сталеплавильном ковше, на 7%. Данная технология была введена в эксплуатацию в 1 кв. 2023 г. Согласно данным отчетности ПАО «НЛМК», операционная прибыль предприятия в 2023 г. увеличилась на 100 млрд руб. по сравнению с 2022 г. (см. рисунок 1(а)).

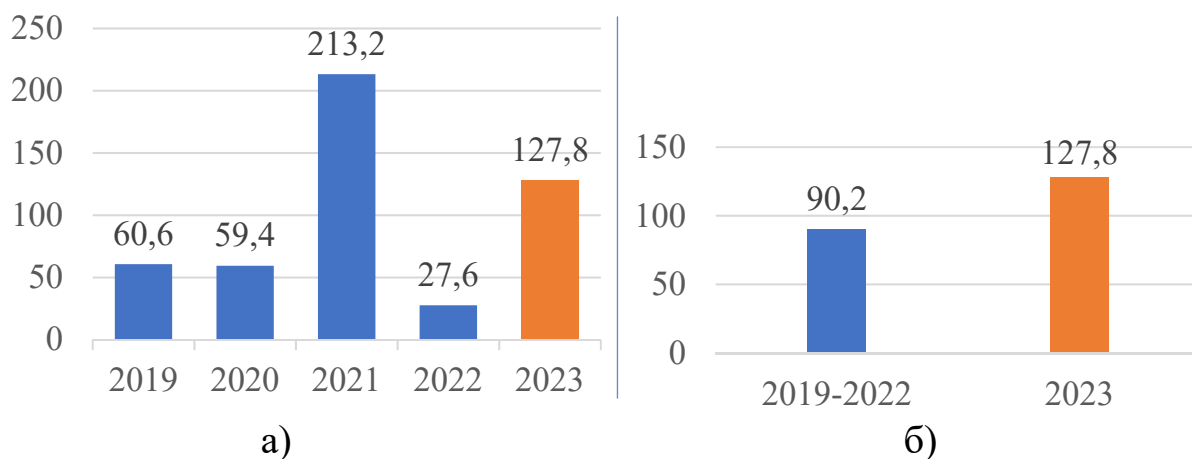
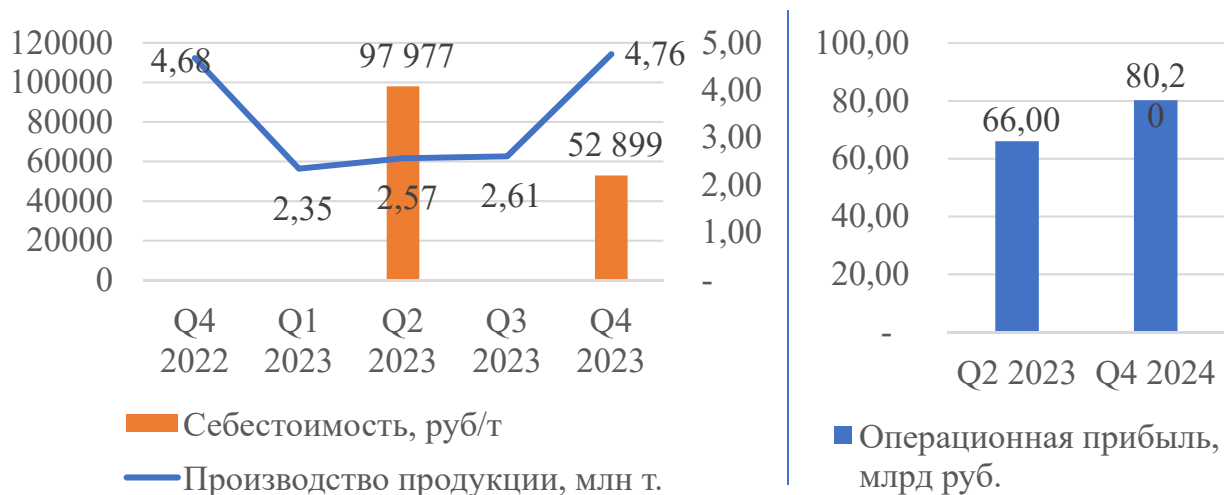


Рисунок 1 – Операционная прибыль ПАО «НЛМК» 2019-2023 г., млрд руб.

Однако, по мнению автора, данное сравнение является нерелевантным, т.к. период с 2019 г. по 2022 г. является нестабильным для экономики нашей страны. Поэтому, было принято решение рассчитать среднее значение операционной прибыли за 2019-2022 гг. и сравнить его с данными за 2023 г. (см. рисунок 1(б)). Как видно из графика, операционная прибыль увеличилась на 37,6 млрд руб. или на 42%. Полученные результаты коррелируют с внедрением цифрового проекта.

Второй пример, который мы рассмотрим, представляет собой систему, позволяющую обнаруживать и классифицировать дефекты на поверхности холоднокатаного металлопроката в производственном потоке. Цифровая интеграция в бизнес-процессы была осуществлена Магнитогорским металлургическим комбинатом (ПАО «ММК») совместно со специалистами предприятия «ММК-Информсервис» и ИТЦ «Аусферр» в сентябре 2023 г. Суть системы заключается в выявлении производственных ситуаций, связанных с нарушениями технологических параметров. Когда увеличивается риск получения продукции низкого качества, специалисты мгновенно получают оповещение. С помощью динамической технической карты они могут оперативно скорректировать параметры процесса. Подобная технология напрямую влияет на брак производства, а также длительность плавов, что напрямую влияет на себестоимость продукции. Так как данное решение является относительно новым для

предприятия, а также не в полной мере реализованным, было принято решение рассмотреть динамику квартальной отчетности ПАО «ММК» за 2023 г. Как показано на рисунке 2(а), объем производства готовой продукции в 4 кв. 2023 г. увеличился на 0,08 млн т. или на 2% в сравнении с 4 кв. 2022 г. При этом, себестоимость в 4 кв. 2023 г. снизилась относительно 2 кв. 2023 г. на 45 077 руб./т. или на 46% и составила 52 899 руб./т., Снижение себестоимости было получено за счет внедрения рассмотренного цифрового решения.



а) объем производства и себестоимость готовой продукции б) операционная прибыль

Рисунок 2 – Экономические показатели деятельности ПАО «ММК»

Также, как и в первом представленном проекте, операционная прибыль увеличилась в 4 кв. 2023 г. по сравнению со 2 кв. 2023 г. на 14,2 млрд руб. или на 22% (см. рисунок 2(б)). Полученные результаты позволяют сделать вывод, что внедренное цифровое решение способствовало развитию предприятия. На примере рассмотренных двух проектов крупнейших металлургических предприятий отмечается возрастающий тренд внедрения цифровых технологий в отрасль, что оказывает положительное влияние на бизнес-процессы предприятий.

Список использованных источников:

1. Трансформация металлургических заводов: роль инноваций и цифровизации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fabricators.ru/article/transformaciya-metallurgicheskikh-zavodov-rol-innovaciy-i-cifrovizacii> (дата обращения: 01.04.2024).
2. Умная сталь: как нейросеть помогает развивать металлургию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/08/09/2023/64f8a2219a794746be0720e9> (дата обращения: 01.04.2024).
3. Прохорова И.С. Цифровая зрелость металлургической отрасли России: драйверы и проблемы роста в новых геополитических условиях. Часть I. Оценка инновационного потенциала цифровой трансформации / И.С. Прохорова, В.С. Устинов, А.В. Елхова. – М.: «МИРБИС». – 2023. – 61-69 с.

**Спехов Нестор Иванович,
Бабин Эдгар Игоревич
Spekhov Nestor Ivanovich,
Babin Edgar Igorevich**

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные финансы и оценка бизнеса»

Master program "Corporate finance and business valuation"

e-mail: nekita.ukhov@mail.ru,

edgariness03@gmail.com

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ
В ФИНАНСИРОВАНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
КОРПОРАЦИЙ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ**

**STATE PARTICIPATION IN FINANCING
THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CORPORATIONS
IN THE NATIONAL ECONOMY.
STATE AND REGIONAL PROGRAMS**

Аннотация: ESG сегодня – глобальный тренд, который невозможно обойти стороной. В этой статье рассматривается, как государство способствует развитию и глубокому внедрению принципов устойчивого развития в корпорациях и менее крупных компаниях, какие программы существуют сегодня в России.

Abstract: ESG today is a global trend that cannot be ignored. This article examines how the state promotes the development and deep implementation of the principles of sustainable development in corporations and smaller companies, what programs exist in Russia today.

Ключевые слова: ESG, устойчивое развитие, государственная политика, государственные программы, региональное развитие.

Keywords: ESG, sustainable development, public policy, government programs, regional development.

Принципы ESG охватывают широкий спектр аспектов, связанных с окружающей средой, социальной ответственностью и управлением корпоративной деятельностью. Игнорирование этих принципов может повлечь за собой ряд рисков для государства и его экономики. Несоблюдение принципов охраны окружающей среды может привести к различным экологическим катастрофам, таким как разливы нефти, загрязнение воздушных и водных ресурсов, а также вымирание видов. Например, высокие выбросы загрязняющих веществ в атмосферу от промышленных предприятий могут ухудшить качество воздуха и способствовать развитию заболеваний дыхательной системы у населения.

Игнорирование социальных аспектов, таких как условия труда, рабочие права, может привести к социальным конфликтам, нестабильности на рынке труда, ухудшению качества жизни и увеличению неравенства. Это в свою очередь может ослабить социальную согласованность и устойчивость общества, что может повлечь за собой политическую нестабильность внутри страны.

В России одним из примеров управленческих рисков является неэффективное управление природными ресурсами, что может привести к перерасходу или нецелевому использованию природных богатств. Например, недавние скандалы вокруг незаконной лесозаготовки в ряде российских регионов подчеркивают необходимость усиления контроля и эффективного управления лесными ресурсами.

В общем и целом, обсуждая важность внедрения ESG-принципов, мы должны ориентироваться на реальные факты, а не выдумки разносторонних СМИ. А реальные факты таковы: сейчас появляется все больше научных доказательств, что климатические риски, изменения климата – не просто страшилки, а реальная угроза планете. Для экономики потепление несет не только физические риски, связанные непосредственно с климатическими изменениями, но и переходные риски, то есть возникающие в процессе перехода к низко углеродной экономике. Во всем мире наблюдается движение к углеродной нейтральности.

Несомненно, когда мы говорим о развитии внедрения философии ESG, и, кроме того, непосредственном его внедрении в российские компании, мы должны подразумевать, что ключевым игроком на этом поле должно стать государство. Остается вопрос: каким образом государство может содействовать компаниям на этом поле. Для этого, помимо государственных программ, у государства есть несколько рычагов воздействия. Так, согласно заявлению ВТБ Банка, государство должно предоставлять налоговые преференции тем, кто решает инвестировать в соответствующие фонды: «Для развития ESG-инвестиций необходимо повышение финансовой грамотности российского инвестора, стимулы для инвестиций в ESG-фонды. В качестве варианта можно было бы рассмотреть налоговые преференции для инвесторов в фонды ESG – например, сокращение срока владения паями для получения налогового вычета» – сообщил руководитель департамента брокерского обслуживания Владимир Потапов.

Сейчас существуют требования к различным отраслям, занимающихся как тяжелой, так и легкой промышленностью, но отсутствует полноценная выработанная программа, которую могли бы придерживаться все отрасли в целом. Как выход, многие компании начинают все чаще устанавливать для себя собственные требования и подходы к поддержанию климатического баланса в своей работе [1, с. 1].

Государство выделяет средства на научные исследования и разработки в области устойчивого развития, такие как разработка новых технологий, методов управления ресурсами и адаптации к изменению климата. Например, подобной работой занимается государственная корпорация ВЭБ.РФ. Она структурировала общий подход к определению участников возможного финансирования, а также выработала критерии, которым должны отвечать потенциальные получатели финансирования.

В России существует программы высшего образования, непосредственно связанные с работой в области ESG. Кроме того, разные компании организуют собственные курсы по обучению, связанному с внедрением принципов и закреплению подхода в работе с ними на собственной базе [2, с. 1].

В России существует целый комплекс программ, развитие которых протекает в рамках Национальных проектов РФ. Согласно Добровольному национальному обзору хода осуществления Повестки дня в области устойчивого развития планом модернизации и расширения магистральной инфраструктуры прямо или косвенно охвачены 107 из 169 задач устойчивого развития. При этом в соответствии с Гражданским обзором о реализации Целей устойчивого развития в России нацпроекты покрывают лишь 57 из 169 задач.

На сегодняшний день нацпроекты в большей степени коррелируют с социальным блоком ЦУР ООН, именно поэтому мы отдельно остановились на проекте «Экология» как «выбивающейся» составляющей ESG. Национальный проект «Экология» включает в себя ряд мероприятий по обеспечению экологической безопасности, в том числе по улучшению качества воды и воздуха, очистке загрязненных территорий и созданию экологически чистых зон. Одной из целей проекта является сокращение вредного воздействия на окружающую среду и улучшение экологической ситуации в стране. В рамках данного Национального проекта реализуется ряд инициатив, направленных на решение важнейших проблем в области экологии и природопользования.

Инициатива «Чистая страна» направлена на ликвидацию несанкционированных свалок и дальнейшую рекультивацию освобожденных территорий. В перспективе также планируется ликвидация брошенных промышленных свалок. Инициатива «Чистый воздух». Результатом реализации этой инициативы должно стать значительное сокращение загрязняющих выбросов промышленных предприятий при помощи установки высокотехнологичного очистительного оборудования, а также улучшении экологической обстановки в самых загрязненных городах России, таких как Братск, Челябинск, Магнитогорск и др.

Способы взаимодействия государства и частного бизнеса в рамках реализации нацпроектов не формализованы, при этом это не значит, что их

нет. Например, существует Рэнкинг вклада бизнеса и НКО в реализацию нацпроектов, в рамках которого есть возможность оставить заявку на реализацию совместного проекта. Кроме того, для реализации нацпроектов можно использовать механизм государственно-частного (например, программа непрерывного образования «Школа-вуз-предприятие» Роснефти) и муниципально-частного партнерства. Сейчас интерес со стороны бизнеса и НКО к участию в нацпроектах в 2021 году вырос.

В 2024 году завершится республиканский проект рекультивации иловых полей. Вся работа проводится за счет госфинансирования: 81% – федеральный бюджет, 19% – средства из бюджета Татарстана. В итоге – 8,125 млрд рублей. Численность населения, качество жизни которого улучшится в связи с ликвидацией объекта накопленного вреда окружающей среде, – 1,25 млн человек. На реализацию проекта «Оздоровление Волги» до 2024 года будет направлено около 18 млрд рублей, в том числе 13 млрд рублей будет выделено из федерального бюджета. Основная цель проекта – улучшение экологического состояния Волги за счет сокращения объема загрязненных сточных вод [3, с. 2]. К 2030 году регион планирует снизить выбросы парниковых газов на 40%, а к 2050 году – выйти на полную углеродную нейтральность. По словам главы Агентства инвестиционного развития Татарстана Талии Минуллиной, Турецкая компания VTK Global планирует построить несколько ветроэлектростанций (ВЭС) на территории Татарстана.

Сахалинская область первой разработала и утвердила программу проведения эксперимента по ограничению выбросов парниковых газов. Программа проведения эксперимента включает в себя комплекс мер социально-экономического развития, направленных на сокращение уровня выбросов парниковых газов и увеличение их поглощения, а также ожидаемый срок достижения участником эксперимента углеродной нейтральности не позднее 31.12.2025.

В декабре 2022 года корпорация развития Дальнего Востока и Арктики (КРДВ) подписала соглашение с компанией «Евразлес», которая планирует создать в Сахалинской области современное деревообрабатывающее производство. Объем привлеченных в экономику региона инвестиций превысит 13 миллиардов рублей, на предприятии получат работу 239 местных жителей. Заготовка леса в объеме около 800 тысяч кубометров в год будет вестись на территории Тымовского района с применением колесной экологически безопасной сортиментной технологии [4, с. 1].

В Москве реализуется стратегия «Умный город – 2030», одним из ключевых направлений которой являются безопасность и экология. В 2022 году Москва снизила выбросы парниковых газов более чем на 1,2 млн тонн за счет замены устаревших котельных новыми ТЭЦ. Ввод высокоэффективных генерирующих мощностей и вывод устаревшего, выработавшего свой

ресурс оборудования позволил существенно снизить выбросы в атмосферу, повысить эффективность использования топлива. Выбросы парниковых газов производственными объектами «Мосэнерго» снижены на 25% от уровня 1990 года [5, с. 1].

Список использованных источников:

1. Компании все чаще устанавливают собственные климатические цели // RG.RU Новости [Электронный ресурс] – URL: <https://rg.ru/2022/10/20/eshche-sovsem-zelenye.html> (дата обращения: 13.04.2024).
2. Образование в сфере ESG: возможности развития для сотрудников и бизнеса // Ecostandard.journal [Электронный ресурс] – URL: <https://journal.ecostandard.ru/esg/ustoychivoe-razvitie/obrazovanie-v-sfere-esg-vozmozhnosti-razvitiya-dlya-sotrudnikov-i-biznesa> (дата обращения: 14.04.2024).
3. Об "Оздоровлении Волги" // Постановление Государственного Совета Республики Татарстан [Электронный ресурс] – URL: https://gossov.tatarstan.ru/file/gossov/docs/regulation_22830.pdf (дата обращения: 14.04.2024).
4. На Сахалине создадут современное лесоперерабатывающее предприятие // ИА АСТВ [Электронный ресурс] – URL: <https://astv.ru/news/society/2022-12-19-na-sahaline-sozhdut-sovremennoe-lesopererabatyvayushee-predpriyatie> (дата обращения: 15.04.2024).
5. Москва за год сократила выбросы парниковых газов на 1,2 млн тонн за счет модернизации энергосистемы // Информационный Центр Правительства Москвы [Электронный ресурс] – URL: <https://icmos.ru/news/moskva-za-god-sokratila-vybrosy-parnikovyx-gazov-na-12-mln-tonn-za-schet-modernizacii-energосистемы> (дата обращения: 16.04.2024).

УДК 364.464

Стец Анна Александровна
Stets Anna Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Организация и управление в социальной работе»
Master program “Organization and management in social work”
e-mail: aastets2002@gmail.com

**ПРОБЛЕМЫ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ
В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ**

**PROBLEMS OF THE COMMUNICATION PROCESS
IN SOCIAL WORK**

Аннотация: в статье указаны основные проблемы во внутренних и внешних коммуникациях в социальной работе и пути их решения. Раскрыта роль коммуникаций в социальной работе.

Abstract: The article identifies the main problems in internal and external communications in social work and ways to solve them. The role of communications in social work is revealed.

Ключевые слова: социальная реклама, коммуникации, социальная работа.

Keywords: social advertising, communications, social work.

Коммуникации играют важнейшую роль в любой сфере, и социальная работа не является исключением. Коммуникации бывают внутренними и внешними. Внешняя коммуникация – это коммуникация с внешней средой, которая находится за пределами организации. Задачи внешней коммуникаций – удовлетворить информационные потребности организации, наладить связи с государственными органами, общественностью, поставщиками, клиентами. Внешние коммуникации могут представлять собой образ в средствах массовой коммуникации и отражать ценности организации в социальной рекламе [1, с. 74].

Внутренние коммуникации представляют собой набор инструментов, способов и каналов взаимодействия людей в компании. Внутренние коммуникации можно увидеть непосредственно в межличностном общении между сотрудниками и начальством, между сотрудниками в коллективе. Любая коммуникация требует профессионального подхода. Эффективные коммуникации приводят к положительному результату. Однако бывают и неэффективные, при которых передаваемая информация может быть неверно воспринята обществом или конкретным человеком.

Наиболее распространённые проблемы во внешних коммуникациях следующие:

1) Недоступность информации. Информация бесполезна, если аудитория не способна её корректно воспринимать. Информация должна содержать в себе такие аспекты как понятность, актуальность и полнота.

2) Неэффективное привлечение спонсоров для некоммерческих организаций. К некоммерческому сектору относятся все организации, которые создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных и научных целей, для охраны здоровья граждан, развития физической культуры, разрешения споров и конфликтов. Они занимаются заботой о малообеспеченных, больных, социально-неблагоприятных гражданах, занимаются трудовой и образовательной деятельностью.

Для эффективного фандрайзинга нужно сформировать благоприятный имидж, для этого нужна финансовая отчетность, которая позволяет спонсорам быть уверенными, что вклад будет использован по назначению. Кроме того, для того чтобы завоевать доверие и приобрести сторонников, важна известность. Благотворитель гораздо чаще и с большим желанием предоставляет ресурсы тем, чья деятельность им знакома, поэтому также необходимо обратить внимание на название, слоган и логотип. Эти атрибуты позволяют четко идентифицировать компанию и способствуют ее узнаваемости. Также, обязательно нужно популяризировать социально-значимые идеи организации, создавать социальную рекламу.

3) Неэффективная социальная реклама. Социальная реклама представляет собой вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума. Социальная реклама, как и любая другая реклама, должна привлекать внимание и оставаться в памяти потребителя. Она должна быть доступной, понятной, читаемой и этичной. Данная реклама может размещаться на различных носителях, иногда одновременно на нескольких [4, с. 797].

Для эффективности социальной рекламы, чтобы её корректно воспринимало общество, ей следует соответствовать определённым характеристикам. Социальная реклама на наружных носителях должна вписываться в городской ансамбль, размещаться в местах с высокой концентрацией населения, иметь яркий и лаконичный дизайн для видимости с больших расстояний. Эффективность наружной рекламы хорошо видна в её ненавязчивости, люди не любят, когда им что-то рекламируют. Поэтому самые успешные рекламные кампании апеллируют к эмоциям и маскируются под впечатления. Но некоторые бренды навязчивы и рассматривают рекламные возможности, которые могут быть предпочтительнее, например, всплывающие окна на смартфоне, не осознавая, что иногда легче доминировать в пространстве в течение нескольких секунд срочности. Например, когда человек смотрит видео на YouTube, кнопка пропуска предварительной прокрутки появляется через 5 секунд. Однако, если он застрянет в пробке по дороге на работу, водитель с большей вероятностью заметит рекламный щит. И сделает он это добровольно, потому что альтернативных развлечений у него нет [5, с. 130].

Социальная реклама на телевидении очень эффективно влияет на формирование общественного мнения, ролик должен быть эмоциональным. Эффект присутствия, синхронности, причастности зрителя к событиям, происходящим на экране телевизора, заставляет верить в подаваемый материал. Социальная реклама на радио предполагает, как правило, информационный текст, зачитываемый диктором или разъяснительные беседы, в которых тема раскрывается во всех аспектах. Радио оказывает только звуковое воздействие. Речь по радио является средством эмоционального воздействия (через интонации, смысловые паузы, акцент, порядок расстановки слов, музыку, шумы) и средством интеллектуального воздействия (смысл слов). Радио имитирует прямое общение с людьми. Социальная реклама в интернете имеет много форм, она может выходить на тематических видеоблогах, социальных сетях организаций, Интернет-СМИ.

4) Отсутствия информации. Отсутствие внешних коммуникаций порождает отсутствие информации, дефицит информации приводит к слухам, отсутствию доверия к организации. Также это может привести к отсутствию внимания общества к социально-значимым проблемам.

Наиболее распространённые проблемы во внутренних коммуникациях:

1) Отличие взглядов клиента или сотрудника с нормами оказания помощи. В социальной работе коммуникация является целенаправленным процессом взаимодействия социального работника и клиента, с помощью которого профессионал осуществляет сбор информации о трудной жизненной ситуации клиента [6, с. 28].

2) Отсутствие корпоративной культуры. Корпоративная культура – это лицо компании. Это совокупность деятельности сотрудников, процессов и рабочей среды для достижения общих целей. Некоммерческие организации имеют ограниченный кадровый ресурс, если не будут создаваться условия, укрепляющие кадровый потенциал, организация не будет развиваться. Корпоративная культура должна привлекать профессионалов, разделяющих идеологию компании.

3) Отсутствие системы внутренних коммуникаций. Система внутренних коммуникаций представляет собой совокупность информационных каналов, позволяющих передавать сведения делового, интеллектуального и эмоционального содержания внутри организации между сотрудниками.

Основными критериями оценки эффективности системы внутренних коммуникаций являются:

1. количество коммуникационных каналов;
2. качество выполнения совместных работ, требующих усилий разных подразделений компании одновременно;
3. количество промежуточных звеньев при передаче информации;
4. своевременность распространения информации;
5. адекватность применения информационных каналов сферы деятельности предприятия;
6. наличие баланса между вертикальными и горизонтальными коммуникациями внутри компании, между документированной (формальной) информацией и вербальными средствами;
7. состояние социально-психологического климата в коллективе;
8. количество распространяемых неформальных коммуникаций (слухов).

Таким образом, можно сделать вывод, что изучение коммуникационных проблем и путей их решения очень важно для повышения эффективности в социальной работе.

Список используемых источников:

1. Вострикова Т.П. Основные теоретические подходы к решению проблем практики социальной работы // Интерактивная наука. – 2016. – № 1. – С. 73-75.
2. Ильчук Е.И. Социальная работа как способ налаживания контактов в обществе // Коллоквиум-журнал. – 2019. – № 16-4 (40). – С. 43-45.

3. Король А.Н. Корпоративная (имиджевая) реклама как коммуникационный инструмент формирования имиджа и деловой репутации компании // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2017. – № 4-5 (90-91). – С. 92-103.

4. Курбанов М.М. Роль и эффективность рекламы // Экономика и социум. – 2021. – 6(85) ч.2. – С. 794-800.

5. Социология / А.Н. Асадов, В.Ю. Забродин, М.А. Петров, К.А. Прозоровская; Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, Кафедра социологии и управления персоналом. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2009. – 206 с. – ISBN 978-5-7310-2466-2. – EDN QOKLNP

УДК 339.923

Талайко Ян Сергеевич

Talayko Yan Sergeevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международная экономика»

Master program “International economy”

e-mail: yan.talaiko@mail.ru

МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ЗА РУБЕЖОМ

INTERNATIONAL INVESTMENT ACTIVITIES OF RUSSIAN COMPANIES ABROAD

Аннотация: в данной статье рассматривается инвестиционная деятельность российских компаний за рубежом, а также последствия введения ограничений и санкций в отношении Российской Федерации и их влияние на ведение бизнеса.

Abstract: This article examines the investment activities of Russian companies abroad, as well as the consequences of the introduction of restrictions and restrictions in relation to the Russian Federation and their impact on doing business.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, торговля, стратегии выхода, зарубежные рынки.

Keywords: foreign economic activity, trade, exit strategies, foreign markets.

Инвестиционная деятельность компаний за рубежом носит комплексный характер и включает в себя стремление диверсифицировать риски, найти новые возможности для роста и развития на более емких внешних рынках, получить доступ к передовым технологиям и управленческим практикам, воспользоваться более благоприятными налоговыми и регуляторными условиями, а также укрепить свои позиции на внешних рынках,

наращивая экспортный потенциал, что в совокупности способствует повышению эффективности и долгосрочной устойчивости бизнеса компаний в условиях усиливающейся глобальной конкуренции. Более того, выход на зарубежные рынки позволяет сибирским предприятиям диверсифицировать свои источники дохода, снизить зависимость от локальной экономической ситуации и лучше реагировать на меняющиеся рыночные условия, что особенно важно в периоды экономической нестабильности.

Текущая экономическая обстановка на российском рынке характеризуется значительной неопределенностью и рядом серьезных вызовов. После периода относительной стабильности и роста в предыдущие годы, российская экономика в настоящее время сталкивается с целым комплексом проблем. В сложившихся условиях перспективы развития российского рынка выглядят неоднозначными. С одной стороны, государство, например, предпринимает меры по импортозамещению, поддержке отечественных производителей и диверсификации экономики. С другой стороны, геополитические риски и структурные ограничения сохраняются, что сдерживает приток инвестиций и инновационное обновление экономики.

Особенности инвестиционной деятельности российских компаний за рубежом обусловлены как общими тенденциями интернационализации бизнеса, так и специфическими факторами, связанными с положением России в современной геополитической и экономической системе координат. Российские компании, подобно своим зарубежным конкурентам, стремятся к географической экспансии, поиску новых рынков сбыта, доступу к передовым технологиям и компетенциям. Зарубежные инвестиции рассматриваются как ключевой инструмент повышения конкурентоспособности и обеспечения долгосрочной устойчивости бизнеса. Однако, российские компании сталкиваются с определенными барьерами и ограничениями при осуществлении инвестиций за рубежом. Это связано, в первую очередь, с геополитической напряженностью и введенными в отношении России международными санкциями. Данные факторы снижают доверие к российскому бизнесу, ограничивают его доступ к внешнему финансированию и сотрудничеству с зарубежными партнерами. Кроме того, российские компании нередко сталкиваются с проблемами, связанными с недостаточным опытом ведения бизнеса на зарубежных рынках, языковыми и культурными различиями, необходимостью адаптации к местному регулированию. Это требует дополнительных затрат на изучение специфики новых юрисдикций и построение эффективных систем управления. Тем не менее, российские компании продолжают активно расширять свое международное присутствие, используя как традиционные, так и новые, более гибкие формы зарубежных инвестиций. Это позволяет им диверсифицировать риски, получить доступ к перспективным рынкам и технологиям, а также укрепить свои конкурентные позиции в условиях глобальной экономической нестабильности.

На данный момент можно выделить несколько основных направлений инвестирования российского бизнеса за рубежом включают в себя несколько ключевых сфер:

Сырьевой сектор. Российские компании, работающие в добыче и переработке природных ресурсов (нефти, газа, полезных ископаемых), активно вкладывают средства в зарубежные активы с целью расширения сырьевой базы и увеличения объемов производства. Данное направление является традиционно приоритетным для российских инвесторов.

Обрабатывающая промышленность. Российские производственные предприятия, стремясь повысить свою конкурентоспособность, вкладывают средства в создание или покупку зарубежных производственных мощностей, что позволяет им получить доступ к новым технологиям, рынкам сбыта и ноу-хау.

Высокотехнологичные сектора. Российские компании, работающие в сфере информационных технологий, биотехнологий, робототехники и других наукоемких отраслях, активно инвестируют в зарубежные стартапы и инновационные центры с целью заимствования передовых разработок и ноу-хау.

Финансовый сектор. Российские банки и инвестиционные компании открывают дочерние структуры и представительства в различных странах мира для диверсификации источников доходов, выхода на новые рынки капитала, а также для обслуживания внешнеторговых операций российских компаний.

Сфера услуг. Российские компании, работающие в области логистики, туризма, образования и других сферах, инвестируют в зарубежные активы с целью расширения географии своего присутствия и повышения качества обслуживания клиентов.

Таким образом, география и отраслевая структура зарубежных инвестиций российского бизнеса отражают стремление отечественных компаний к диверсификации, повышению эффективности и укреплению своих конкурентных позиций на глобальных рынках. Яркими представителями бизнеса будут являться такие компании как:

- «Иркутскэнерго» – один из лидеров по экспорту электроэнергии в Монголию. Компания участвует в строительстве ТЭЦ и ГЭС, развивает энергетическую инфраструктуру.

- СУЭК – крупнейший в РФ экспортер угля. Ведет добычу угля в Австралии, Монголии, США, ЮАР. Планирует расширение мощностей на мировом рынке.

- Сибуглемет – экспортирует уголь в Китай, Японию, Южную Корею. Рассматривает проекты по совместной добыче угля в Монголии.

- НЛМК – строит заводы по производству горячекатаного проката в США и Бельгии, расширяет мощности на Балканах.

- Газпром нефть-Сибирь – реализует проекты добычи нефти в Ираке и Вьетнаме, участвует в нефтепроводах.
- ОАК – создает сборочные производства летательных аппаратов в Китае, Турции, сотрудничает с Airbus.

После падения показателей в связи с введением санкций и экономических ограничений, крупные сферы российского бизнеса смогли вернуть и нарастить свои доли на мировых рынках за счёт переориентации на дружественные рынки.

Список использованных источников:

1. Евсеева Юлия Владимировна Инвестиционная деятельность иностранных ТНК в России // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnaya-deyatelnost-inostrannyh-tnk-v-rossii> (дата обращения: 08.01.2024).
2. Васильев А.С., Козлов А.С. Российские финансовые институты и международная инвестиционная деятельность // Финансовый журнал. 2017. №5.
3. Лавриненко Е.В., Кармазина Т.В. Международная инвестиционная деятельность российских ТНК: цели и результаты // Вестник МГИМО. 2020. №2.
4. Марченко А.В. Стратегические особенности прямых иностранных инвестиций российских ТНК // Экономические стратегии. 2019. №1.
5. Рыжкин А.В. Российские ТНК за рубежом: инвестиционная активность и проблемы // Институт мировой экономики и политики. 2019.

УДК 336.051

Тимофеев Андрей Юрьевич
Timofeev Andrei Yurevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление рисками и контроллинг»

Master program “Risk management and controlling”

e-mail: profinancerus@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ В КОМПАНИЯХ, ИМПОРТИРУЮЩИХ ПРОДУКЦИЮ В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ

FEATURES OF FINANCIAL RISK MANAGEMENT OF COMPANIES IMPORTING PRODUCTS INTO THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: в статье проводится анализ основных рисков, которые возникают при выполнении договорных обязательств между компаниями иностранными производителями промышленной продукции и дистрибьюторами в Российской Федерации в

условиях санкционной политики последних нескольких лет, а также описан опыт преодоления финансовых рисков компании, импортирующей морепродукты на Российский рынок в период с 2022 по 2024 год.

Abstract: The article analyzes the main risks arising when performing contractual obligations between companies of foreign manufacturers of industrial products and distributors in the Russian Federation under the conditions of the sanctions policy of the last few years. The article also describes the experience of overcoming the financial risks of the company importing seafood on the Russian market in the period from 2022 to 2024.

Ключевые слова: Риск-менеджмент, санкционная политика, финансовые риски, таможенные риски, дистрибуция в РФ

Keywords: Risk management, sanctions policy, financial risks, customs risks, import to Russia

The sharp changes in the industrial policy of the Russian Federation caused by foreign policy changes and the application of sanctions policies by the world's major suppliers of industry have led to internal shock in the Russian import market. As noted in the 2022 report of the NIU HSE [7], the Russian market still remains dependent on foreign value added in critical industries. This trend is most pronounced in the final consumption of textiles, pharmaceuticals, electronics and automobiles, where imports account for over 50 %. The situation in the metallurgy, paper and chemical industries is better, but in some production chains import substitution still cannot cover 30% to 50% of domestic demand.

The main sources of value added imports until 2022 were EU countries, North America and China. Dependence on a limited number of suppliers creates additional risks for the long-term sustainable development of the Russian economy [7]. In the context of the foreign policy crisis, direct access to the markets of the countries that supported the sanctions policy against Russia has actually been closed. The most vulnerable sectors were the EU, US and Canada: manufacturing (20%), pharmaceuticals (35%), engineering and equipment (40%), electronics (23%), chemistry (20%) [7]. But the most difficult situation has arisen in those industries, where the import of high-tech equipment depends on the production of the main export goods of the Russian Federation goods. The oil and gas sector, which accounts for about 34% of Russia's federal budget revenues, and up to 54% of Russia's long-term economic growth, are the most serious risks. Equipment for this sector of the economy (oil and gas exploration and drilling technologies) is mainly produced in the USA, EU and Canada.

In these circumstances, the main threats to import companies are concentrated in four groups of risks: risks of foreign partnership, contractual risks, import risks in foreign exchange operations and customs risks. A common trend for all risk groups is to increase the likelihood of non-performance by the counterparty or companies involved in the supply or payment chain. The main reasons for this situation are internal shortcomings in the delivery system and the influence of the foreign policy environment, which makes adjustments to currency transactions and leads to tightening of the import legislation.

After the imposition of sanctions in 2022, many foreign companies had to give up direct cooperation with Russian counterparts. With high levels of import value added in Russian exports, each side found workarounds to overcome the crisis. This led to a more complicated system of contractual relations, involvement in the process of performance of obligations of third parties and companies, as well as an increase in threats from fraudulent actions of all agents involved in the process of purchase and delivery of goods to the Russian Federation. For Russian companies, the risks of a foreign partnership, first of all, took the following form: partner companies may engage in fraudulent activities; the terms of the contract can be drawn up so that their terms can be interpreted in two ways; very often the problem becomes a lack of understanding of the terms and conditions of the foreign party to the transaction and the main contract; different “culture” of interpretation of the rights and respect of the parties; also complexity is introduced by the rapid change in the rules for formalizing business relations with foreign counterparties; as well as the risks that the first contract with a new, unfamiliar, foreign partner contains.

Contractual risks, as in the period up to 2022, on the one hand, focus on the selection of the type of contract and the conclusion of preliminary agreements, and, on the other hand, complicating the conditions for complying with the instructions of the supervisory bodies of the Russian Federation and the use of explanatory materials by competing bodies of the Russian Federation. The challenge for many companies was to align the terms and wording of existing or newly concluded contracts with changes in legislation, as well as to assume the possible financial implications of the terms specified in the contract.

The forced failure of the banking system to make fast payments to SWIFT led to the involvement of additional players from the importer to the supplier. Due to this, the time gap between the date of the contract and performance of payment obligations under it has increased significantly. Also among the most common risks in foreign exchange transactions at the present time include the bank’s refusal to service the contract, caused by the impossibility of conducting a foreign exchange transaction due to difficulties in identifying the foreign exchange transaction. Correspondent banks are not ready to risk their reputation and suffer losses from fines for currency offenses and measuring economic pressure from politically engaged players. Payments for transactions should be as transparent as possible. All this led to the inevitable complication of the bureaucratic system when collecting and submitting documents to the bank.

Another problem faced by Russian companies, becomes more complicated directly logistics system of movement of goods from the country of manufacture. The highest risks are when passing customs control; the goods may not be delivered to the customer for the following reasons. Firstly, customs authorities may refuse to issue a customs declaration. Secondly, during the preparation process, doubts may be raised by the clauses of the contract under which the goods must be imported, which will lead to the suspension of registration. Thirdly, a number of problems are

caused by changes in the price of goods during the clearance process, which also depends on increased customs duties. Also a risk is the discontinuation of production of goods when importing into the Russian Federation without the corresponding permission of the right holders of trademarks; violation of the contract to obtain tariff advantages for imports; the presence in the contract of conditions causing difficulties at the customs (the requirement to provide certificates and papers specified in the contract, etc.). As in the case of foreign exchange transactions, the importing company may be subject to heavy penalties for customs offences, which makes the execution of obligations extremely risky.

Of course, one of the main issues in commercial transactions is the accounting of tax risks. Features of goods import after 2022, force all parties interested in the performance of the contract to take into account the risks associated with the possible incorrect calculation of the VAT rate, the refusal to return funds, as well as the addition of VAT, Mandatory withholding of tax on foreign payments and other negative effects of treaties relating to taxes.

The change can best be seen in the case of a real importing company and shown a financial transaction risk, that influence contract obligation risk. Since 2017, Company H imports seafood to the Russian Federation. All payments with foreign parties were made in US dollars. The Money route was as follows: USD SBER account – JP Morgan Chase USD intermediate bank account – USD Whoori bank account in South Korea. Normal time of money transfer– 1-2 days. The first year of sanctions (2022) led to changes in the financial chain, which took place gradually. Traditional chain collapsed in March 2022. SBER is cut off SWIFT in USD. The company H had to switch to Saint-Petersburg bank USD account. In July 2022 Korean bank system receives a warning notification of not accepting USD transfers from list of Russian banks. Start to exist UNOFFICIAL sanction bank list. USD transfers takes 7-9 days. But the next step was in April 2022. Korean banks stop receiving any USD transfers from major 30 banks in Russian banking system.

This led to another bank change to BBR bank, due to cut off SPB bank from USD SWIFT. Used USD in transfers till December 2022, when major amount of banks in Russian Federation total cut off USD SWIFT payment. All transfers were made via CNY. The Money route took the following form: CNY BBR account – Bank of China intermediate bank– CNY Whoori bank.

In the second wave of pushing on Financial sector Chinese banks receive warning notes from US to cut off CNY SWIFT payments or make long term investigation of each payment, that causes time collapse in transfers. Modul bank, that has been used by the company to make transfers in CNY to South Korea is cut off CNY SWIFT. In December 2023 Bank of China stops providing CNY SWIFT from Russia on major amount of clients. It was a critical time for New Year supply and caused dramatic impact on supply chain. Nowadays the company H uses small cap Chinese banks to make transfers in CNY to South Korea. Transfer time 9-11 days.

In the conditions of the sanctions foreign policy situation, the management of financial risks in companies importing products to the Russian Federation has become difficult to predict. Developments in recent years have made supply chains more complex, involving additional players in the implementation of treaty obligations, whose conduct depends on factors of international political and economic influence of countries, involved in the sanctions standoff. In these circumstances, long-term forecasting and minimization of risks are extremely difficult, and companies importers are forced to independently look for possible ways to fulfill their contractual obligations to foreign partners, taking deliberately increased risks.

Список использованных источников:

1. Петров, А.Н. Управление инновационными рисками корпорации в условиях когнитивной экономики / А.Н. Петров, А.Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т. 9, № 4. – С. 1543-1556. – DOI 10.18334/vines.9.4.41307. – EDN GTLHTM
2. Оценка корпоративных рисков на основе кеис-метода / А.Н. Петров, А.Э. Сулейманкадиева, Т.Г. Тумарова, М.А. Петров // Туризм и образовательные технологии: Сборник научных трудов по материалам V Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 28–29 октября 2019 года / Под редакцией Г.А. Карповой. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – С. 66-70. – EDN OBIKX

УДК 004.043

Ткаченко Иван Андреевич

Tkachenko Ivan Andreevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»
Master program “Digital technologies in economics and management”

e-mail: tkachivan15@mail.ru

**РАЗРАБОТКА ВИТРИН ДАННЫХ
ДЛЯ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА
DEVELOPMENT OF DATA MARTS
FORA RUSSIAN GROCERY RETAIL COMPANY**

Аннотация: в статье основное внимание уделяется значению, проблемам и принципам разработки витрины данных. Статья посвящена роли витрин данных в российской компании продуктового ритейла, а также их потенциальному влиянию на бизнес.

Abstract: The article focuses on the meaning, problems and principles of developing a data marts. The article is devoted to the role of data marts in a Russian grocery retail company, as well as their potential impact on business.

Ключевые слова: витрины данных, ритейл, управленческие решения, культура данных, качество данных.

Keywords: data marts, retail, management solutions, data culture, data quality.

В современных компаниях розничной торговли большую роль играют хранение и последующая обработка данных в контексте принятия стратегических управленческих решений [1]. В данный момент для развития культуры данных в компании предполагается создание узкоспециализированных витрин данных, основанных на информации из корпоративного хранилища данных. Витрины данных предназначены для увеличения операционной эффективности управленческих решений и повышения их оперативности и обоснованности. Все это позволяет более точно реализовывать стратегии компании, направленные на многие факторы, такие как: повышение лояльности клиента, увеличение прибыли компании от конкретной торговой точки или даже от единицы оборудования, расположенной в торговом зале [2].

Рассмотрим подробнее термин витрины данных. Согласно определению, Казаков И.А. определяет витрину данных, как хранилище для специализированных данных в рамках одного направления деятельности компании, например, учет складских запасов [3]. Если исходить из научных работ в похожей тематике от других авторов, то можно выделить также такую особенность витрин данных как: физическое разделение источников данных между различными отделами компании. Эта особенность позволяет снизить общую нагрузку на хранилище данных и индивидуализировать семантику данных под конкретное подразделение организации. Также важно отметить, что витрины данных часто могут основываться на нескольких источниках данных в компании [4]. При построении витрин данных в компаниях продуктового ритейла, интеграция данных в витрины может происходить из нескольких источников для обеспечения бизнес-подразделения всей полнотой информации, например, витрина данных может включать в себя такие источники как: информация с точек продаж, онлайн-платформ и программы лояльности клиентов.

Теоретическое введение, приведенное выше, направлено на изучение значимости и лучших практик, связанных с разработкой и внедрением витрин данных для российских компаний розничной торговли продуктами питания. В настоящее время витрины данных в компаниях, развивающих культуру данных могут играть решающую роль для принятия различных по уровню управленческих решений [5].

Во-первых, применение витрин данных в организации может значительно снизить количество времени, затрачиваемого на принятие решений менеджментом компании. Связано это во многом с тем фактом, что витрины данных предоставляют обоснованную и оперативную информацию для сотрудников компании. В свою очередь это преимущество витрин данных способствует повышению темпов внедрения инноваций в организации,

а также выводу на рынок новых продуктов и решений, которые увеличивают конкурентоспособность компании на рынке. Особенно это важно для организаций, осуществляющих свою деятельность в сфере продуктового ритейла, поскольку данная сфера отличается высокой конкуренцией как в Российской Федерации, так и за рубежом.

Во-вторых, применение витрин данных в работе организации позволяет повысить культуру данных организации. Сотрудники компании, принимающие управленческие решения в организации привыкают к использованию данных в своей повседневной деятельности и тем самым повышают обоснованность принимаемых бизнес-решений. Все это приводит компанию к более осознанному и эффективному управлению. Наиболее актуален данный факт для крупных компаний розничной торговли, поскольку их деятельность достаточно диверсифицирована и может включать в себя работу с поставщиками, аналитику по товарным группам или отдельным торговым позициям, взаимодействие с планированием и расположением оборудования в торговом зале и т.д. и т.п. Всеми этими сферами деятельности занимаются различные дирекции и подразделения компании и повышение культуры взаимодействия с информацией в отдельной части организации может значительно повысить эффективность работы всей компании в целом.

Говоря о принципах построения витрин данных в организации, осуществляющей свою деятельность в сфере продуктового ритейла важно осознавать факт того, что каждое бизнес-решение, принятое на основе данных, имеет потенциал значительно повлиять на успешность бизнеса. Поэтому важно обеспечить достоверность данных. В связи с этим следует выделить принцип важности качества данных, попадающих в итоговую отчетность. Для реализации этого принципа разработчику и бизнес-аналитику следует в первую очередь четко осознавать потребности бизнес-заказчика, для которого и создается витрина данных. Также важно использовать актуальные и достоверные источники данных, применяемые в компании, поскольку часто в распоряжении сотрудников могут оказаться устаревшие или реализованные при помощи некорректной логики расчета источники данных. Помимо прочего, следует отметить и возможную необходимость создания специализированных хранилищ данных для быстрого доступа к данным для бизнес-заказчика, что позволит свести к минимуму потери производительности общего корпоративного хранилища данных, данный факт особенно актуален для компаний, генерирующих массивные потоки данных.

Периодичность обновления витрин данных является важным принципом их реализации и должна согласовываться, как с потребностями бизнес-заказчика, так и с ресурсами общего или же специализированного хранилища данных. Бизнес-заказчику важно видеть актуальные данные,

однако, в связи с этим не должны нарушаться корпоративные стандарты, принятые в компании по использованию ее аналитических ресурсов.

Таким образом, в существующих и осуществляющих свою деятельность российских компаниях продуктового ритейла использование витрин данных для различных бизнес-подразделений несет одну из ключевых ролей при принятии стратегических управленческих решений разного уровня. Разработка и применение узкоспециализированных витрин данных на базе различных корпоративных хранилищ данных способствует повышению эффективности бизнес-решений в таких аспектах, как оперативность и обоснованность. Итоговое успешное использование качественных данных подразделениями компании ведет к точной разработке и реализации корпоративной стратегии, что в свою очередь может значительно увеличить прибыль бизнеса.

Исследования специалистов по данным подчеркивают важность физического разделения источников данных между различными отделами компании для снижения нагрузки на хранилище данных и индивидуализации данных под каждое бизнес-подразделение. Интеграция различных источников данных в витрины способствует обеспечению бизнес-подразделений полнотой информации. Важно подчеркнуть значимость достоверности данных, их актуальности и периодичность обновления при построении витрин данных. Качество данных является ключевым фактором успеха в использовании витрин данных для принятия обоснованных управленческих решений. Работа в направлении улучшения культуры данных и осведомленности менеджмента компании при принятии решений с использованием витрин данных способствует эффективной деятельности компаний розничной торговли продуктами питания.

Список использованных источников:

1. Макачук Т.А., Кострицкая Е.Д. Современные тенденции развития систем поддержки принятия решений в условиях цифровой экономики // Сборник избранных статей по материалам научных конференций ГНИИ "Нацразвитие", 2019. – С. 208-211.
2. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.
3. Казакова И.А. Хранилища и витрины данных в системах поддержки принятия решений // Мир современной науки. – 2011. – №3.
4. Конаков П.О., Смоленцева Т.Е. Разработка архитектуры системы управления информационными ресурсами в рамках модели хранилища данных DATA VAULT 2.0 // Столыпинский вестник. – 2022. – №9. – С. 4853-4868.
5. Makarchuk T.A., Minakov V.F., Trofimov V.V., Lobanov O.S., Demchenko S.A., Barabanova M.I. Quality management of e-learning in information technology management training // В сборнике: The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. – 2018. – С. 742-748.

Филиппова Мелания Андреевна

Filippova Melaniya Andreevna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»

Master program “Digital technologies in economics and management”

e-mail: filippova.ma@gmail.com

РАЗРАБОТКА ИТ-РЕШЕНИЯ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ РАСЧЕТОВ В ЧАСТИ МСФО 17 ДЛЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

DEVELOPMENT OF AN IT SOLUTION FOR AUTOMATING CALCULATIONS UNDER IFRS 17 FOR INSURANCE COMPANIES

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы страховых компаний, связанные с переходом со стандарта МСФО 4 на МСФО 17 в части методологии проведения расчетов показателей денежных потоков компании и составления финансовой отчетности.

Abstract: The article discusses the problems of insurance companies associated with the transition from IFRS 4 to IFRS 17 in terms of the methodology for calculating company cash flow indicators and preparing financial statements

Ключевые слова: Страхование, страховые компании, МСФО 17, МСФО 4, ИТ-решение.

Keywords: Insurance, insurance companies, IFRS 17, IFRS 4, IT-solution.

Стандарт МСФО 17, также известный как IFRS17, представляет собой набор правил бухгалтерского учета и отчетности страховой компании [1]. Целью разработки данного стандарта является повышение прозрачности и сопоставимости бизнес-информации, предоставляемой компанией, и оказание помощи инвесторам и другим заинтересованным сторонам в принятии более обоснованных решений [2].

Основные принципы МСФО 17 включают в себя изменения в учете страховых контрактов, а именно переход от использования текущего метода учета к новому методу, основанному на принципе текущей оценки. МСФО 17 может оказать значительное влияние на российские страховые компании. Во-первых, внедрение новой учетной политики может потребовать серьезных изменений в системах бухгалтерского учета и отчетности компании, а также в процессах управления. Во-вторых, изменения в бухгалтерском учете и отчетности повлияют на бизнес-показатели компании и создадут неопределенность среди инвесторов и других заинтересованных сторон, заинтересованных в получении прибыли. Переход на новый метод

учета может привести к изменению отчетности о прибылях и убытках, оборотных средствах и капитале компании.

МСФО 17 может также повлиять на стратегии российских страховых компаний, включая разработку продуктов, а также стратегии ценообразования. Компаниям может потребоваться адаптироваться к новым стандартам и модифицировать свои бизнес-модели и стратегии, чтобы соответствовать этим требованиям.

Международный стандарт финансовой отчетности МСФО 4 «Договоры страхования», разработанный для единообразия финансовой отчетности страховых компаний, имеет некоторые ограничения, особенно с точки зрения прозрачности и сопоставимости данных.

Чтобы исправить недостатки стандарта МСФО 4 и обеспечить более точный и прозрачный учет, был разработан стандарт МСФО 17 «Договоры страхования», в котором вводится новый метод учета, основанный на действующих принципах оценки, который более точно отражает фактическую стоимость страховых контрактов на отчетную дату.

Автоматизация аналитики расчетов компании позволит повысить скорость и точность принятия решений [3]. Новое ИТ-решение включает в себя инструменты аналитики данных, выполняет необходимые расчеты и формирует отчетные формы и раскрытия в части, относящейся к страховым активам и обязательствам.

Основной причиной, по которым АО «Кэпт» предлагает сегодня страховым компаниям внедрение новых ИТ-решений по автоматизации расчетов, является сложности вычислений автоматизация таких функций в рамках существующих учетных систем, что может потребовать значительных усилий и привести к потере производительности информационных систем компании в части выполнения их основных функций.

Внедрение цифровизации, а также автоматизации расчетов в страховой компании, особенно в контексте стандарта МСФО 17 и новых Отраслевых Стандартов Бухгалтерского Учета (ОСБУ) в Российской Федерации, может столкнуться с несколькими проблемами:

1. Техническая сложность: разработка и внедрение цифровых систем и программ для автоматизации вычислительных процессов может потребовать значительных технических усилий и ресурсов. Это может включать обновление существующих информационных систем, интеграцию новых технологий, обучение персонала.

Большинство российских страховых компаний в своих расчетах и отчетности полагаются в основном на математические модели в Excel и зарубежные программы.

2. Безопасность данных: проблемы с безопасностью данных, связанные с оцифровкой и автоматизацией, могут быть серьезными и требовать особого внимания:

- Безопасность данных клиентов
- Угрозы кибербезопасности
- Пробелы в правилах процедуры
- Соблюдение нормативных требований
- Проблемы с доступом

3. Изменение бизнес-процессов: цифровизация и автоматизация могут потребовать корректировки и улучшения существующих бизнес-процессов в страховой компании. Внутренние процессы должны быть адаптированы к новым цифровым системам для обеспечения их эффективной работы.

В таблице 1 представлен анализ моделей As is/To be состояния процесса расчёта у страховых компаний.

Таблица 1 – Модель As is/To be

As is	To be
Расчет с помощью математических моделей и формул в Excel-таблицах	Автоматизированный расчет и составление отчетности
Проблемы с непоследовательностью расчетов и отчетности из-за различий в подходах сотрудников	Внедрение новой системы обеспечивает применение единых стандартов расчетов и отчетности во всей компании
Значительное количество времени тратится на ручные расчеты	Автоматизация сокращает время на расчеты и увеличивает производительность сотрудников
Отсутствие автоматизированных систем приводило к дополнительным сложностям при анализе данных и составлении отчетности	Новая система предоставляет более точную и своевременную отчетность, что улучшает прозрачность и качество анализа данных
Риски ошибок и несоответствий в отчетности из-за человеческого фактора при ручных расчетах	Уровень риска ошибок снижается благодаря автоматизированным расчетам и проверкам данных

Список использованных источников:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 17 "Договоры страхования" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 04.06.2018 №125н) (ред. от 20.04.2021) // Режим доступа – Официальный сайт Консультант-Плюс// URL: <http://www.consultant.ru>

2. Применение цифровых технологий в директ-страховании / А.А. Мустафина, Г.Н. Кайгородова, Г.Х. Пыrkова, Д.П. Алякина // Казанский экономический вестник. – 2019. – № 1(39). – С. 104-110.

3. Макаручук Т.А., Барабанова М.И., Газуль С.М. и др. Информационные системы и цифровые технологии. Учебное пособие-практикум в 2-х частях / Часть 2. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 217 с.

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ
К ПРИМЕНЕНИЮ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ
И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
В ЗАКУПОЧНЫХ ПРОЦЕССАХ: ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ**

**INNOVATIVE APPROACHES TO THE APPLICATION
OF MACHINE LEARNING AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE
IN PURCHASING PROCESSES: PROSPECTS AND RISKS**

Аннотация: Цифровая трансформация в сфере закупок представляет собой стратегическое направление развития компаний, направленное на повышение их конкурентоспособности. Развитие искусственного интеллекта и машинного обучения играет ключевую роль в этом процессе. Анализ цифровой трансформации в закупочных процессах как российских, так и международных компаний является важным направлением исследований. В статье рассмотрены актуальные тенденции в области цифровой трансформации в сфере закупок, включая автоматизацию рутинных операций, управление цепями поставок, анализ данных и прогнозирование, управление рисками и повышение квалификации персонала.

Abstract: The article examines the impact of digital technologies on procurement processes in the oil and gas sector. The authors analyze current trends and prospects for the development of digital transformation in this area, as well as highlight key factors influencing the effectiveness of procurement processes. Special attention is paid to the application of artificial intelligence and machine learning in procurement processes, as well as their role in automating routine operations, managing supply chains, analyzing data and forecasting, managing risks and improving staff skills. The article also considers challenges and risks associated with the implementation of digital technologies in procurement processes and offers recommendations for their mitigation.

Ключевые слова: цифровая трансформация, закупочные процессы, искусственный интеллект, машинное обучение, автоматизация, управление цепями поставок, анализ данных, прогнозирование, управление рисками, повышение квалификации персонала.

Keywords: Digital transformation, procurement processes, oil and gas sector, artificial intelligence, machine learning, automation, supply chain management, data analysis, forecasting, risk management, staff training.

Актуальные тенденции в области цифровой трансформации в сфере закупок представляют собой стратегическое направление развития компаний, направленное на повышение их конкурентоспособности в условиях

постоянно изменяющейся деловой среды. Развитие искусственного интеллекта и машинного обучения играют ключевую роль в этом процессе. Анализ цифровой трансформации в закупочных процессах как российских, так и международных компаний является важным направлением исследований. Глобальная тенденция цифровизации приводит к автоматизации рутинных операций, таких как внедрение платформ для электронного документооборота, управления тендерами и контрактами, что позволяет сократить время и затраты на закупочные процедуры. Управление цепями поставок становится более эффективным благодаря цифровым инструментам, обеспечивающим прозрачность и контроль над движением материалов и оборудования, а также оптимизирующим логистические процессы. Анализ данных и прогнозирование с использованием машинного обучения и Big Data позволяют прогнозировать спрос, анализировать риски и принимать обоснованные решения в сфере закупок. Управление рисками становится более эффективным благодаря специализированным платформам, помогающим оценивать риски, связанные с поставщиками, ценами на ресурсы и геополитическими факторами. Повышение квалификации персонала становится необходимым для успешной реализации цифровых технологий, требуя обучения сотрудников новым инструментам и методам работы [1, с. 55].

Таблица 1 – Задачи машинного обучения
в цифровой трансформации процессов закупок

Задача	Описание
Классификация	Сегментация потенциальных поставщиков и МТР по различным критериям, включая параметры качества, условия поставки и ценовую политику.
Регрессия	Прогнозирование возможных изменений в ценах на МТР для разработки стратегий закупок и эффективного управления финансовыми ресурсами.
Кластеризация	Группировка поставщиков и МТР с аналогичными характеристиками с целью выбора оптимальных поставщиков и разработки эффективных стратегий закупок.
Ранжирование	Оценка и ранжирование предложений поставщиков с учетом требований проекта и бизнес-процессов в отрасли.
Прогнозирование	Предсказание объемов и основных характеристик требуемого МТР для планирования будущих закупок и управления запасами.
Выявление отклонений	Обнаружение аномалий в данных, таких как необычно высокие цены или технические проблемы, для предотвращения финансовых и операционных рисков.

Перспективы развития цифровой трансформации в закупочных процессах нефтегазового сектора зависят от нескольких факторов. Одним из

ключевых является применение передовых технологий, таких как машинное обучение, искусственный интеллект, а также автоматизация и оптимизация бизнес-процессов. Эти меры направлены на улучшение управления запасами и снижение издержек в процессе закупок.

Другим важным фактором является экономическая выгода, которую приносит автоматизация закупочных процессов. Реализация цифровых решений позволяет сократить временные и финансовые затраты за счет автоматизации рутины и оптимизации взаимодействия с поставщиками.

Улучшение аналитических возможностей и эффективное управление рисками также играют важную роль. Применение анализа больших данных и прогнозирования рыночных трендов позволяет компаниям в нефтегазовом секторе улучшить аналитические возможности и эффективно управлять рисками, связанными с закупками сырья и оборудования. Кроме того, повышение качества принимаемых решений является важным аспектом. Использование машинного обучения и других инновационных технологий для анализа данных позволяет улучшить качество принимаемых решений, оптимизировать стратегии закупок и точно прогнозировать спрос. Наконец, разработка адаптированных технологических решений, учитывающих особенности нефтегазового рынка и потребности компаний, способствует повышению эффективности и гибкости закупочных процессов в этой отрасли [2, с. 67].

Внедрение цифровой трансформации в сфере закупок сопровождается рядом вызовов и рисков, которые необходимо учитывать. Безопасность данных представляет собой один из ключевых аспектов. Расширение объема цифровой информации увеличивает уязвимость перед кибератаками и потенциальными нарушениями конфиденциальности. Обучение персонала играет важную роль в успешной реализации новых цифровых инструментов. Для эффективного использования новых технологий необходимо специализированное обучение сотрудников. Этические аспекты применения искусственного интеллекта также необходимо учитывать. Возможное проявление предвзятости и дискриминации требует внимания к этическим вопросам. Интеграция различных информационных систем может вызвать сложности в совместимости и качестве данных, что может повлечь за собой проблемы при интеграции. Зависимость от поставщиков представляет риск возникновения сбоев в системах и изменений в условиях обслуживания со стороны поставщиков, что может оказать влияние на эффективность бизнес-процессов. Приватность данных становится критическим аспектом цифровых технологий, требующим соблюдения требований по защите конфиденциальности и приватности данных. [3, с. 120].

**Таблица 2 – Преимущества и недостатки применения
машинного обучения в контексте закупок**

Преимущества машинного обучения в аспекте закупок	Недостатки машинного обучения в контексте закупок
Нелинейность: Машинное обучение способно выявлять и учитывать сложные взаимосвязи и зависимости в данных, что позволяет более точно моделировать и предсказывать динамику рынка и спроса.	Подверженность ошибкам: Точность и эффективность алгоритмов машинного обучения зависят от качества и чистоты входных данных, что требует значительных усилий по их обработке и очистке.
Эффективность обработки информации: Машинное обучение обеспечивает быструю и эффективную обработку больших объемов данных, что позволяет быстро анализировать и прогнозировать тенденции на рынке и в спросе.	Временные ограничения: Обучение моделей машинного обучения может требовать значительного времени, особенно при использовании сложных алгоритмов и больших объемов данных, что может замедлить процесс принятия решений.
Гибкость и масштабируемость: Модели машинного обучения адаптируются к различным условиям изменения в данных, что позволяет эффективно реагировать на изменения на рынке и в бизнес-процессах.	Ограничения в прогнозировании: Прогнозы, полученные с помощью алгоритмов машинного обучения, иногда могут быть непредсказуемыми и не всегда обладать ясными объяснениями, что затрудняет понимание их оснований и причин.
Точность: Машинное обучение позволяет добиться высокой точности и достоверности прогнозов, что повышает качество принимаемых решений и оптимизирует бизнес-процессы.	Гибкость настройки: Возможность настройки моделей машинного обучения под индивидуальные потребности и характеристики бизнеса позволяет создавать более точные и эффективные прогнозы, соответствующие конкретным задачам предприятия.

Цифровая трансформация в сфере закупок представляет собой стратегическое направление развития для многих организаций как в России, так и за рубежом. Машинное обучение играет важную роль в цифровой трансформации процессов закупок, выступая одним из ключевых инструментов. Анализ цифровой трансформации в сфере закупок является важным исследовательским направлением, способствующим развитию компаний в соответствии с трендами рынка. Изучение цифровой трансформации в области закупок позволяет оценить текущее состояние дел, выявить перспективы развития компаний и определить факторы, влияющие на эффективность закупочных процессов.

Список использованных источников:

1. Черкасов, Д.Ю. Машинное обучение / Д.Ю. Черкасов, В.В. Иванов // Наука, техника и образование. – 2022. – № 5 (46). – С. 44–87.

2. Соколов, А.И. Применение методов машинного обучения в финансовом анализе корпоративных данных / А.И. Соколов, Е.А. Петрова // Финансовый менеджмент. – 2018. – № 4 (48). – С. 67–72.
3. Григорьев, Д.А. Использование технологий Big Data для анализа и прогнозирования тенденций в сфере розничной торговли / Д.А. Григорьев, О.С. Кузнецова // Экономическая наука сегодня: теория и практика. – 2019. – № 3 (86). – С. 118–124.
4. Казанцев, Г.С. Роль машинного обучения в управлении инновационными проектами / Г.С. Казанцев, А.В. Исаков // Инновации. – 2020. – № 6. – С. 55–61.
5. Петров, Е.И. Анализ тенденций развития технологий Big Data в нефтяной отрасли / Е.И. Петров, В.Д. Смирнов // Телекоммуникации. – 2021. – № 2 (98). – С. 77–81.
6. Федоров, С.Н. Применение методов машинного обучения в нефтегазовой диагностике и прогнозировании / С.Н. Федоров, А.И. Ковалев // Медицинская наука и практика. – 2022. – № 1. – С. 44–50.

УДК 339.923

**Хоу Чан,
Ян Хайлань
Hou Chan,
Yang Hailan**

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международная торговля»
Master program “International trade”
e-mail: 3503375093@qq.com
e-mail: 1245664802@qq.com

ТРАНСПОРТНОЕ СООБЩЕНИЕ РОССИЯ-КИТАЙ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

TRANSPORT CONNECTION RUSSIA-CHINA IN THE CONTEXT OF GLOBAL INFRASTRUCTURE PROJECTS

Аннотация: Интеграция транспортного сообщения Китая и России является важной движущей силой содействия международной торговле. Развитие транспортного сообщения с Китаем приносит новые возможности для грузоперевозок российских товаров. В этой связи, развитие трансграничных маршрутов стало актуальной задачей, позволяющей укрепить экономические связи между Китаем и Россией.

Abstract: The integration of transport links between China and Russia is an important driving force for promoting international trade. The development of transport links with China brings new opportunities for the transportation of Russian goods. In this regard, the development of cross-border routes has become an urgent task to strengthen economic ties between China and Russia.

Ключевые слова: международный транспортный коридор, инициатива «Один пояс – один путь», Северный Морской путь, Китай, Россия.

Keywords: international transport corridor, One Belt – One Road initiative, Northern Sea Route, China, Russia.

Китай и Россия являются крупнейшим торговыми партнёрами, что обеспечивается общими границами, крупными транспортными проектами, сотрудничеством в ключевых отраслях, совместным участием в БРИКС и ШОС. Страны продвинули практическое сотрудничество в области транспорта и достигли новых положительных результатов, таких как активное развитие трансграничной железнодорожной инфраструктуры, обеспечение стабильных железнодорожных отправок; развитие трансграничной инфраструктуры и ускорение международных автомобильных перевозок; прогресс в сотрудничестве в области морского транспорта; повышение эффективности работы пограничных портов.

При мощной поддержке транспортного сотрудничества объем двусторонней торговли между Китаем и Россией продолжает расти, и в 2023 году увеличился на 26,3% по сравнению с 2022 годом и составил более 240 млрд долл США [1]. Достижение поставленных целей обеспечивается функционированием транспортных маршрутов в направлении Китай Россия: транспортный коридор «Европа – Кавказ – Азия», транспортные маршруты инициативы «Один пояс – один путь», а также Северный морской путь (рис. 1).

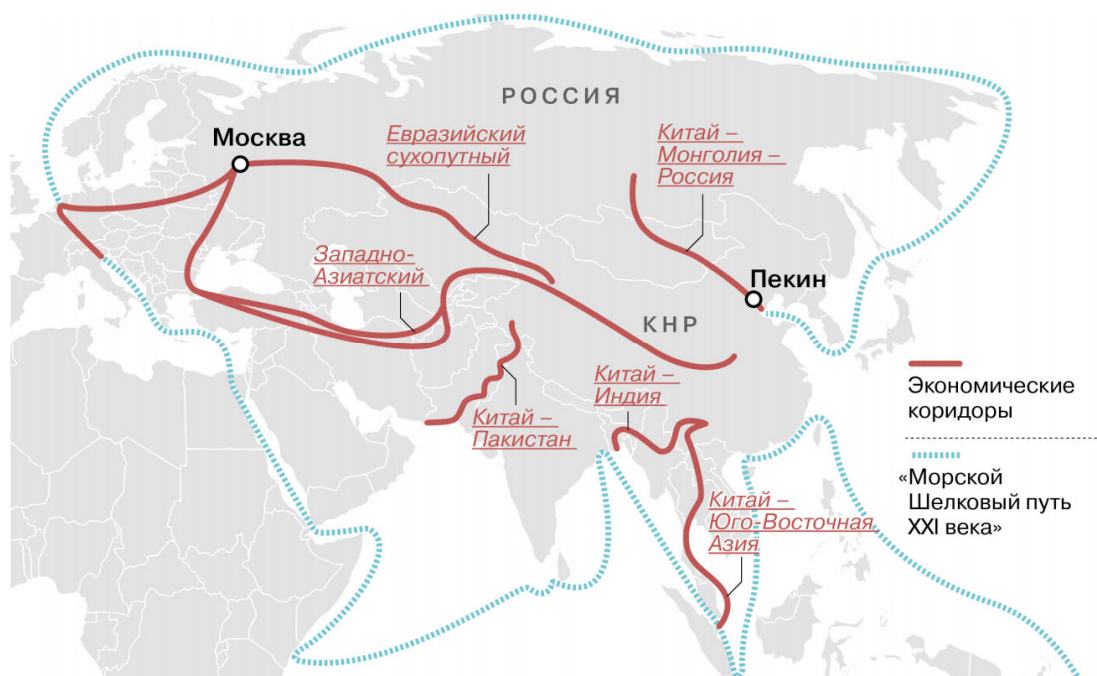


Рисунок 1 – Транспортные маршруты в направлении Китай-Россия

Программа международного сотрудничества, которая обеспечивает движение товаров по транспортному коридору «Европа – Кавказ – Азия»,

позволяет осуществлять автомобильное сообщение между Европой и Азией. Функционирование транспортного коридора началось в 1993 году с инициативы Европейского Союза по включению стран ЕС, России, Центральной Азии и государств Кавказа в единую транспортную сеть. Основная цель транспортного коридора заключается в соединении транспортных путей и торговых связей указанных регионов.

В 2020 году объем грузов, прошедших через Азербайджан по транспортному коридору «Европа-Кавказ-Азия» (TRACECA), составил 39,687 миллиона тонн, а грузооборот составил 7,88 млрд т/км. По статистическим данным, объем автомобильных грузоперевозок составил 22,591 млн тонн, что составляет 58,1%; объем железнодорожных перевозок составил 12,515 млн тонн (30%); объем морских перевозок составил 4,581 млн тонн (11,9%) [2].

Стратегические планы развития инициативы «Один пояс – один путь» были впервые предложены в октябре 2013 года и направлены на содействие торговле, инвестициям и культурным обменам между евразийскими странами и регионами.

Китай рассматривает объединение инфраструктур в качестве приоритетного направления в строительстве инициативы «Один пояс – один путь», активно согласовывает планы развития инфраструктуры всех государств, способствует реализации проектов сотрудничества, связанных с совместным построением экономического развития страны и улучшения условий жизни людей, а также улучшения транспорта и уровня информационной связи, повышению зеленой трансформации энергетической инфраструктуры [3]. Инфраструктура является краеугольным камнем взаимосвязи Китая и Европы через Юго-Восточную, Южную, Центральную Азию и Ближний Восток.

«Один пояс – один путь» объединяет не только инфраструктуры регионов, но также предполагает совместное углублённое таможенное сотрудничество, снятие торговых барьеров, культурный и научный обмен. Функционирование финансовых институтов предполагается при взаимодействии региональных объединений стран ШОС и БРИКС [4].

В 2023 году объем торговли между Китаем и странами вдоль инициативы достиг 2,07 трлн долл США, что является десятилетним максимумом, увеличившись в годовом исчислении на 32,6%.

С 2013 года было запущено в общей сложности 75 тысяч грузовых поездов Китай-Европа, причем большая часть грузовых поездов Китай-Европа проходит через Россию и прибывает в Европу. В 2022 году открыты автомобильный мост Хэйхэ и железнодорожный мост Тунцзян, соединяющие границу Китая и России. Российский порт Владивосток является транзитным портом для трансграничных перевозок внутренних торговых това-

ров Китая. Перспективным вектором российско-китайского сотрудничества в области транспортного сообщения является использование арктических морских путей. Россия вкладывает существенные инвестиционные транши в развитие этого транспортного коридора. Основным преимуществом Северного Морского пути является сокращение времени доставки груза из Азии в Европу.

Грузопоток по Северному морскому пути растет. В 2023 году китайская судоходная компания открыла маршрут из Санкт-Петербурга в Шанхай. Перевозка товаров контейнеровозом NewNew Polar Bear из Шанхая в Санкт-Петербург по Северному морскому пути была осуществлена за 21 день. Китайская сторона планирует добавить ещё восемь контейнеровозов на этот маршрут в 2024 году. Эксперты подчёркивают экономическую эффективность арктического маршрута, который позволяет сэкономить до 20 дней по сравнению с традиционной перевозкой из Шанхая в Санкт-Петербург, и безопасность маршрута, который свободен от угрозы пиратства и заторов в Суэцком канале.

Таким образом, для дальнейшего развития китайско-российских отношений в области транспортного сотрудничества в контексте глобальных инфраструктурных проектов, страны должны способствовать процессу упрощения процедур торговли, укреплять сотрудничество в инновационных областях, совершенствовать китайско-российскую пограничную инфраструктуру, повышать эффективность таможенного оформления и контроля, а также предлагать инновационные пути сотрудничества для создания новых производственных цепочек.

Список использованных источников:

1. Товарооборот России и Китая в 2023 году побил рекорд. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/65a0d3e09a79477823d74f7d> (дата обращения 02.04.2024).
2. Объем грузов, проходящих через Азербайджан по транспортному коридору Европа-Кавказ-Азия, упал почти на 14%. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mofcom.gov.cn> (дата обращения 03.04.2024).
3. Парфенов А.В., Наймин С. Стратегические направления развития логистической отрасли Китая // Логистика: современные тенденции развития. Материалы XXII Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2023. – С. 88-94.
4. Молонова, А.В. Интеграционные инициативы в логистической инфраструктуре: формирование международных транспортных коридоров / А.В. Молонова, С.Л. Котляров // Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и обществ: Сборник лучших докладов профессорско-преподавательского состава X Национальной научно-практической конференции института магистратуры с международным участием, Санкт-Петербург, 19–20 апреля 2021 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. – С. 133-137.

Цветкова Елена Дмитриевна

Tsvetkova Elena Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственное и муниципальное управление»

Master program "State and municipal administration"

e-mail: helen.tsvet@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

APPLICATION OF THE PRINCIPLES OF CUSTOMER CENTRICITY DURING THE PREPARATION AND CONDUCT OF THE ELECTION CAMPAIGN

Аннотация: в статье рассматривается клиентоцентричный подход в деятельности избирательных комиссий, принципы, на которых основан данный подход, описан процесс внедрения принципов клиентоцентричности в практику. Рассмотрены инициативы, применяемые в ходе подготовки и проведения избирательных кампаний и способы оценки результативности внедрения данных мер.

Abstract: The article examines the client-centric approach in the activities of election commissions, the principles on which this approach is based, and describes the process of introducing the principles of client-centricity into practice. The initiatives used in the preparation and conduct of election campaigns and the possibilities of developing a client-oriented approach are considered.

Ключевые слова: Принципы клиентоцентричности, клиентоориентированный подход, избирательная система, избирательная кампания.

Keywords: Principles of customer centricity, client-oriented approach, electoral system, election campaign.

Клиентоцентричный подход – это новое направление в сфере государственного управления, тесно связанное со стратегическими инициативами развития Российской Федерации [1]. Актуальность внедрения данного подхода обуславливается необходимостью достижения национальных целей, которая в свою очередь требует трансформации работы органов власти, в том числе сосредоточения внимания вокруг интересов конкретного гражданина.

Под клиентоцентричностью следует понимать особое качество деятельности, характеризующееся эффективным удовлетворением потребности человека и постоянным совершенствованием на основе анализа клиентского опыта. Одним из первых и необходимых шагов по развитию принципов клиентоцентричности является определение перечня клиентов, то есть

ключевых групп, с которыми осуществляется взаимодействие государственного органа [2, 4]. Для избирательных комиссий следует выделить следующие группы: внутренний клиент, избиратели (граждане), государственные органы, политические объединения и кандидаты, а также иные организации.

Каждая из этих групп имеет свои уникальные потребности и ожидания от работы избирательной комиссии. Например, внутренний клиент, к которому относятся сотрудники избирательной комиссии, может требовать обучения и поддержки для эффективного выполнения своих обязанностей. Избиратели ожидают прозрачности и доступности информации о выборах, обеспечения удобного процесса голосования. Государственные органы заинтересованы в продуктивном межведомственном взаимодействии для обеспечения законности и порядка на выборах.

Политические объединения и кандидаты также играют важную роль в выборном процессе, и они могут ожидать равного и справедливого доступа к избирательным процедурам, а также возможности представлять свои интересы. Учитывая разнообразие клиентов избирательной комиссии, важно разработать стратегии и методы взаимодействия с каждой группой, чтобы обеспечить высокоэффективную и одновременно с этим клиентоориентированную деятельность. Принципы, на которых основан клиентоориентированный подход, сфокусированы на приоритете ценности человека. Рассмотрим основные из них:

1. Равный доступ. Гарантирование равного доступа ко всем аспектам избирательного процесса и права, снижение барьеров.

2. Единство и целостность. Обеспечение взаимосвязи процессов, чтобы каждый участник чувствовал себя частью объединенной и согласованной системы.

3. Эффективность и удобство. Разработка типовых решений, автоматизация, стремление к максимальной эффективности и удобству для всех сторон, включая сотрудников избирательных комиссий.

4. Открытость и прозрачность. Обеспечение открытости всех этапов избирательного процесса и доступа к информации, сбор обратной связи от участников избирательного процесса.

5. Постоянное повышение качества и проактивность. Непрерывающийся процесс по анализу и совершенствованию процессов, систем, условий работы, а также активное предупреждение и реагирование на потенциальные проблемы и вызовы.

6. Взаимное доверие и безопасность. Создание условий для устойчивого доверия между всеми участниками избирательного процесса и обеспечение безопасности данных и персональной информации.

7. Объективность и беспристрастность: Гарантирование объективности и последовательности в принятии решений и организации процесса выборов, исключение предвзятости при осуществлении государственных полномочий [3].

Цель применения данных принципов – организовать изучение и эффективное удовлетворение потребностей клиента, обуславливает и основные задачи: адаптировать работу под ключевые запросы клиента, организовать высокий уровень внутреннего взаимодействия, совершенствовать деятельность на основе анализа клиентского опыта. Внедрение принципов клиентоцентричности является цикличным процессом, что позволяет поддерживать актуальность и продуктивность государственного управления в условиях постоянно меняющейся среды и потребностей клиентов. Выделим следующие этапы процесса внедрения:

- изучение существующей практики и нормативно-правовых актов;
- определение потребностей клиента;
- разработка и апробация конкретных инициатив
- сбор обратной связи и анализ;
- обучение ключевых сотрудников;
- закрепление в практике успешно реализованных инициатив.

Каждый новый цикл ведет к дальнейшему усовершенствованию и развитию клиентоцентричного подхода в деятельности конкретной избирательной комиссии. Непрерывность развития и включения в практику инициатив, направленных на приоритет человека, является одним из показателей уровня ориентации на человека в организации.

Применение принципов клиентоцентричности для внутреннего клиента – это ключевое направление на этапе становления клиентоориентированного подхода в деятельности избирательных комиссий. Достижение эффективного взаимодействия между структурными элементами, повышение качества деятельности и удовлетворенности внутреннего клиента напрямую влияет и на организацию работы со всеми внешними клиентами. Структура внутреннего клиента для территориальной избирательной комиссии представляет собой тесную взаимосвязь трех элементов: членов территориальной избирательной комиссии, членов нижестоящих комиссий и сотрудников аппарата комиссии. Кроме того, рассматривая деятельность территориальных избирательных комиссий, следует отметить, что аппарат комиссии является единственным элементом, осуществляющим свою работу на постоянной (штатной) основе и, наряду с председателем избирательной комиссии, является ключевым субъектом управления. Таким образом развитие и внедрение клиентоориентированного подхода должно стать частью должностных обязанностей сотрудников аппарата комиссии, работающих на штатной основе и вся деятельность должна постепенно трансформироваться с учетом потребностей как внутреннего, так и внешнего клиента.

Приоритетной услугой для внутреннего клиента избирательной комиссии является организация подготовки и проведения избирательной кампании. Иными словами, организация высокоэффективной, проактивной и открытой деятельности в период проведения выборов. В качестве примера инициатив, использованных территориальными избирательными комиссиями при подготовке и проведении избирательной кампании в 2024 году, можно назвать следующее:

- Персонализированная подготовка комплекта документов для каждой подведомственной комиссии;
- Применение цифровых технологий при информационном сопровождении;
- Адаптация обучающих мероприятий под конкретные запросы и группы обучаемых, использование индивидуального подхода в обучении;
- Обеспечение своевременного реагирования на поступающие запросы, минимизация времени ответа;
- Создание удобной и открытой среды для коммуникации;
- Создание неформальных команд, ответственных за реализацию конкретного этапа проведения выборов.

Совокупность разнообразных мер позволяют значительно увеличить удовлетворенность сотрудников при проведении выборов, а также и снижает риски возникновения ошибок на различных этапах избирательного процесса. Следуя циклу внедрения, избирательными комиссиями должен проводиться контроль за реализацией инициатив, связанных с развитием клиентоориентированного подхода и приниматься обратная связь от сотрудников для улучшения процессов, выявления и исправления существующих или возникающих отклонений, а также корректировки методов реализации полномочий.

Для оценки результативности разработанных инициатив используются данные, полученные на основе опросов об удовлетворенности, анализа кадровых изменений, анализа обращений (жалоб) на действия или бездействие членов избирательных комиссий, анализа замечаний и предложений, полученных в ходе сбора обратной связи и иных данных. Именно на базе полученной оценки принимается решение о закреплении инициативы в практике, а также о дальнейшем направлении совершенствования. Комплексный подход, который включает в себя не только разработку новых стратегий и мер, но и обеспечение последовательной и непрерывной реализации циклов внедрения принципов клиентоцентричности позволит успешно интегрировать клиентоцентричный подход в государственное управление. Трансформация подхода к исполнению государственных функций – это необходимый и значимый элемент развития современного государства.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 6 октября 2021 года №2816-р «Об утверждении перечня инициатив социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_397326/ (дата обращения 01.04.2024).
2. ГОСТ Р ИСО 9241-210-2016 «Эргономика взаимодействия человек-система. Часть 210. Человеко-ориентированное проектирование интерактивных систем // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. – М.: Стандартинформ, 2018;
3. Декларация ценностей клиентоцентричности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/960f181e39e8b5100ecea7107eb7fe92/deklaraciya_cennostey_klientocentrichnosti.pdf (дата обращения 02.04.2024 г.)
4. Клиентоцентричный подход в государственном управлении: Навигатор цифровой трансформации / под ред. О.В. Линник, А.В. Ожаровского, М.С. Шклярук. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020.

УДК 331.103

Чжоу Цзюньцзянь

Zhou Junqian

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Ценные бумаги и финансовый инжиниринг»

Master program “Securities and financial engineering”

e-mail: junqianzhou0906@gmail.com

ВЛИЯНИЕ ESG НА КОРПОРАТИВНУЮ СТОИМОСТЬ В КИТАЕ

ESG'S IMPACT ON CORPORATE VALUE IN CHINA

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы влияния эффективности ESG на корпоративную стоимость в Китае, используется метод систематического обобщения, определения эффективности ESG и отбор результатов исследования влияния эффективности ESG на корпоративную стоимость.

Abstract: To address the issue of the impact of ESG performance on the value of Chinese enterprises, this paper uses the literature research method to systematically summarize the definition of the concept of ESG performance, and comb through the research results on the impact of ESG performance on enterprise value.

Ключевые слова: ESG; стоимость предприятия; прямое воздействие; косвенное воздействие.

Keywords: ESG; enterprise value; direct impact; indirect impact.

До того, как концепция результативности ESG стала популярной, широкая общественность была больше знакома с социально ответственным ин-

вестированием (SRI), и с тех пор идея подчеркивания равной важности окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления была заимствована из SRI. Поскольку показатели ESG могут быть связаны со многими различными областями, различные ученые определяют показатели ESG, основываясь на своих собственных областях. Однако в целом существующие определения можно классифицировать с трех точек зрения. В таблице 1 представлен репрезентативный список определений результативности ОУР с разных точек зрения. Это не означает, что определения с разных точек зрения являются взаимоисключающими, скорее, каждая из трех точек зрения имеет свою направленность и взаимно усиливает друг друга.

Таблица 1 – Репрезентативные определения концепций результативности ESG

Концепция	Определение
Xie, J et al.	Эффективность ESG – это концепция, которая учитывает все заинтересованные стороны, включая экологические, социальные и управленческие вопросы, в отличие от традиционной теории максимизации выгоды для акционеров.
Эдуардо Дуке Грисалес	Показатели эффективности ESG могут быть классифицированы как добавленная стоимость эффективности КСО от таких действий, как ESG
Хуан Шичжун	Показатели ESG как методология оценки корпоративной устойчивости

Прямое влияние показателей ESG на стоимость предприятия

Влияние результатов деятельности ESG на стоимость предприятия привлекает широкое внимание, и можно собрать исследования, посвященные прямому влиянию результатов деятельности ESG на стоимость предприятия с точки зрения экологических показателей, показателей социальной ответственности и корпоративного управления с точки зрения трех измерений результатов деятельности ESG, в надежде упорядочить идеи и оказать полезную помощь будущим исследованиям прямого влияния результатов деятельности ESG на стоимость предприятия.

Экологические показатели и стоимость предприятия

Прежде всего, с точки зрения экологических показателей, зарубежные исследования прямого влияния экологических показателей на стоимость предприятия являются относительно адекватными. На первых порах они в основном основывались на традиционной затратной школе, которая считала, что экологические показатели и стоимость предприятия несовме-

стимы друг с другом. Исследования в этой области показывают, что экологические показатели могут влиять на общую оценку предприятия инвесторами, что, в свою очередь, сказывается на стоимости предприятия. В исследовании профессора Цзэн Фэна "Влияние корпоративных показателей ESG на стоимость предприятия", проведенном Исследовательским центром развития Сямыня (Китай), он оценивает влияние корпоративных показателей ESG на стоимость предприятия на основе выборки из 50 зарегистрированных на бирже частных компаний в Китае. Эмпирические результаты показывают, что экологические показатели (ENV) оказывают значительное положительное влияние на стоимость предприятия (EV), что доказывает, что в современной бизнес-среде улучшение экологических показателей является не только проявлением корпоративной социальной ответственности, но и эффективным способом повышения стоимости предприятия.

Эффективность корпоративного управления и стоимость компании

Корпоративное управление включает в себя ряд аспектов, таких как организационная структура компании, структура акционерного капитала, управление советом директоров и вознаграждение руководителей. Соответствующие исследования в стране и за рубежом дают более полное освещение этих аспектов. Среди них структура акционерного капитала и структура совета директоров компании привлекают больше внимания. Кайл и Вила в своем исследовании обнаружили, что если председатель совета директоров компании также выполняет функции высшего руководства компании, это негативно сказывается на работе компании и в конечном итоге вредит ее рыночной стоимости. Результаты регрессии подтверждают значительную положительную корреляцию между индексом корпоративного управления (GOV) и стоимостью компании, что говорит о том, что укрепление структуры корпоративного управления, повышение прозрачности и эффективности управления может значительно повысить рыночную оценку компаний. Это подчеркивает важность практики надлежащего управления для снижения информационной асимметрии, повышения качества принимаемых решений и укрепления доверия инвесторов.

Исследование прямого влияния на стоимость предприятия с трех точек зрения: экологических показателей, показателей социальной ответственности и показателей корпоративного управления, показывает, что и окружающая среда, и общество, и управление могут оказывать прямое влияние на стоимость предприятия, что также свидетельствует о том, что показатели ESG могут оказывать прямое влияние на стоимость предприятия, если они используются в качестве комплексного показателя.

Косвенное влияние показателей ESG на стоимость предприятия

Функционирование современных корпораций становится все более сложным, и различные факторы, такие как макрополитика, социальная ответственность и структуры корпоративного управления, играют важную

роль в развитии и стратегическом выборе корпораций, а также оказывают тонкое влияние на их рыночную стоимость в долгосрочной перспективе. Однако то, как показатели ESG влияют на корпоративную стоимость различными путями, анализировалось разными учеными с разных точек зрения.

Показатели ESG – это индикаторы, которые могут играть важную роль в оценке устойчивости организации. Организация с хорошими показателями ESG может считаться более устойчивой, а организация, которая полностью интегрирует свои социальные и экологические цели с финансовыми целями и отличается от конкурентов, демонстрируя свою деятельность в области благополучия более широкому кругу заинтересованных сторон с помощью механизмов прозрачности и отчетности, может улучшить свои финансовые показатели и обеспечить подотчетность в достижении своих целей. Это улучшает их финансовые показатели и обеспечивает систему подотчетности за достижение поставленных целей. С другой стороны, инновации необходимы для роста корпоративной эффективности и являются важным фактором поддержания конкурентоспособности в отрасли, и по мере улучшения показателей ESG компания получает более широкий доступ к ресурсам, необходимым ей для инноваций и устойчивого роста, тем самым повышая общую эффективность своих инвестиций.

В Руководстве по комплексному управлению рисками для центральных предприятий, выпущенном Комиссией по надзору и управлению государственными активами (SASAC) в 2006 году, риск предприятия определяется как влияние будущей неопределенности на способность предприятия достичь своих целей. Предпринимательский риск не только связан с выживанием и развитием предприятия, но и является важным фактором при принятии инвесторами инвестиционных решений и стратегий руководства. Хорошие показатели ОУР могут помочь компании противостоять рискам и повысить стабильность. Хорошие показатели ESG могут завоевывать доверие и поддержку государственных регуляторов, повысить организационную легитимность предприятия, улучшить способность предприятия справляться с неопределенностью, связанной с ограниченностью ресурсов, и снизить риск предприятия.

Выводы

По мере того как люди все больше осознают важность устойчивого развития, концепция результативности ESG получает все большее признание, и в академическом мире проводится все больше исследований в области результативности ESG, что постоянно расширяет коннотацию концепции результативности ESG и обеспечивает прочную теоретическую основу для сочетания трех измерений ESG. В результате сбора и обобщения соответствующей литературы о влиянии результативности ESG на стоимость предприятия можно сделать вывод, что среди трех отдельных измерений

ESG любое из них может оказывать прямое влияние на стоимость предприятия само по себе, а когда результативность ESG является комплексным показателем, она может влиять на стоимость предприятия косвенно, через пути эффективности предприятия и риска предприятия.

Список использованных источников:

1. Xie J, Nozawa W, Yagi M, et al. Do environmental social, and Governance Activities Improve Corporate Financial Performance? // Business Strategy and the Environment, – 2019. – Vol 28, – № 2. – С. 286–300.
2. Duque-grisales E, Aguilera-caracuel J. Environmental, Social and Governance (ESG) Scores and Financial Performance of Multilatinas: Moderating Effects of Geographic International Diversification and Financial Slack // Journal of Business Ethics. – 2021. – Vol 168. – № 2. – С. 315–334.
3. Хуан Шичжун. Три теоретических столпа, лежащих в основе ESG // Finance and Economics Monthly. – 2021. – № 19. – С. 3-10.
4. Ванг, Н., Ли, Ючен. Показатели ESG и эффективность корпоративных инвестиций: эффекты влияния и проверка механизмов // Финансы и финансы. – 2022. – № 6. – С. 23-31.
5. Чжан, Тяньну, Исследование влияния показателей ESG на корпоративную стоимость – на примере компании Vinda International // Исследования в области финансов и бухгалтерского учета, – 2023.

УДК 656.07

Шайб Александр Игоревич
Schaub Alexander Igorevich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическая логистика и цифровые сервисы»

Master program “Strategic logistics and digital services”

e-mail: shaubalexanderw@gmail.com

**НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЗАЦИИ
ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ**

**DIRECTIONS FOR GREENING LOGISTICS ACTIVITIES
IN RAILWAY TRANSPORT**

Аннотация: в статье подчеркивается актуальность темы в условиях становления России как основного торгового коридора между Азией и Европой. Определяются основные направления экологизации деятельности ОАО «РЖД». Наиболее важными направлениями по уменьшению вреда для экологии названы минимизация выбросов углекислого газа и переход на электровозы и газотурбовозы.

Abstract: The article emphasizes the relevance of the topic in the context of the emergence of Russia as the main trade corridor between Asia and Europe. The main directions of greening the activities of JSC Russian Railways are determined. The most important areas for reducing harm to the environment are minimizing carbon dioxide emissions and switching to electric locomotives and gas turbine locomotives.

Ключевые слова: логистическая деятельность, экологизация, железнодорожный транспорт, углеродная нейтральность, экологическая стратегия.

Keywords: logistics activities, greening, rail transport, carbon neutrality, environmental strategy.

Парижское глобальное климатическое соглашение, вступившее в силу в ноябре 2016 года, предусматривает планомерное сокращение эмиссии углекислого газа странами-участниками, в число которых входит и Россия. Участие в данном соглашении обязывает Россию разработать систему государственного регулирования эмиссии CO², которая позволит не только осуществлять контроль объемов выбросов углекислого газа и совершенствовать правовую и нормативную базу в области экологии, но и стимулировать развитие «зеленых» технологий. Несмотря на сложную геополитическую обстановку и изменение стратегических целей в деятельности государства, стратегия по достижению углеродной нейтральности остается в тренде. Поэтому крупнейшие публичные компании ежегодно добровольно составляют и обнародуют отчеты об устойчивом развитии, в которых освещаются инициативы по повышению экологичности и приводятся количественные показатели.

Железнодорожный транспорт является стратегически важной отраслью России, учитывая размеры Российской Федерации и низкий процент покрытия автомобильными дорогами ее территории. Политическая обстановка вынуждает Россию укреплять экономические связи с Азиатско-Тихоокеанским регионом, что впоследствии может сделать ее ключевым звеном в торговле между Европой и Азией. В рамках осуществления стратегии транспортного развития до 2030 года правительством РФ сформированы целевые ориентиры провозной способности: в направлении северо-запада – 220 млн тонн, в направлении портов Азово-Черноморского бассейна – 152 млн тонн, по Восточному полигону – 210 млн тонн.

Основой стабильного состояния всей транспортной системы страны выступает железнодорожный транспорт и его инфраструктура. Неизбежным последствием интенсивного использования железнодорожной инфраструктуры является избыточная нагрузка на окружающую среду, хотя из всех видов транспорта он оказывает наименьшее отрицательное влияние на экологию. Доля железнодорожных грузоперевозок в общем объеме составляет 7%, а потребление энергии – лишь 3%. Прямые выбросы CO₂ в атмосферу от использования железных дорог составляют всего лишь 0,3% от общемировых. Данная оценка была проведена Международным энергетическим агентством [1, с. 9].

Таким образом, экологическая ответственность является важной составляющей современной бизнес-стратегии, особенно для крупных логистических операторов. Несмотря на то, что улучшение экологических показателей компаний и внедрение «зеленых» технологий в России находится на начальном этапе, ОАО «Российские Железные Дороги» – один из крупнейших железнодорожных операторов в мире и естественный монополист в РФ – реализовывал экологическую стратегию в течение 2007-2020 годов. Данная стратегия предусматривает широкий спектр инструментов: от технологических инноваций до образовательных инициатив, а также экологически чистые и энергосберегающие технологии, направленные на сокращение выбросов углекислого газа и других загрязняющих веществ. В результате объёмы выбросов загрязняющих веществ от стационарных объектов в холдинге сократились примерно втрое, объём использования воды, как и объём различных отходов – вдвое, показывая пример, насколько эффективна может быть внедряющая их организация [3, с. 1].

Главные направления экологизации логистической деятельности, выявленные на примере экологической стратегии ОАО «РЖД», включают в себя инновационную деятельность, ведущую к повышению энергоэффективности, снижению энергопотребления и сокращению эмиссии углекислого газа; сокращение сбросов и очистку воды; переработку отходов и их вторичное использование; сохранение биоразнообразия, а также восстановление экосистем; сотрудничество с экологическими организациями и экологическое просвещение сотрудников; мониторинг и ведение отчетности.

В таблице 1 представлены основные направления и пути достижения целей экологизации логистической деятельности ОАО «РЖД».

Таблица 1 – Основные направления экологизации деятельности ОАО «РЖД»

Инновационная деятельность в области тягового состава	Сокращение сбросов и очистка воды	Сокращение, переработка и утилизация отходов	Сохранение биоразнообразия
1. Модернизация подвижного состава 2. Повышение энергоэффективности грузоперевозок 3. Создание тягового подвижного состава с гибридными силовыми установками с использованием отечественных литийионных аккумуляторных батарей 4. Развитие собственной электрогенерации на основе возобновляемых источников энергии.	1. Сокращение объемов использованной воды 2. Уменьшение сбросов в открытые водоемы 3. Сокращение сбросов на рельеф местности 4. Очистка сточных вод 5. Вторичное использование	1. Вторичное использование отходов 2. Установка фондоматов для сбора мусора	1. Высаживание саженцев 2. Рекультивация почв 3. Восстановление экосистем

Инновационным направлением работы компании в сфере экологизации является переход на электровозы и газотурбовозы, которые существенно снижают уровень выбросов по сравнению с дизельными локомотивами. Компания также использует современные системы очистки выхлопных газов и строит экологически чистые транспортные терминалы. В России планируется использовать поезда на водородных топливных элементах на острове Сахалин, разрабатываются прототипы водородных локомотивов. Несмотря на высокую цену топлива и высокую взрывоопасность эксплуатационные издержки снижаются, а также уменьшаются выбросы углекислого газа. Газ в сопоставлении с дизельным топливом снижает их на четверть, а также приводит к уменьшению других выбросов в атмосферу [2, с. 156]. Компания также снизила сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты до 0%, а на рельеф местности более чем на 4% за этот же год [3, с. 1].

Для снижения энергопотребления и повышения эффективности использования ресурсов РЖД внедряет системы управления энергетическими ресурсами. Данная инициатива включает в себя использование энергоэффективного освещения, улучшенную теплоизоляцию зданий и использование альтернативных источников энергии, таких как солнечная энергия. Кроме того, рассматривается возможность выпуска вакуумных поездов на магнитной тяге и поездов, оснащённых солнечными батареями.

ОАО «РЖД» также внедряет программы, направленные на сохранение биоразнообразия и защиту природных территорий. Данный аспект включает в себя мероприятия по озеленению территорий вокруг железнодорожных путей и станций. За 10 лет ликвидировано 64 объекта накопленного экологического вреда, осуществляется благоустройство аллей и скверов. ОАО «РЖД» осуществляет защиту и восстановление экосистем в районах прокладки новых путей, например, совместными усилиями ОАО «РЖД» и Министерства природных ресурсов РФ была разработана программа по охране окружающей среды вокруг озера Байкал. Реализация данной программы позволит производить реконструкцию Байкало-Амурской и Транссибирской магистралей без существенного вреда для окружающей среды.

Еще одним направлением экологизации транспорта является увеличение доли контейнерных перевозок, по которым в прошлом году холдинг достиг рекордного показателя – 7,4 млн ДФЭ (20-футовый эквивалент). К 2030 году планируется увеличение на треть – до 10 млн ДФЭ. В начале 2024 года закончена реконструкция узла БАМ в районе станции Пурикал, благодаря чему планируется рост контейнерных перевозок в 64 раза.

Важным направлением экологической стратегии ОАО «РЖД» является регулярный мониторинг и ведение отчетности о своих экологических показателях. Компания внедрила системы мониторинга для отслеживания уровня выбросов, потребления ресурсов и эффективности реализуемых мер. Кроме того, компания стремится к полному соответствию собственных производственных проектов нормативной и технической базе, актуализировав за 2023 год 461 нормативный документ [4, с. 1].

В долгосрочной перспективе развития до 2050 года холдинг «РЖД» ориентируется на достижение углеродной нейтральности. В настоящее время доля компании в общем объеме выбросов загрязняющих веществ в атмосферу и сбросов загрязнённых сточных вод в стране составляет менее 1%, а в общем объеме эмиссии парниковых газов – менее 1,5%. Благодаря реализации широкого спектра проектов ОАО «РЖД» по уровню экологической ответственности является одной из самых передовых в России и в мире [1, с. 1].

Компания подчеркивает важность экологической ответственности в современном мире и является примером того, как крупные логистические операторы могут вносить свой вклад в защиту окружающей среды и устойчивое развитие. Все обозначенные выше направления экологической политики оказывают совокупный эффект на реализацию экологической стратегии ОАО «РЖД» до 2030 года, разработанной с учётом целей устойчивого развития регионов, их географических особенностей, стратегических задач и конкретных проектов. Учитывая вышеизложенное, можно утверждать, что экологизация транспортно-логистической деятельности в Российской Федерации должна быть направлена на решение не только общесистемных задач, но и конкретных проблем.

Список использованных источников:

1. Влияние экологической повестки на международные железнодорожные грузоперевозки [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://index1520.com/upload/medialibrary/e9a/OTLK-eco-ru_3.pdf. (Дата обращения 25.03.2024).
2. Каргинова-Губинова, В.В. Повышение экологичности грузового транспорта на основе учета конфликтов интересов заинтересованных сторон / В.В. Каргинова-Губинова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2023. – Т. 18, № 2. – С. 147-165.
3. Путь к углеродной нейтральности [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://gudok.ru/newspaper/?ID=1575974&archive=2021.08.19> (Дата обращения 25.03.2024).
4. У качества появилась актуальная политика [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://gudok.ru/content/proizvodstvo/1664109/> (Дата обращения 27.03.2024).

Шерстобитова Инна Александровна

Sherstobitova Inna Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»

Master program "Project management and quality management"

e-mail: sherstobitova116@mail.ru

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

AUTOMATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN CONDITIONS OF ECONOMIC TRANSFORMATIONS

Аннотация: в статье приводится анализ инструментов для автоматизации управленческого учета, а именно иллюстрирование отчетности на базе BI-систем. Особое внимание уделяется отечественным продуктам и перспективам перехода на их использование. Цель статьи – выявить тенденции развития отечественных BI-систем и определить преимущества и недостатки перед зарубежными аналогами в нынешних условиях экономических трансформаций.

Abstract: The article provides an analysis of tools for automating management accounting, namely illustrating reporting based on BI systems. Particular attention is paid to domestic products and the prospects for transition to their use. The purpose of the article is to identify trends in the development of domestic BI systems and determine the advantages and disadvantages over foreign analogues in the current conditions of economic transformation.

Ключевые слова: управленческий учёт; автоматизация; бизнес-аналитика; BI-системы; информационные технологии в экономике.

Keywords: management accounting; automation; business analytics; BI systems; information technologies in economics.

На сегодняшний день экономика в России и в мире переживает ряд трансформаций, обусловленных различными внешними факторами, в том числе геополитическими. Для минимизации негативных последствий специальных экономических мер организациям необходимо быстро реагировать и перестраивать свои процессы на более стабильные и безопасные, это касается и автоматизации управленческого учета. Управленческий учет направлен на обеспечение принятия решений на уровне управления организацией посредством процесса сбора, анализа и предоставления первичной информации. Цель управленческого учета – проведение глубокого анализа хозяйственно-экономической деятельности организации, результаты которого будут направлены на выявление тенденций развития и выбора различных альтернатив принятия управленческих решений [1, с. 93].

Для упрощения и ускорения процессов управленческого учета используют специализированные программные решения, которые позволяют повысить эффективность и точность процессов учета, уменьшить возможность человеческих ошибок и упростить анализ данных для принятия решений. Одним из таких инструментов является BI-система для иллюстрирования отчетности. Использование BI-систем значительно улучшает процесс анализа данных, они позволяют связать все информационные ресурсы предприятия в единую цифровую среду, более грамотно планировать ресурсы, своевременно принимать необходимые управленческие решения на основе анализа и интерпретации актуальных данных [2, с. 125]. К ключевым преимуществам данного инструмента относятся:

1. Визуализация данных: BI-системы предоставляют мощные инструменты визуализации данных, которые позволяют представлять информацию в виде диаграмм, графиков, таблиц и других интуитивно понятных форм. Это делает отчетность более привлекательной и удобной для восприятия.

2. Интерактивность: Пользователи BI-систем могут взаимодействовать со своей отчетностью, фильтровать, сортировать и настраивать представление данных в соответствии с их потребностями.

3. Ускорение анализа данных: BI-системы объединяют данные из различных источников, автоматизируют процесс сборки отчетности и упрощают анализ информации.

4. Улучшение доступности данных: BI-системы обеспечивают доступ к отчетности для всех заинтересованных сторон, независимо от их местонахождения или устройства, с которого осуществляется доступ.

5. Увеличение эффективности работы: BI-системы позволяют автоматизировать многие процессы, связанные с созданием и анализом отчетности, что уменьшает время и усилия, затрачиваемые на эти задачи.

6. Сокращение затрат: BI-системы позволяют оптимизировать использование ресурсов и сократить затраты на создание и анализ отчетности, что в итоге приводит к экономии финансовых и временных ресурсов.

До недавнего времени большинство российских компаний активно внедряли в свои процессы зарубежные BI решения для иллюстрации отчетности, такие как – Tableau, Power BI, Qlik Sense, Fine BI. Но с 2022 г. [3, с. 46], после массового оттока зарубежных BI-вендоров, российские компании начали активно перестраиваться в сторону отечественных инструментов визуализации, так как больше не было возможности приобретать, внедрять и обновлять прежние инструменты. К наиболее популярным и технологически устойчивым отечественным BI-системам относятся: Visiology, PIX BI, Форсайт, Analytic Workspace. По сравнению с зарубежными конкурентами российские решения в сфере BI-систем обладают следующими преимуществами [4, с. 2]:

- наличие технической поддержки;
- возможность приобретения, обновления и продления лицензионных обязательств;
- индивидуальная конфигурация под любого пользователя;
- учет специфики российского рынка, законодательства.

Для определения точек роста и потенциалов сравнили отечественный продукт – Analytic Workspace и его ближайшего зарубежного конкурента – Tableau Desktop. Функционал у них идентичен и включает в себя следующие характеристики:

- визуализация данных;
- импорт/экспорт данных;
- мониторинг данных;
- настройка автоматического обновления данных;
- многопользовательский доступ;
- администрирование.

Анализ общих характеристик представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение Analytic Workspace и Tableau Desktop

	Analytic Workspace	Tableau Desktop
Страна-разработчик	Россия	США
Поддерживаемые языки	Русский	Английский, Испанский, Немецкий, Португальский, Французский
Способ оплаты	Подписка (месяц/год), единовременная оплата	Подписка (месяц)
Пробный период	есть	отсутствует
Поддерживаемые ПО	Веб-браузер	macOS, Веб-браузер, iOS, Windows, Linux, Android
Поддерживаемые платформы	Сервер предприятия, Облако (SaaS)	Мобильное устройство, Персональный компьютер, Сервер предприятия, Облако (SaaS)

Таким образом, видим, что в части общих характеристик отечественному продукту стоит сделать упор на развитие поддерживаемых ПО и укрупнению возможности развертывания на различных платформах. Так же стоит добавить дополнительные настройки поддерживаемых языков, чтобы в перспективе выйти с данным продуктом на международный рынок. Исходя из этого, можем сделать вывод о том, что переход от зарубежных к отечественным инструментам визуализации отчетности по средствам BI-систем является перспективным решением для автоматизации

управленческого учета. Отток зарубежных ВІ-продуктов позволил отечественной разработке зарекомендовать себя в области внедрения информационных технологий в экономическую отрасль.

ВІ из операционного инструмента становится критически важным элементом инфраструктуры. В дальнейшем развитие данной отрасли приведет к активному внедрению на российском рынке глобальных трендов на машинное обучение, искусственный интеллект, предикативную аналитику, прогнозно-статистические модели. Это станет возможным, когда пользователи примут ВІ не как дополнение к своей работе, а непосредственно как инструмент, позволяющий принимать решения на основе достоверных данных.

Список использованных источников:

1. Дербенева Е.В., Горшкова Н.В. Управленческий учет как элемент системы бухгалтерского учета экономического субъекта // Вестник науки. – 2024. – №3(72). – С. 88-100.
2. Иванченко О.В. Интеллектуальный анализ данных и бизнес-аналитика в управлении бизнесом и маркетинге // Вестник РГЭУ РИНХ. – 2022. – №4(80). – С. 125-130.
3. Соколова М.А., Зотова А.А. Характеристика современных ВІ-систем // Финансовые рынки и банки. – 2022. – №11. – С. 44-48.
4. Лабабиди М. Системы поддержки принятия решений управления (СППР) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://soware.ru/compare/tableau-desktop-vs-analytic-workspace> (дата обращения 13.04.2024 г.).

УДК 339

Шеттаб Салах Эддин
Chettab Salah Eddine

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международная торговля»
Master program “International trade”
e-mail: salahchettab2@gmail.com

**РОЛЬ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ
В ДОСТИЖЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
THE ROLE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES
IN ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Аннотация: Цель исследования – узнать роль возобновляемых источников энергии в достижении устойчивого развития, а также проанализировать уровень глобальных инвестиций и размер мирового рынка возобновляемых источников энергии, а также возможность использования возобновляемых источников энергии для удовлетворения глобального спроса в ближайшие годы.

Abstract: The purpose of the article's research is to find out the role of renewable energy sources in achieving sustainable development, as well as to analyze the level of global investment and the size of the global market for renewable energy sources, as well as the possibility of using renewable energy sources to meet global demand in the coming years.

Ключевые слова: международная торговля, возобновляемые источники энергии, устойчивое развитие.

Keywords: international trade, renewable energy sources, sustainable development.

Решения и предложения Конференции COP28. Согласно отчету 28-ой Конференции Сторон (COP28), конференция подтверждает, что 2030 год установит новый рекорд использования возобновляемых источников энергии в глобальной энергетической структуре, поскольку он достигнет 473 гигаватт [2]. COP28 приняла ряд решений и ожиданий, а именно:

1. Увеличить производство энергии из возобновляемых источников и утроить его к 2030 году.

2. Мощность возобновляемых источников энергии должна быть утроена, а национальные усилия по улучшению инфраструктуры должны быть скоординированы.

3. Политические изменения и геополитические сдвиги приводят к снижению затрат, ускоряют внедрение возобновляемых источников энергии на мировые рынки, поддерживают политику, расширяют возможности рабочей силы, а также расширяют финансирование и международное сотрудничество.

4. Для увеличения мощности возобновляемых источников энергии к 2030 году необходимо будет ежегодно устанавливать около 1100 гигаватт возобновляемых источников энергии, что более чем вдвое превышает рекорд, установленный в 2023 году.

5. Чтобы достичь вдвое рекорда, зафиксированного в 2023 году, необходимо увеличить ежегодные инвестиции в производство возобновляемой энергии с 570 миллиардов долларов в 2023 году до 1550 миллиардов долларов в среднем каждый год в период с 2024 по 2030 год.

6. Необходимо увеличить инвестиции в инфраструктуру и эксплуатацию энергетических систем (таких как сети и хранилища), модернизировать политику и правила (например, структуру энергетического рынка и упрощение лицензирования), укрепить цепочки поставок, развить необходимые навыки и значительно увеличить инвестиции, используя государственное финансирование через международное партнерство.

7. Стратегическое использование государственного финансирования имеет решающее значение для привлечения крупных инвестиций и достижения справедливого энергетического перехода, который отражает выгоды для всех сторон, в социальном и экономическом плане, это требует структурных реформ в многосторонних механизмах финансирования для поддержки эффективного перехода к экологически чистой энергии.

Глобальные инвестиции в возобновляемую энергетику продолжают расти с 2015 по 2023 год, но только в 2017 году произошел спад, так как объем инвестиций в 2015 году достиг 1,074 млрд долларов США, а в 2023 году объем инвестиций увеличился до 1,740 млрд долларов США. Таблица 1 и рисунок 1 отображают вышеупомянутую статистику.

Таблица 1 – Глобальные инвестиции в чистую энергию

Годы	Миллиарды долларов США
2015	1074
2016	1132
2017	1129
2018	1137
2019	1225
2020	1259
2021	1408
2022	1617
2023	1740

Источник: американский классификационный сайт WiseFutter.

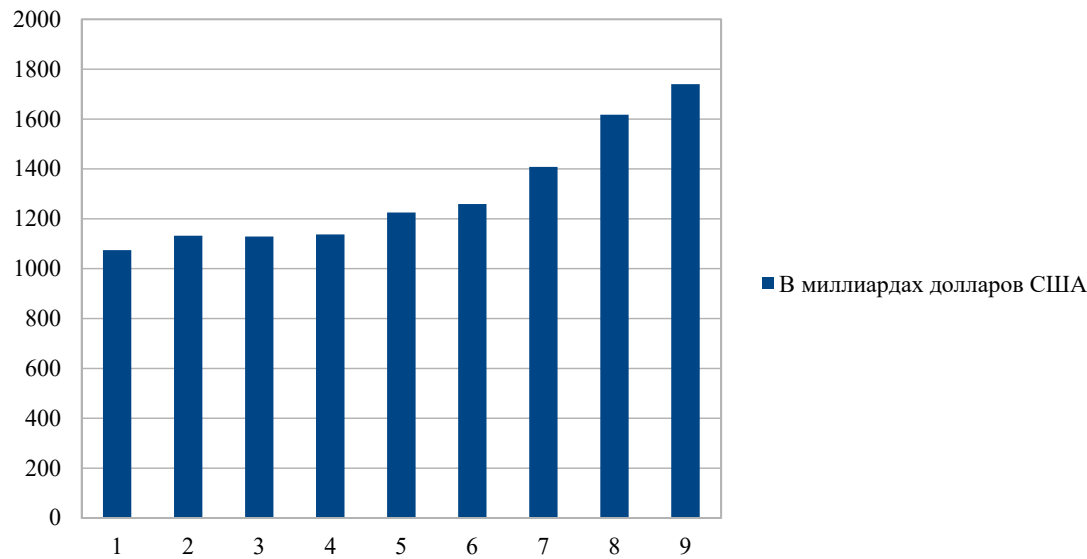


Рисунок 1 – Глобальные инвестиции в чистую энергию

Источник: американский классификационный сайт WiseFutter

Рынок возобновляемых источников энергии (2024-2029 гг.). Ожидается что размер рынка возобновляемой энергии вырастет в ожидаемый период (2024-2029 год), а размер рынка возобновляемой энергии в 2024 году, как ожидается, достигнет 4,24 тераватт, размер возобновляемой энергии ожидается,

что к 2029 году достигнет 5,98 тераватт при темпах среднегодового роста 7,09% в течение ожидаемого периода (2024-2029 гг.) и в долгосрочной перспективе основными движущими факторами рынка являются в благоприятной государственной политике и более широком использовании возобновляемых источников энергии при падении цен на солнечные панели и ветряные турбины и технологические достижения в производстве, вероятно, обеспечат энергию [1]. Солнечные фотоэлектрические системы и решение проблем прерывистости с использованием систем хранения энергии открывают огромные возможности для изучаемого рынка и ожидается что Азиатско-Тихоокеанский регион станет самым быстрорастущим рынком в течение прогнозируемого периода, причем большая часть будет исходить из Китая и Индии.

По данным американского классификационного веб-сайта WiseFuter, Исландия возглавляет список стран-производителей экологически чистой энергии в мире, производя 87% своей энергии из возобновляемых источников энергии, на втором месте следует Норвегия с 72% и Швеция с 51%. Рейтинг остальных стран-производителей выглядит следующим образом:

Таблица 2 – 10 крупнейших стран-производителей экологически чистой энергии в мире [3]

№ п/п	Страны	Процент производства экологически чистой энергии в мире
1	Исландия	87%
2	Норвегия	72%
3	Швеция	51%
4	Бразилия	46%
5	Новая Зеландия	40%
6	Дания	39%
7	Австрия	38%
8	Швейцария	37%
9	Финляндия	35%
10	Колумбия	33%

Источник: Международное энергетическое агентство.

Глобальные расходы на чистую энергию каждые четыре года с 2004 по 2023 год. Что касается расходов на возобновляемую энергетику, то они непрерывно увеличиваются каждые четыре года, так объем расходов в 2004 году составлял 0,03 триллиона долларов США, в 2008 году он вырос до 0,16 триллиона долларов США, а в 2020 году расходы уже увеличились до 1,77 триллиона долларов США.

Устойчивое развитие и возобновляемые источники энергии. Отношения между возобновляемыми источниками энергии и устойчивым развитием разделены на три измерения:

1. Экономическое измерение.

- изменение структуры потребления и сокращение потребления ископаемых энергоресурсов;
- снижение местного энергопотребления за счет использования альтернативных источников энергии.

2. Социальное измерение.

- предоставление возможностей трудоустройства;
- снижая бремя энергопотребления, новые виды энергии использовались для удовлетворения социальных нужд;
- используйте их в сельском хозяйстве, отоплении и снизьте затраты граждан на электроэнергию.

3. Экологическое измерение.

- изменение структуры потребления и сокращение потребления ископаемых энергоресурсов;
- снижение местного энергопотребления за счет использования альтернативных источников энергии.

В заключение приведем некоторые выводы и предложения.

Выводы:

1. Возобновляемые источники энергии способствуют достижению устойчивого развития, влияя на переменные в их экономическом, социальном и экологическом измерениях.

2. Возобновляемые источники энергии демонстрируют значительное развитие в их производстве и использовании во всем мире, но они варьируются в зависимости от стран в зависимости от их экономических, социальных и экологических условий.

3. Общий и средний потоки финансирования возобновляемой энергетики были разными, поэтому ясно, что средние потоки колебались между странами, на уровне групп доходов, а также стран внутри одной группы. Отмечается, что потоки финансирования всей возобновляемой энергетики имеют различную связь с устойчивым развитием.

Многие страны, особенно страны с низкими доходами, сталкиваются с серьезными проблемами и препятствиями на пути производства и использования возобновляемых источников энергии, включая институциональные, экономические, технические и маркетинговые препятствия и т.д.

Предложения:

1. Создание сектора или органа, специализирующегося на возобновляемых источниках энергии и современных технологиях. Направить часть финансовых потоков на создание и развитие возобновляемых источников энергии, чтобы обеспечить энергоснабжение будущих поколений и внести вклад в уменьшение явления глобального потепления.

2. Распространение культуры осознания важности рационализации потребления истощенной энергии для смягчения негативного воздействия на окружающую среду в результате ее использования и постепенного перехода к использованию возобновляемых источников энергии.

3. Поддержка возобновляемых источников энергии и диверсификация ее источников, чтобы идти в ногу с мировыми тенденциями, призывающими к использованию чистых источников энергии, совместимых с достижением требований устойчивого развития.

Список использованных источников:

1. Глобальный рынок возобновляемых источников энергии [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.mordorintelligence.com/ar/industry-reports/global-renewable-energy-market-industry> (дата обращения 01.04.2024).

2. Отслеживание результатов COP28: утроение мощности возобновляемых источников энергии к 2030 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.irena.org/Publications/2024/Mar/Tracking-COP28-outcomes-Tripling-renewable-power-capacity-by-2030> (дата обращения 05.04.2024).

3. Абу-Даби, Объединенные Арабские Эмираты/Берлин, Германия; 19 марта 2024 г, Новое заявление Международного энергетического агентства было усилено.

4. Страны с наибольшим количеством возобновляемых источников энергии [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://wisevoter.com/country-rankings/renewable-energy-by-country/#countries-with-the-most-renewable-energy> (дата обращения 05.04.2024).

УДК 336.025

Широбакина Елизавета Алексеевна
Shirobakina Elizaveta Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление рисками и контроллинг»
Master program “Risk Management and Controlling”

e-mail: e.a.shirobakina@gmail.com

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОМ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ: КАКИЕ СТРАТЕГИИ ВЫБИРАЮТ РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ

CAPITAL MANAGEMENT IN AN UNSTABLE ECONOMY: WHAT STRATEGIES RUSSIAN COMPANIES CHOOSE

Аннотация: в условиях экономической нестабильности российские компании вынуждены оперировать в сложных финансовых условиях, чтобы обеспечить устойчивый рост и стабильность. В данной статье рассматриваются различные стратегии, используемые российскими компаниями в управлении своим капиталом в нестабильной

экономике. В результате изучения таких факторов, как колебания на рынке, регуляторные вызовы и геополитические влияния, выделены инструменты управления капиталом компаний в России.

Abstract: In the face of economic volatility, Russian companies are compelled to navigate complex financial landscapes to ensure sustainable growth and stability. This article examines the various strategies employed by Russian companies in managing their capital amidst an unstable economy. By exploring factors such as market fluctuations, regulatory challenges, and geopolitical influences, the strategies Russian companies choose have been identified.

Ключевые слова: Управление капиталом, Нестабильная экономика, Российские компании, Финансовые стратегии, Снижение рисков

Keywords: Capital management, Unstable economy, Russian companies, Financial strategies, Risk mitigation

In the midst of economic uncertainty and fluctuating market conditions, Russian companies face formidable challenges in managing their capital effectively. The volatile nature of the global economy, compounded by geopolitical tensions and regulatory complexities, requires companies to adopt agile and strategic approaches to safeguard their financial health and sustain growth. In this article, we delve into the strategies employed by Russian companies to navigate the intricacies of capital management amidst an unstable economic landscape [1].

Prudent financial planning and budgeting stand as cornerstone strategies adopted by Russian companies to navigate the volatile economic landscape effectively. In the face of unpredictable market dynamics, these companies understand the significance of meticulously managing their finances to achieve sustainable growth and mitigate potential risks.

The process of prudent financial planning begins with the establishment of a comprehensive budget that aligns with the company's strategic objectives and operational priorities. This involves setting clear financial targets, allocating resources judiciously across various departments and projects, and defining key performance indicators to monitor progress and measure success. Russian companies recognize the importance of involving stakeholders from different levels of the organization in the budgeting process to ensure buy-in and alignment with overarching business goals [2].

Once the budget is established, Russian companies undertake a meticulous process of disciplined budget allocation to ensure that available resources are utilized optimally. This involves a thorough examination of each expense category to determine its alignment with the organization's strategic objectives and anticipated returns on investment.

To begin with, companies meticulously scrutinize each expense category within the budget. This entails breaking down expenditures into specific

line items and analyzing the purpose and necessity of each expense. By categorizing expenses based on their strategic significance and contribution to overall objectives, companies gain clarity on where resources are being allocated and whether these allocations are in line with the organization's priorities [3].

Furthermore, Russian companies evaluate the potential returns on investment associated with each expenditure. This involves assessing the expected impact of investments on revenue generation, cost reduction, operational efficiency, or other key performance indicators. By prioritizing investments that offer the highest potential for value creation and aligning spending with activities that directly contribute to revenue generation, companies can ensure that resources are directed towards initiatives that yield tangible benefits and drive sustainable growth.

Moreover, companies prioritize investments that support long-term strategic goals and competitive advantages. This may involve allocating resources towards research and development, technology upgrades, talent acquisition, or expansion into new markets. By aligning spending decisions with strategic imperatives, companies can position themselves for future success and enhance their competitive position in the marketplace [4].

In addition, Russian companies are vigilant about balancing short-term financial considerations with long-term strategic objectives. While it may be tempting to prioritize immediate cost savings or profit maximization, companies recognize the importance of investing in initiatives that lay the foundation for sustained growth and resilience. This requires striking a delicate balance between short-term financial performance and long-term value creation, ensuring that budget allocations support both immediate needs and future aspirations.

Central to prudent financial planning is the close monitoring of cash flows and expenditure patterns. Russian companies employ sophisticated financial management tools and techniques to track incoming and outgoing cash flows in real time, enabling them to identify potential cash flow gaps or liquidity challenges before they escalate into critical issues. By maintaining a vigilant stance on cash flow management, companies can proactively address liquidity constraints, seize opportunities for cost savings, and optimize working capital management.

Furthermore, the process of continuous monitoring and analysis allows companies to identify areas of inefficiency or underperformance within their operations. By conducting regular reviews of expenditure patterns, companies can pinpoint areas where resources are being misallocated or where costs are exceeding budgeted amounts. Armed with this insight, companies can take corrective actions such as implementing cost-saving measures, renegotiating contracts with

suppliers, or reallocating resources to high-potential projects to enhance overall financial performance and resilience [5].

Additionally, Russian companies actively engage in diversification strategies to mitigate risks associated with economic instability. Diversifying revenue streams and investment portfolios across different sectors and markets enables companies to minimize exposure to sector-specific downturns or geopolitical uncertainties. By spreading risk across multiple assets, companies can buffer against adverse market conditions and maintain a balanced financial profile.

Strategic debt management is a critical component of capital management for Russian companies, especially in the context of an unstable economic environment. Debt, when used judiciously, can serve as a powerful tool for financing growth initiatives and expanding business operations. However, excessive reliance on debt financing can expose companies to heightened financial risks, particularly during periods of economic instability.

Russian companies recognize the importance of carefully evaluating their debt levels to ensure they remain within manageable limits. By assessing their borrowing capacity and repayment capabilities, companies can avoid overleveraging, which could otherwise strain their financial resources and jeopardize long-term sustainability. This involves conducting thorough financial analyses to determine the optimal balance between debt and equity financing, taking into account factors such as cash flow projections, asset quality, and market conditions.

Moreover, Russian companies prioritize establishing strong relationships with creditors and lenders to negotiate favorable terms and conditions for their debt instruments. By cultivating trust and transparency in their dealings with financial institutions, companies can access financing at competitive interest rates and favorable repayment terms. This not only reduces the cost of capital but also enhances financial flexibility by providing access to additional funding sources when needed.

In addition to optimizing their capital structure through strategic debt management, Russian companies focus on implementing effective risk mitigation strategies to safeguard against potential financial shocks. This includes diversifying their debt portfolio across different types of financing instruments and maturities, as well as maintaining adequate liquidity reserves to cover unexpected expenses or cash flow disruptions. By proactively managing their debt obligations and monitoring market dynamics, companies can navigate economic uncertainties with greater resilience and agility.

Overall, strategic debt management plays a crucial role in helping Russian companies maintain financial stability and flexibility in an unstable economic

environment. By prudently managing their debt levels, negotiating favorable financing terms, and implementing robust risk mitigation measures, companies can position themselves for sustainable growth and resilience amidst fluctuating market conditions.

In tandem with financial prudence, Russian companies place a strong emphasis on enhancing operational efficiency and productivity. By streamlining business processes, optimizing supply chains, and embracing technological innovations, companies can reduce overhead costs and improve profit margins, even in challenging economic conditions. Moreover, investing in employee training and development fosters a culture of innovation and resilience, enabling companies to adapt swiftly to changing market dynamics and capitalize on emerging opportunities.

Despite the inherent challenges posed by an unstable economy, Russian companies also recognize the importance of strategic partnerships and collaborations. By forging alliances with industry peers, suppliers, and government agencies, companies can access new markets, share resources, and leverage collective expertise to drive innovation and growth. Collaborative ventures not only enhance market competitiveness but also provide a buffer against external shocks, reinforcing the resilience of Russian companies in times of economic uncertainty.

In conclusion, capital management in an unstable economy presents formidable challenges for Russian companies, necessitating adaptive strategies and agile decision-making. By prioritizing financial discipline, diversification, debt management, operational excellence, and strategic collaboration, Russian companies can navigate turbulent economic waters with resilience and emerge stronger in the face of adversity. Through continuous innovation and prudent risk management, Russian companies are poised to thrive amidst uncertainty, driving sustainable growth and value creation in the evolving economic landscape.

References:

1. Brusov, P.N., & Filatova, T.V. (2012). Financial Management. Long-term Financial Policy. Investments: Textbook. Moscow: KnoRus.
2. Vasilieva, L.S., & Petrovskaya, M.V. (2008). Financial Analysis: Textbook. Moscow: KnoRus.
3. Gazman, V.A. (2005). Financial Leasing: Textbook. Moscow: Alfa Press.
4. Yelmurzaeva, A.B. (2011). Enterprise Capital: Structure and Efficiency of Use: Methodological Approach to the Analysis of Capital Structure Financing. Russian Entrepreneurship, 4(1), 74-80.
5. Ionova, A.F., & Selezneva, N. N. (2010). Financial Management: Textbook. Moscow: Prospekt.

Шмелева Татьяна Николаевна

Shmeleva Tatyana Nikolaevna

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Организация и управление в социальной работе»

Master program "Organization and management in social work"

e-mail: 89213898085@mail.ru

**ОСОБЕННОСТИ И СЛОЖНОСТИ АДАПТАЦИИ
МЕСТ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ МНОГОКВАРТИРНОГО ДОМА
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ДРУГИХ МАЛОМОБИЛЬНЫХ
ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ**

**FEATURES AND COMPLEXITY
OF COMMON AREAS ADAPTATION IN APARTMENT BUILDINGS
FOR PEOPLE WITH DISABILITIES
AND OTHER PEOPLE WITH LIMITED MOBILITY**

Аннотация: в статье рассматриваются нормативы конструкций, применение и эксплуатация специального оборудования в условиях многоквартирного дома для обеспечения комфортного проживания инвалидов и маломобильных групп населения. Освещаются основные направления в реализации конструктивных решений и проблем технического и экономического характера в вопросе реализации проектов переустройства оборудования.

Abstract: The article considers standards of constructions, use and operation of special equipment in apartment buildings to ensure comfortable living conditions for people with disabilities and people with limited mobility. The main directions of the implementation of constructive solutions are highlighted. Technical and economic challenges in the implementation of equipment restructurization projects are also considered.

Ключевые слова: маломобильная группа населения, лица с ограниченными возможностями, городская инфраструктура, адаптация мест общего пользования, доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения.

Keywords: people with limited mobility, persons with disabilities, urban infrastructure, adaptation of common areas, accessibility of buildings and structures for people with limited mobility.

В условиях современного прогрессивного общества забота о ближнем и обеспечение равных прав и возможностей для всех категорий граждан становится реальной задачей, к решению которой подходят комплексно и всесторонне. Для реализации мер по обеспечению комфортных условий проживания в условиях многоквартирных домов ис-

пользуются не только правовые нормы, но также разрабатываются технические нормативы, экономические обоснования мер, в рамках полномочий ответственных за управлением домами (независимо от формы управления).

Для регулирования технической стороны в вопросе норм и стандартов элементов обустройства и размещения специального оборудования для обеспечения доступности зданий действует свод правил, который разработан в соответствии с принципами Конвенции ООН о правах инвалидов, вступившей в силу в Российской Федерации 25 октября 2012 г – СП 59.13330.2020 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения.

Настоящий свод правил разработан в целях обеспечения соблюдения требований федеральных законов от 29 декабря 2004 г. №190-ФЗ «Градостроительный кодекс Российской Федерации», от 24 ноября 1995 г. №181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», от 27 декабря 2002 г. №184-ФЗ «О техническом регулировании», от 30 марта 1999 г. №52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» и направлен на обеспечение технического стандарта к разработке проектных решений в условиях зданий и сооружений.

Тем не менее существует ряд сложностей в реализации и применении на практике вышеуказанных правил и универсальных проектов в условиях жилищного фонда. Одна из причин – это многообразие серий построек, в которых на уровне проектирования ранее не были учтены вероятные переустройства (благоустройство) с целью обеспечения доступности маломобильным категориям граждан.

Согласно данным статистического сборника «Жилищное хозяйство в России 2022», разработанного Федеральной службой государственной статистики, приведена таблица с сортировкой построек жилищного фонда в соответствии с годами [2, с. 17].

	Годы постройки				
	до 1920	1921–1945	1946–1970	1971–1995	после 1995
Число жилых домов (индивидуально-определенных зданий)	697 465	1 585 839	6 996 215	4 805 010	4 499 264
Число многоквартирных домов	59 269	89 661	550 819	709 337	202 296
Число домов блокированной застройки	56 926	117 384	725 004	989 526	212 013
Общая площадь жилых помещений, тыс. м ²	77 420	142 216	977 909	1 446 473	1 380 008

Рисунок 1 – Распределение жилищного фонда по годам постройки



Рисунок 2 – Количество построенных многоквартирных домов
в Санкт-Петербурге по годам

Вышеуказанные статистические данные иллюстрируют, что наибольший рост в индустрии строительства многоквартирных домов на территории г. Санкт-Петербург пришелся на период 1971-1995гг. Следует отметить, что в тот период основной социально-экономической задачей государства было обеспечение каждой советской семьи жилыми помещениями в рамках ограниченного бюджета.

Строительство жилых домов серийной застройки (первое поколение советского типового и индустриального домостроения) с 1959 по 1985 год, экономия пространства в местах общего пользования, относительная легкость и скорость строительства позволили ежегодно вводить 110 млн. квадратных метров жилья. Безусловно, приоритетное внимание уделялось жилым площадям, сокращению расходов и повышению производительности. В результате государственных решений в вопросе урбанизации, население получило жилищный фонд с узкими коридорами, с высокими лестничными маршами, узкими дверными проемами. В многоквартирных домах планировка и площадь мест общего пользования не позволяют реализовать обустройство входных групп и лестничных клеток для свободного передвижения инвалидов и маломобильных групп в соответствии с актуальными рекомендованными и унифицированными нормами. В таких случаях государственные органы предпринимают меры помощи, а именно, обеспечивают работу комиссии по обследованию помещений, в которых проживает инвалид, формированию заклю-

чения о возможности или заключения об отсутствии возможности приспособления жилого помещения инвалида и общего имущества в многоквартирном доме с учетом потребностей инвалида и обеспечения условий их доступности для инвалида, реализуют программы по переселению граждан, нуждающихся в обеспечении условий комфортного проживания и передвижения, в другие дома с учетом площади в собственности.

Следует отметить, что управляющие компании в системе жилищно-коммунального хозяйства обязаны обеспечивать содержание общедомового имущества, при этом обеспечив комфортную и безопасную среду для жителей. Согласно положениям Жилищного Кодекса Российской Федерации (далее – ЖК РФ), плата за содержание жилых помещений включает в себя ряд направлений деятельности организации, управляющей домом. В соответствии с правилами содержания и в соответствии с минимальным перечнем услуг и работ, необходимым для обеспечения надлежащего содержания общего имущества в многоквартирном доме, утверждёнными постановлением Правительства Российской Федерации от 13.08.2006 №491, постановлением Правительства Российской Федерации от 03.04.2013 №290, постановлением Госстроя РФ от 27 сентября 2003 г. №170 «Об утверждении Правил и норм технической эксплуатации жилищного фонда», размер платы за содержание жилого помещения включает в себя такую составляющую, как обеспечение «доступность пользования жилыми и (или) нежилыми помещениями, помещениями общего пользования, а также земельным участком, в том числе для инвалидов и иных маломобильных групп населения». [4, с. 55]

Установка (ремонт, замена) пандусов в многоквартирном доме в рамках содержания общего имущества жилого дома возможна в случае их изначального обустройства в соответствии с проектными решениями дома (в соответствии с техническим паспортом). В случае отсутствия специального оборудования в проектных решениях дома, приведение конструктивных характеристик дома в соответствие с требованиями строительных норм и правил (СНиП) и обеспечения возможности установки оборудования, относятся к компетенции общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, согласно ст. 44 Жилищного кодекса Российской Федерации.

Расходы на переоборудование входной группы требует не только разработки и утверждения проекта реконструкции (переоборудования), но и финансового участия средств бюджета платы за содержание. ЖК РФ обязует управляющую компанию согласовывать работы со

всеми собственниками. Расходы на текущий ремонт общедомового имущества должны быть утверждены решением общего собрания собственников. Часто кворум у собрания отсутствует, либо решение отрицательное, так как имеет место нежелание собственников финансировать проект для одного нуждающегося. В такой ситуации необходимо финансовое участие некоммерческих и/или реализация государственных программ. В настоящее время программа «Доступная среда» активно принимает участие в решении вопроса адаптации мест общего пользования многоквартирных домов.

С точки зрения законодательства, в настоящее время Постановлением Правительства РФ от 09.07.2016 №649 «О мерах по приспособлению жилых помещений и общего имущества в многоквартирном доме с учетом потребностей инвалидов» закреплён порядок обеспечения доступности и требования к жилому имуществу и общему имуществу многоквартирного дома, в котором проживает инвалид. Многоквартирные дома, которые строятся и вводятся в эксплуатацию с 2016г., обеспечены элементами и оборудованием для обеспечения комфортных условий проживания всех категорий граждан.

Проблема обеспечения комфортных условий проживания, доступности и требований к жилому и общему имуществу многоквартирного дома инвалидов и маломобильных групп населения ещё сохраняет свою остроту и актуальность, но меры по решению сложившейся ситуации уже законодательно отражены, разработаны технические регламенты, а также реализация полномасштабного проекта «Доступная среда» вносит вклад в развитие городской инфраструктуры, в том числе по благоустройству и модернизации домов, где проживают инвалиды.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства РФ от 09.07.2016 №649 «О мерах по приспособлению жилых помещений и общего имущества в многоквартирном доме с учетом потребностей инвалидов» [Электронный источник] // КонсультантПлюс.
2. СП 59.13330.2020. «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» [Электронный источник]. Режим доступа: <https://tiflocentre.ru/download/sp59-13330-2020.pdf>
3. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга [Электронный источник]. Режим доступа: https://www.gov.spb.ru/gov/terr/reg_petrograd/dostupnaya-sreda/
4. Онлайн-сервис Дом.МинЖКХ [Электронный источник]. Режим доступа: <https://dom.mingkh.ru/sankt-peterburg/sankt-peterburg/#stats/>

Шокин Станислав Юрьевич

Shokin Stanislav Yurievich

Санкт-Петербургский государственный

экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Финансовый учёт, анализ и аудит»

Master program "Financial accounting, analysis and audit"

e-mail: syoushokin@gmail.com

**УЧЁТ СОЗДАНИЯ И ДОРАБОТКИ
ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
В КОНТЕКСТЕ НАЧАЛА ДЕЙСТВИЯ ФСБУ 14/2022**

**ACCOUNTING FOR SOFTWARE DEVELOPMENT
AND ENHANCEMENT IN THE CONTEXT
OF FAS 14/2022 COMMENCEMENT**

Аннотация: Статья посвящена актуальным вопросам бухгалтерского учёта программного обеспечения организацией-разработчиком. Рассматриваются проблемы определения срока полезного использования программного обеспечения, учёта его улучшений и признания нематериального актива при упрощённом ведении бухгалтерского учёта.

Abstract: The article is devoted to topical issues of accounting for software by a development organisation. It considers the problems of determining the useful life of software, accounting for its improvements and recognising an intangible asset under simplified accounting.

Ключевые слова: бухгалтерский учёт, нематериальные активы, программное обеспечение, ФСБУ 14/2022.

Keywords: accounting, intangible assets, software, FAS 14/2022.

В условиях ускоряющейся цифровизации различное программное обеспечение становится одним из наиболее востребованных продуктов, как со стороны населения, так и со стороны организаций. Программное обеспечение (ПО) с каждым годом становится разнообразнее, в связи с чем, у организаций-разработчиков возникает необходимость грамотного учёта данного вида актива. Одними из наиболее проблемных вопросов являются определение адекватного срока полезного использования ПО и учёт затрат на его доработку и улучшение.

Сайты, мобильные приложения, электронные сервисы, операционные системы, системы управления базами данных, CRM, CMS, ERP-системы – одни из видов современного программного обеспечения, используемых практически повсеместно. С точки зрения бухгалтерского учёта данные объекты для компаний, которые их разрабатывают, удовлетворяют призна-

кам нематериального актива, перечисленным в п. 4 Федерального стандарта бухгалтерского учёта 14/2022 «Нематериальные активы» [4]. Программное обеспечение не имеет физического воплощения, обычно используется для предоставления другим лицам за плату или используется внутри компании. ПО приносит экономические выгоды, причём, как правило, дольше 12 месяцев, и компания имеет возможность ограничить доступ к нему другим лицам (зафиксировать исключительные права). При этом, ограничение может достигаться как за счёт патентования, так и за счёт сохранения коммерческой тайны (ноу-хау).

Специфика нематериального актива заключается в неподверженности физическому износу, что затрудняет определение адекватного срока полезного использования (СПИ). Сроком полезного использования считается период, в течение которого нематериальный актив будет способен приносить экономические выгоды. Программное обеспечение, при поддержании его работоспособности со стороны разработчика, теоретически способно приносить экономические выгоды вечно. При этом поддержание работоспособности ограничено периодом существования фирмы. Соответственно, при определении срока полезного использования ПО можно руководствоваться планируемым сроком существования фирмы, однако, такой срок может также быть неопределённым. ФСБУ 14/2022 предусматривает возможность приравнивания срока полезного использования и срока действия прав на результат интеллектуальной деятельности, что в применении к программному обеспечению может означать срок действия патента на зарегистрированную программу для ЭВМ. Однако, как упоминалось ранее, программное обеспечение может быть защищено коммерческой тайной (быть ноу-хау), что является распространённой стратегией, поскольку стоимость патентования и затраты на поддержание патента зачастую достаточно велики. Организация может использовать другие «ориентиры» для определения срока полезного использования ПО, например, предполагаемый срок эксплуатации. Однако, специфика актива предполагает, что подобные оценки могут не сформировать адекватных ограничений срока полезного использования. Если отсутствует объективная возможность определения ограниченного срока, в течение которого ПО будет приносить экономические выгоды, необходимо классифицировать ПО как актив с неопределённым сроком полезного использования, что влечёт за собой отсутствие ежемесячных амортизационных отчислений. Следствием такого решения будет отсутствие возможности списать на расходы затраты по приобретению, созданию или улучшению ПО до момента полного списания всего актива или выявления ограниченного СПИ. При признании такого актива организация не реже, чем раз в год или при появлении соответствующих факторов должна проверять актив на предмет наличия возможности определения СПИ.

Программное обеспечение после создания нуждается в непрерывных работах по поддержанию его работоспособности и актуальности. Сайты, программы, приложения и нематериальные активы в целом, как было сказано ранее, не подвержены физическому износу, однако подвержены моральному износу, в особенности моральному износу второго рода. Поэтому для сохранения уровня экономических выгод, приносимых данным нематериальным активом, организация-разработчик может регулярно осуществлять затраты, которые будут признаваться расходами отчётного периода. Однако, в рамках развития фирмы ПО может существенно меняться, например, может существенно расширяться функционал, ускоряться процесс пользования (загрузки страниц, времени ожидания после нажатия), что ведёт к расширению его целевой аудитории, круга возможных пользователей (клиентов, лицензиатов), что в свою очередь может привести к существенному увеличению приносимых этим ПО экономических выгод. Как следствие, затраты по улучшению ПО целесообразно учесть в стоимости нематериального актива и оценивать его по более высокой стоимости, чем изначальная. В ПБУ 14/2007 отсутствовал механизм изменения первоначальной стоимости НМА, в связи с чем учесть подобные существенные доработки в стоимости нематериального актива было затруднительно. ПБУ при существенном изменении стоимости нематериального актива предусматривал списание старого и постановку на учёт нового актива [3]. При подготовке и утверждении ФСБУ 14/2022, вопросы учёта создания и улучшения нематериальных активов были выведены в ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения». Данный стандарт приравнивает к капитальным вложениям улучшение объектов нематериальных активов, связанное с повышением первоначально принятых нормативных показателей функционирования таких объектов [1]. При этом важно, чтобы направленные на улучшение затраты действительно обеспечивали дополнительные экономические выгоды в будущем и была чётко определена их сумма или приравненная к ней величина. Также, период функционирования данных нововведений должен быть не менее 12 месяцев, иначе следует признавать подобные вложения в составе текущих расходов. Затраты на сохранение, поддержание нормативных показателей функционирования нематериального актива, отличные от затрат на улучшение, также необходимо признавать расходами периода. Сумма, увеличивающая стоимость нематериального актива складывается из фактических затрат организации на улучшение этого актива. Такими затратами могут быть оплата услуг соответствующих специалистов (backendi frontendразработчиков, тестировщиков, дизайнеров), аренда дополнительных серверов, а также прочие расходы, связанными с улучшением

нематериального актива, например, госпошлины за регистрацию изменений. Последние затраты могут быть особенно актуальны при использовании патентования в качестве способа защиты интеллектуальной собственности. Основные проводки по учёту операций, связанных с доработкой программного обеспечения представлены в таблице 1. Бухгалтерские проводки при отражении доработки ПО аналогичны проводкам при отражении создания или приобретения такого актива.

Таблица 1 – Основные проводки
по улучшению нематериальных активов

Содержание операции	Дебет	Кредит
– Принятие к учёту услуг/работ исполнителей/подрядчиков по доработке (улучшению) ПО – Принятие к учёту прочих услуг, необходимых для улучшения ПО (н-р аренда серверов)	08.05 «Приобретение нематериальных активов»	60.01
Принятие к учёту входного НДС (при наличии)	19.04	60.01
Начисление госпошлины, связанной с улучшением ПО	08.05	68
Начисление зарплаты сотрудникам, работавшим над улучшением ПО	08.05	70
Увеличение первоначальной стоимости НМА на сумму затрат, связанных с улучшением	04.01	08.05

В случае, если объект подлежит амортизации, амортизация после увеличения первоначальной стоимости будет начисляться в ежемесячной сумме равной остаточной стоимости до улучшения плюс увеличение первоначальной стоимости, делённой на оставшийся срок полезного использования, который может быть пересмотрен после улучшения.

Несмотря на всё вышесказанное, методика определения наличия или отсутствия будущих дополнительных экономических выгод остаётся в ведении организации, что позволяет организации самой принимать решение увеличивать стоимость актива или нет в случае его доработки и улучшения. В связи с чем можно сказать, что нововведения ФСБУ 14/2022 способствуют повышению достоверности учёта и отчётности, но полностью её не обеспечивают.

ФСБУ 14/2022 для организаций, имеющих право на упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, предусматривает особые возможности учёта затрат по нематериальным активам и по программному обеспечению, в частности. В условиях активной политики государства по

поддержке малых IT-компаний в виде налоговых льгот (налоговый манёвр в IT-сфере, возможность получения статуса участника проекта «Сколково» [5]), количество организаций-разработчиков небольшого масштаба прирастает. Как правило, такие организации ведут упрощённый бухгалтерский учёт, в связи с чем положения ФСБУ 14/2022 по этим вопросам приобретают дополнительную актуальность. Ключевым отличительным параметром для названной категории организаций является право не принимать активы с признаками нематериальных к учету по ФСБУ 14/2022, а признавать затраты на их приобретение, создание или улучшение единовременно по мере их несения в текущем периоде. Данное положение безусловно облегчает процесс бухгалтерского учёта, однако является спорным с точки зрения экономического смысла бухгалтерской отчётности – компания имеет актив, на долгосрочной основе приносящий ей экономические выгоды (возможно все доходы или большую их часть), но он не отражается на балансе организации, тем самым искажая для внешних пользователей информацию о составе и объёмах имеющихся у компании экономических ресурсов.

Таким образом, учёт создания и доработки программного обеспечения как нематериального актива имеет ряд проблемных и неоднозначных вопросов, в том числе таких, как определение срока полезного использования ПО, увеличение его первоначальной стоимости в результате улучшений. Принятие и вступление в силу нового ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы» и изменение положений ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» позволило решить часть из них. Однако сохраняются некоторые методологические дилеммы, в частности касающиеся применения упрощенных способов ведения бухгалтерского учета в отношении нематериальных активов. В связи с этим анализ специфики программного обеспечения и актуализация методологий учёта подобных объектов является перспективным направлением развития бухгалтерского учёта в целом.

Список использованных источников:

1. Капитальные вложения: Федеральный стандарт бухгалтерского учёта (ФСБУ 26/2020) // Приказ Минфина России от 17.09.2020 №204н
2. Модернизация НМА (программа для ЭВМ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://its.1c.ru/db/hoosn/content/1018/1cbuh8-3> (дата обращения 12.04.2024 г.)
3. Нематериальные активы: Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 14/2007) // Приказ Минфина России от 27.12.2007 N 153н.
4. Нематериальные активы: Федеральный стандарт бухгалтерского учёта (ФСБУ 14/2022) // Приказ Минфина России от 30.05.2022 N 86н.
5. Письмо Минфина России от 28.09.2020 №03-03-10/84983 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/rn50/about_fts/about_nalog/10125786/ (дата обращения: 08.01.2024)

Щерба Анастасия Андреевна
Shcherba Anastasiia Andreevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Master program “Innovative personnel-technology and career management”
e-mail: nastyashcherba@icloud.com

**РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА
В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

**DEVELOPMENT OF STAFF ADAPTATION TECHNOLOGIES
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION**

Аннотация: в статье рассматривается роль цифровых технологий для адаптации персонала в сфере оптовой торговли медицинской продукцией. С учетом рыночных сегментов, потребности организации в персонале и портрета ассистента, автор предлагает цифровые решения для вхождения сотрудников в должность.

Abstract: the article examines the role of digital technologies for personnel adaptation in the wholesale trade of medical products. Taking into account market segments, the organization's personnel needs and the portrait of the assistant, the author offers digital solutions for the entry of employees into the position.

Ключевые слова: адаптация персонала, цифровизация, оптовая торговля медицинской продукцией, молодой специалист, онбординг, обучение, отдел продаж

Keywords: personnel adaptation, digitalization, wholesale of medical products, young specialist, onboarding, training, sales department

Фокусная компания ООО «СЗУ ОМТ» является крупнейшим игроком на рынке оптовой торговли медицинской продукцией, занимая по итогам 2023 года 1 место в отрасли по объемам выручки [3]. Предприятие удерживает позиции за счет постоянного развития, увеличения объемов сбыта, реализации новых проектов.

Руководители организации озвучивают четкую потребность в молодых кадрах в отдел продаж, тем не менее внутриорганизационная статистика такова, что 80% сотрудников компании старше 35 лет. На протяжении более 5ти лет в организации не велся набор персонала. Текучесть кадров составляла не более 5% в год. В связи со стратегией роста организация стала развивать множество направлений. Также внешние факторы как COVID-19 и изменение в политической ситуации увеличили потребность в медицинских изделиях. В связи с этим было принято решение нанимать сотрудников для реализации крупных государственных проектов, направлен-

ных на развитие системы здравоохранения и военной медицины. Работники – это ресурс, который необходимо максимизировать. Важнейшим источником долгосрочного преимущества на рынке является знание способностей своих работников и максимизация их изобретательности, мотивации и человеческих отношений. Управление персоналом играет важную роль в оптовой торговле, поскольку она включает в себя ряд особенностей и вызовов, которые требуют соответствующего подхода к управлению человеческими ресурсами.

Для формирования системы адаптации персонала в организации были выявлены проблемы, изображенные в виде диаграммы Исикавы, с которыми сталкиваются молодые специалисты, приходя в организацию. Основными из них являются: отсутствие плана введения в должность; отсутствие инструкций по выполнению операций в программах 1С: Битфинанс, УТ; не все сотрудники получают наставника, не транслируется идея дружелюбности и принятия новых сотрудников, каждый сотрудник сам за себя. Все вышеперечисленные факторы влияют на текучесть персонала на стадии онбординга.

При помощи опроса также был создан портрет ассистента отдела продаж. Все молодые специалисты, пришедшие за последние полгода на должность ассистента отдела продаж, являются выпускниками университета ФГБОУ ВО СПХФУ Минздрава России по направлению «Управление и экономика фармации». Молодой специалист без опыта, хорошо понимающий номенклатуру медицинских изделий и лекарственных средств, не имеет навыков продаж и обеспечения контрактов, знаний юридических аспектов заключения контрактов, подготовки аукционов. Для выявления направления сферы адаптации ассистентов отделов продаж на месте, больше внимания уделяется развитию профессиональных навыков.

Основываясь на особенности рыночных сегментов, описанных в работе Сульдиной Г.А., Матвеевой Е.С., Новикова Д.С., Владимировой С.А. Трансформация профессиональных компетенций персонала в условиях новых трендов рыночных отношений можно выделить компетенции, необходимые молодому специалисту для успешного прохождения онбординга и вступления в должность. Так как организация работает в B2B и B2G сегментах важно выделить следующие базовые требования к персоналу: умение принимать оптимальные решения, командная работа, юридические навыки, специальные знания в сфере бухгалтерского учета, делопроизводства, подготовка тендерной документации [1, с. 48].

На данный момент организация не использует инструменты, необходимые для адаптации сотрудников на местах, в связи с чем были предложены следующие цифровые решения:

1. Виртуальный помощник.
2. Welcome-встреча.
3. E-learning.
4. Разработка программы обучения по работе в 1С.

Актуальность цифровизации в системе адаптации обосновывается необходимостью сокращения текучести кадров в адаптационный период. Молодые сотрудники зачастую являются уверенными пользователями ПК, и для них не представляется проблематичным пройти этапы адаптации с использованием цифровых технологий. В период пандемии молодые сотрудники дистанционно обучались в университете, смешанный формат обучения был в 89,4% вузов России, следовательно, цифровые системы понятны и актуальны [5].

Виртуальный помощник или чат бот на стадии онбординга- инструмент для взаимодействия с сотрудниками, позволяющий сориентировать на начальных этапах адаптации. Основные функции чат-ботов в HR:

1. отправляют рассылки с приветствием для новичка;
2. информируют о задачах от руководителя отдела;
3. могут выступать в роли ежедневника, напоминая о сроках задач, встречах;
4. отвечает на вопросы;
5. осуществляют сбор необходимых данных;
6. проводит короткие опросы;
7. информирует о результатах обратной связи.

Для фокусной организации важным было бы ввести функцию ответов на вопрос по должностным обязанностям других сотрудников, например, уточнить, у кого из сотрудников можно получить платежное поручение после выигранного аукциона на АСТ ГОЗ.

Welcome-встреча в цифровом формате актуальна при наборе нескольких сотрудников одновременно в разные отделы продаж. На онлайн тренинге нет ограничения по количеству участников, а также обладает низкой стоимостью организации. Из слабых мест данного цифрового решения можно отметить отсутствие полного контроля над вовлеченностью сотрудников в процесс адаптации.

E-learning представляет собой обучение с использованием различных интернет технологий. Тренд на микрообучение также является важной составной частью интернет-обучения. Обучение (подачу учебного материала) «порциями» информации в начале 50-х г. XX в. предложил американский психолог Б. Скиннер. Целью было повышение эффективности управления усвоением материала за счёт построения его в виде по-

следовательной программы подачи порций и их контроля. Немного позднее Н. Краудер разработал разветвленные программы, которые в зависимости от результатов контроля предлагали обучающемуся материал для самостоятельной работы [2]. Управляемое усвоение учебного материала с помощью обучающего устройства называлось программированным обучением. В эпоху цифровизации микро-занятия обычно длятся от 1 до 5 мин., в течение которых обучающийся получает определённую информацию, отвечает на контрольные вопросы или повторяет пройденный материал.

Для организации программ обучения сотрудников на российском рынке существуют следующие платформы: Isping, Mirapolis, Techbase, Websoft, КонтурШкола и др. С их помощью можно создавать программы обучения под конкретные организации, а также пользоваться готовыми программами. На платформе Isping размещен курс «менеджер по продажам с нуля» [6], на платформе КонтурШкола- курс «Участие в государственных, корпоративных и регламентированных закупках по 44-ФЗ и 223-ФЗ» [4]. Данные учебные материалы помогут сотрудникам освоить необходимые профессиональные навыки, упомянутые ранее в требованиях к персоналу по работе в B2b и B2G сегментах.

Обучение сотрудника на рабочем месте специализированным решением для оптовых торговых компаний также актуально в организации. В должностные обязанности ассистента отдела продаж входит подготовка всех сопроводительных документов по контрактам. В связи с этим был предложен перечень необходимых знаний для введения в должность.

Необходимые знания и умения в 1С: УТ:

1. Формирование запроса поставщику.
2. Формирование коммерческого предложения для заказчика.
3. Заполнение карточки контракта контрагента.
4. Формирование спецификации контракта согласно номенклатуре 1С.
5. Формирование заявки на закупку.
6. Формирование заявки на отгрузку с указанием полного пакета документов по контракту.

7. Формирование счетов на оплату.

Необходимые знания и умения в Битфинанс:

1. Заведение контракта в базу с указанием всех условий по контракту.
2. Прохождение этапа согласования.
3. Исправление замечаний со стороны юридического отдела.
4. Исправление замечаний со стороны финансового отдела.

Методические указания по работе с ПО и их размещение на внутренние электронные ресурсы компании должны выполнить ведущие специалисты, и наставники. HR- служба фокусной компании не занимается обучением и развитием персонала.

При внедрении вышеперечисленных цифровых технологий в систему адаптации персонала ожидаются следующие эффекты:

1. Доступность обучения.
2. Создание внутриорганизационной среды, стимулирующей сотрудников к обучению.
3. Снижение текучести персонала на стадии адаптации.
4. Ускорение сроков введения в должность и выхода на план продаж.

При помощи цифровых инструментов адаптации персонала, организация сможет выстроить план вхождения сотрудника в должность, что в будущем может стать основой карьерного маршрута. Внедрение инструментов также повысит лояльность сотрудников к компании и улучшит психологический климат в коллективе за счет внедрения конкретных мероприятий, минимизации работы в условиях неопределенности и для ассистентов, и для сотрудников, занимающихся адаптацией персонала на местах.

Список использованных источников:

1. Сульдина Г.А., Матвеева Е.С., Новиков Д.С., Владимирова С.А. Трансформация профессиональных компетенций персонала в условиях новых трендов рыночных отношений // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Том 12. – №6А. – С. 46-55.
2. Грицык В.А. Принципы и методы компьютерного обучения / SuperInf.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=1668
3. Контрагенты. СЗУ ОМТ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://sbis.ru/contragents/7805074390/781301001?ysclid=lga1r8lx8s338384998>
4. КонтурШкола. Онлайн-курсы для поставщиков по 44/223-ФЗ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://kontur.ru/>
5. РИА новости. В Минобрнауки сообщили, сколько вузов используют дистанционный формат [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://na.ria.ru/20220126/minobrnauki-1769630311.html?ysclid=lvslldarvq777760593>
6. Ispring. Библиотека онлайн-курсов под задачи бизнеса [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.ispring.ru/courses>
7. Сулейманкадиева, А.Э. Менеджмент интеллектуальной компании / А. Э. Сулейманкадиева, М.А. Петров, Т.А. Попкова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 146 с. – ISBN 978-5-7310-4920-7. – EDN IFMHBFB
8. Suleimankadieva, A. Digital educational ecosystem as a tool for the intellectual capital development / A. Suleimankadieva, M. Petrov, A. Kuznetsov // SHS Web of Conferences, Perm, 07–16 апреля 2021 года. Vol. 116. – Perm: EDP Sciences, 2021. – P. 00060. – DOI 10.1051/shsconf/202111600060. – EDN MRBUDW

**Яриков Степан Викторович,
Попадюк Ирина Федоровна
Yarikov Stepan Viktorovich,
Popadyuk Irina Fedorovna**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»
Master program “Digital technologies in economics and management”
e-mail: st.yarikov@bk.ru

**ПОСТРОЕНИЕ ХРАНИЛИЩА ДАННЫХ КОМПАНИИ
НА ПЛАТФОРМЕ YANDEX CLOUD
В ПРОЦЕССЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ИНОСТРАННОГО
ПО В ОБЛАСТИ АНАЛИТИКИ ДАННЫХ
BUILDING A COMPANY'S DATA WAREHOUSE
ON THE YANDEX.CLOUD PLATFORM IN THE PROCESS
OF IMPORT SUBSTITUTION OF FOREIGN SOFTWARE
IN THE FIELD OF DATA ANALYTICS**

Аннотация: в статье представлены особенности построения корпоративного хранилища данных на базу цифровой платформы YANDEX CLOUD. Описаны характеристики, которыми обладает облачное хранилище данных, плюсы и минусы таких решений по сравнению с локальными хранилищами.

Abstract: This article reflects the features and characteristics of cloud data storage, the pros and cons of such solutions compared to local storage.

Ключевые слова: корпоративное хранилище данных, облачное хранилище данных, импортозамещение иностранного ПО.

Keywords: corporate data storage, cloud data storage, import substitution of foreign software.

В условиях цифровых трансформаций компаний возникает необходимость в построение новых бизнес-моделей [1] и их цифровизации на базе цифровых платформ с использованием сервисов искусственного интеллекта на базе моделей машинного обучения [2]. Повышение технологического потенциала общества привело к тому, что сегодня технологии цифровых платформ являются фундаментом для генерации огромного массива данных, измеряемого сотнями терабайт каждый день, на котором также происходит анализ данных [3], что позволяет формировать отчетность для разных заинтересованных сторон.

Отчетность может быть бухгалтерская или налоговая, отчетность для акционеров или публичная нефинансовая отчетность, которая помогает топ-менеджерам принимать управленческие решения о вложении

средств в компании, понять её стратегию роста и убедиться в её надёжности [4].

Для эффективной работы корпоративного хранилища необходимо структурировать данные. Для этого данные должны быть надёжно защищены, а также иметь резервное копирование, так как для анализа требуется история, чтобы строить прогнозы на глубину более 5 лет. Для этих целей отлично могут подойти облачные технологии, так как локальные СУБД начинают не справляться с растущими потребностями организаций в части хранения и анализа данных. А также из-за эмбарго на западные технологии, в том числе на комплектующие для серверов, и отсутствия поддержки со стороны западных поставщиков, у организаций встала острая необходимость для поиска решения под растущие хранилища данных. Платформы данных, находящиеся в облаках, в частности таких, как Yandex.Cloud, имеют достаточно преимуществ для перехода на них. Недостатки в части информационной безопасности будут дорабатываться и позволят компаниям доверять таким услугам, потому что имеется гибкая возможность настройки политик безопасности, а также сам Yandex Cloud готов идти в ногу со временем и дорабатывать свой продукт.

Облачные технологии будут становиться всё более популярными, потому что на рынке мало возможностей и решений под корпоративные хранилища данных, под BigData, которые измеряются сотнями петабайт. Также это позволит развивать отечественные технологии и обезопасить развитие цифровой экономики.

Список использованных источников:

1. Макачук Т.А., Барабанова М.И., Газуль С.М. и др. Информационные системы и цифровые технологии. Учебное пособие-практикум в 2-х частях / Том Часть 2. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 217 с.
2. Трофимов В.В., Минаков В.Ф., Трофимова Л.А. и др. Сквозные технологии в цифровых экосистемах. Монография. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 171 с.
3. Макачук Т.А., Анастасьев Д.А. Управление продуктовыми предпочтениями клиентов с использованием технологии PROCESS MINING // Современные проблемы цивилизации и устойчивого развития в информационном обществе. Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции. – Москва, ООО "Институт развития образования и консалтинга", 2022. – С. 119-122.
4. Попадюк И.Ф., Табакова М.В. Развитие публичной нефинансовой отчетности: проблемы и перспективы // Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и обществ. Сборник лучших докладов профессорско-преподавательского состава X Национальной научно-практической конференции института магистратуры с международным участием. – Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 2021. – С. 162-166.

Научное издание

**РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА И ОБЩЕСТВО:
В ПОИСКАХ ТОЧЕК РОСТА**

Сборник материалов

XIII Национальной научно-практической конференции
Института магистратуры с международным участием

Санкт-Петербург

18–19 апреля 2024 г.

В двух частях

Часть I

Верстка Ю.К. Трубкиной

Подписано в печать 11.11.2024. Формат 60×84 1/16.

Усл. печ. л. 26,5. Тираж 500 экз. Заказ 1292.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ