

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2023

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы XXV**
международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.) : в 4 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет. – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2023. – 352 с.

ISBN 978-5-9736-0708-1

Включены материалы XXV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.).

Том 1 включает в себя следующие секции:

- ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА.
- ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ.
- АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.
- СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ
- АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА.
- ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА.
- КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ.
- УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9736-0708-1

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет, издание, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

<i>Асаёнок Д.Р.</i> Умный порт – один из ведущих инструментов цифровых технологий развития бизнеса Дальневосточного морского хаба	7
<i>Авхуцкий Д.П., Блюдик А.Р.</i> Роботизация и искусственный интеллект: революция в логистической отрасли.....	10
<i>Борисов Р.П., Шахгельдян К.И.</i> Оценка влияния ChatGPT на образование и научное сообщество: возможности, ограничения и перспективы развития.....	14
<i>Газзаев А.В., Левченко А.В., Назарова А.М.</i> Зарубежный и российский опыт использования бенчмаркинга	17
<i>Сокольская З.Э., Савченко Л.П., Григорян С.А., Жохова В.В.</i> Исследование основных особенностей на рынке цифрового маркетинга в России.....	22
<i>Жиганова П.Ю., Стеблюк Д.А., Алескеров И.Б.</i> Использование возможностей искусственного интеллекта в логистике	25
<i>Жигулина М.Э.</i> Оценка рыночных возможностей ООО «ГК ЮНИКОМ»	28
<i>Истомина М.Д., Шеленкова П.С., Блюдик А.Р.</i> Анализ механизма логистического сервиса и инфраструктуры в логистике автомобильного транспорта.....	31
<i>Паздерина Ю.П., Блюдик А.Р.</i> Влияние ограничительных мер на импорт: логистический аспект.....	35
<i>Пиешмирская Я.В., Коваль Э.В., Жохова В.В.</i> Основные тренды цифрового маркетинга в России	39
<i>Липовецкая Л.П., Носач Д.А., Гаман Д.М.</i> Исследование инструментов продвижения предприятия в сети Интернет	42
<i>Лоцилина У.Д., Снежко А.К., Салова Л.В.</i> Тенденции развития рынка Интернет-торговли в России	48
<i>Миндерова А.Р., Блюдик А.Р.</i> Проблемы информационной поддержки логистики в части складского учета.....	52
<i>Найдышев Е.Н.</i> Проектирование системы учета технического оборудования на складе	55
<i>Новикова А.Н., Скачкова А.С., Камаха Д.М., Заводнова П.О.</i> Индустрия видеоигр как «мягкая сила» в международных отношениях: фактор конкуренции.....	59
<i>Рыбасова Л.И.</i> Оценка влияния внешних и внутренних факторов на деятельность ООО «РЕ ТРЭЙДИНГ»	62
<i>Тверитнева К.А., Салова Л.В.</i> Автоматизация бизнес-процесса с применением CRM-системы	65

Секция. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ

<i>Анищенко Е.М.</i> SWOT-анализ как метод стратегического планирования муниципального образования	70
<i>Волкова А.Р.</i> Анализ достижения показателей государственной программы «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы» в части трудоустройства молодых специалистов	81
<i>Газзаев А.В., Левченко А.В., Назарова А.М.</i> Зарубежный и российский опыт использования бенчмаркинга	86
Использование современных информационных технологий в системе государственного и муниципального управления.....	91
З.В. Глухова магистрант Н.Г. Ивельская канд. экон. наук	91
Составляющее системы управления и распоряжения имуществом, находящимся в собственности Приморского края.....	94
Д.О. Горбачева, В.А. Череватая бакалавры.....	94
Абсентеизм в рабочей среде и пути его устранения	98
Д.Б. Диков бакалавр М.Г. Масилова канд. социол. наук, доцент	98
ВЛИЯНИЕ МЕХАНИЗМА НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» НА ЦИФРОВУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ ЭКОНОМИКИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ.....	102
О.А. Казарова магистрант.....	102
Оценка актуальности ассортимента продукции в проекте «Ритейл» на примере ООО «СПКМ».....	107

Е.В. Киселева бакалавр О.В. Недолужко канд. экон. наук, доцент	107
Комплексный анализ деятельности транспортно-логистической компании на примере ООО «ФЕСКО»	110
А.А. Косован, Н.О. Жижина бакалавры	110
Влияние территориально общественного самоуправления на развитие и сохранение комфортной городской среды в аспекте использования методов инициативного бюджетирования.....	118
К.Ф. Крючкова магистрант Н.Г. Ивельская канд. экон. наук, доцент	118
Экспертная оценка кадрового потенциала предприятия общественного питания ООО «Масис»	124
Д.А. Липенит бакалавр Г.А. Петрова канд. экон. наук, доцент	124
Роль института прогнозирования в социально-экономическом развитии регионов РФ (на примере Приморского края)	128
А.С. Лукьянова магистрант	128
Реализация молодежной политики в Приморском крае	132
В.Ю. Нагибина бакалавр	132
Государственная поддержка молодых семей на территории Приморского края: проблемы и перспективы	135
С.А. Попович, А.А. Татарина бакалавры.....	135
Продвижение компаний на рынке недвижимости Приморского края	139
А.А. Романова, Я.М. Щербакова бакалавры А.Г. Ким канд. экон. наук, профессор	139
АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «НАРЕК»	144
Н.Г. Степанян бакалавр.....	144
Социальный пакет как инструмент стимулирования работников на примере розничной сети.....	148
С.Н. Тарасова бакалавр М.Г. Масилова канд. социол. наук, доцент	148
Построение эффективной коммуникации внутри аудиторской группы, с аудируемой организацией и заинтересованными сторонами	151
П.С. Терновая магистрант М.Е. Василенко канд. экон. наук	151
Секция. Актуальные вопросы предпринимательства	155
Исследование особенностей предоставления услуг такси, на примере г. Владивосток.....	155
Д.А. Конькова студент С.К. Худякова преподаватель	155
Разработка бизнес-идеи для молодежного предпринимательского проекта в рамках практико-ориентированного обучения СПО	160
Э.Д. Литвиненко, Д.А. Собова студенты Е.А. Пшеничная преподаватель АК.....	160
Анализ рынка складской недвижимости на примере Приморского края	167
Д.Д. Повилягина, В.А. Сасина, А.В. Решетняк студенты С.К. Худякова преподаватель высшей категории	167
Бухгалтерская отчетность как информационная база анализа финансового состояния и результатов деятельности организации на примере ООО «Ратимир», г. Владивосток	171
Л.А. Поздышева, А.К. Самодолова студенты О.В. Лайчук канд. экон. наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли.....	171
Тенденции и перспективы развития отрасли по монтажу, обслуживанию и ремонту систем пожарно-охранной сигнализации в Приморском крае на ближайшие годы на примере ООО «Эгида-Прим»	176
Е.А. Терехова бакалавр	176
Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ	181
Корпоративная культура как фактор удовлетворенности потребителей сервисной организации	181
С.Т. Бакшук бакалавр И.А. Шеромова д-р техн. наук, профессор.....	181
Факторы, влияющие на мотивацию и стимулирование производственного персонала автотранспортных служб	185
О.И. Дьякова бакалавр И.А. Слесарчук канд. техн. наук, доцент.....	185
Анализ требований к сервисным услугам на железнодорожных вокзалах.....	189
В.М. Жукова бакалавр И.А. Слесарчук канд. техн. наук, доцент	189
Управление качеством услуг сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис»	192
Л.Д. Корольчук бакалавр Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	192

Анализ особенностей оценки клиентоориентированности при доставке грузов на примере ООО «Эталон-Сервис»	197
Ж.А. Кравченко бакалавр И.А. Шеромова д-р техн. наук, профессор	197
Оценка эффективности системы мотивации труда сотрудников транспортного предприятия на примере ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»	201
В.В. Лозицкая бакалавр Л.Ю. Фалько канд. техн. наук, доцент	201
Анализ особенностей мотивации персонала СОАП на примере АО "Международный аэропорт Владивосток"	207
Н.С. Матюшина бакалавр И.А. Шеромова д-р техн. наук, профессор	207
Исследование барьеров построения карьеры современных женщин на примере АО «Международный аэропорт Владивосток»	212
А.С. Молочкова бакалавр Л.Ю. Фалько канд. техн. наук, доцент	212
Исследование нематериальных мотивационных аспектов сотрудников СОАП АО «Терминал Владивосток»	215
Д.Р. Павленко бакалавр И.А. Слесарчук канд. техн. наук, доцент	215
Анализ особенностей оказания услуг, связанных с логистической деятельностью, на примере ООО «ДЗТ Логистик»	218
В.А. Пластун бакалавр Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	218
Анализ проблем обслуживания пассажиров на этапе регистрации билетов и багажа на примере АО «Международный аэропорт «Владивосток»	221
И.Д. Самойлова бакалавр И.А. Шеромова д-р техн. наук, профессор	221
Анализ обеспечения безопасности на борту воздушного судна на примере АО «Авиакомпания «Аврора»	225
В.М. Черепанова бакалавр Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	225
Секция. Актуальные вопросы нефтегазового комплекса	229
Выбор наиболее оптимального способа борьбы с газовыми гидратами в магистральных трубопроводах	229
А.А. Аликина бакалавр О.А. Тихонова преподаватель	229
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «НИКО-ОЙЛ ДВ»	232
А.С. Гринева бакалавр	232
Сравнительный анализ боновых заграждений	237
А.А. Лапшин бакалавр А.П. Мельник магистрант О.А. Городников старший преподаватель	237
Универсальные салфетки для сорбции и ликвидации утечек нефтепродуктов	239
Д.А. Ривный бакалавр	239
Формирование системной установки для сбора морского мусора	243
С.С. Татаренко бакалавр В.Э. Охоткина канд. геогр. наук, доцент	243
Секция. Приоритеты развития экономики и общества	246
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «МИР УПАКОВКИ»	246
Я.А. Безручко бакалавр	246
Подходы к проведению стратегического анализа предприятий оптовой торговли	251
О.Н. Каравичева, М.Ф. Валиев, И.Ш.-о. Сулейманов бакалавры	251
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ДВКА «УСПЕХ»	255
А.В. Нестерова бакалавр	255
Тенденции развития рынка финансовой аренды	259
Э.В. Пальмина, Э.А. Че, Р.Р. Денисламов бакалавры	259
Влияние санкций на логистику в России	266
С.А. Богатилов, Н.А. Панус бакалавры	266
Тенденции и перспективы развития отрасли парфюмерно-косметической продукции в Приморском крае	270
Д.А. Тоокебаев студент	270

Реализация мер поддержки малого и среднего предпринимательства на территории ДФО	274
С.Ф. Царакова магистрант	274
«Шелковый путь». Значение для России в 2023 г.	278
А.Ю. Шилова бакалавр Т.В. Варкулевич канд. экон. наук, доцент	278
Секция. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ	281
Анализ подходов к управлению организацией в условиях новых контекстов развития.....	281
П.В. Макогонова бакалавр А.А. Вертинова канд. экон. наук, старший преподаватель	281
Влияние взаимодействия региональных органов власти и бизнеса на социальное развитие Приморского края: отраслевой аспект	287
Е.А. Новикова магистрант	287
Роль Дальнегорского городского округа в повышении конкурентоспособности Приморского края.....	292
А.В. Перова бакалавр	292
Реализация государственной программы Приморского края в сфере здравоохранения как фактор обеспечения конкурентоспособности региона	298
А.С. Савватеева, В.С. Соколова бакалавры.....	298
РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ.....	305
М.О. Телятник бакалавр К.В. Смицких канд. экон. наук, доцент.....	305
Секция. Учетно-аналитическое обеспечение.....	312
Стратегический анализ внешней среды ООО «АкваТехноСервис» г. Владивосток	312
К.А. Курдогло бакалавр	312
Механизм оптимизации затрат теплоснабжающего предприятия.....	315
А.А. Рукша магистрант	315

Секция. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

УДК 658.9

УМНЫЙ ПОРТ – ОДИН ИЗ ВЕДУЩИХ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО МОРСКОГО ХАБА

Д.Р. Асаёнок
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Сегодня Дальний Восток, в частности порты Владивостока, укрепили звание «ворот на Восток» в одном из перспективнейших направлений – взаимовыгодных торговых связях со странами АТР. Особую роль в этом процессе приобрел морской транспорт, трансформация структуры которого, с помощью цифровых инноваций, стала главным вектором в процессе подключения российских портов в международную транспортную систему.

Ключевые слова: «умный порт», цифровые ресурсы, транспортная инфраструктура, разворот на Восток, международный морской хаб, транспортный коридор, сотрудничество в арктическом пространстве.

THE SMART PORT IS ONE OF THE LEADING DIGITAL TECHNOLOGY TOOLS FOR BUSINESS DEVELOPMENT AT THE FAR EAST SEA HUB

Today, the Far East, in particular the ports of Vladivostok, have strengthened the title of "gateway to the East" in one of the most promising areas – mutually beneficial trade relations with the Asia-Pacific countries. Maritime transport has acquired a special role in this process, the transformation of the structure of which, with the help of digital innovations, has become the main vector in the process of connecting Russian ports to the international transport system.

Key words: smart port, digital resources, transport infrastructure, turn to the East, international maritime hub, transport corridor, cooperation in the Arctic space.

Дальний Восток – наиболее удаленный от центра регион России, который в современных экономико-политических условиях готов принять вызов и стать главными торговыми воротами России со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, всё это обозначило четкую необходимость создания мощной международной инфраструктуры в сфере морских перевозок. Очевидно, что в век информационных технологий и цифровой трансформации мировой экономической системы основным инструментом в процессе создания морского хаба международного уровня на юге Приморья станут новейшие цифровые технологии, которые не просто встроятся в логистические процессы, а полностью перевернут их, создав новый вектор развития.

Анализируя рынок транспортных услуг в сфере морских перевозок сегодня, можно сказать, что в результате налаживания крепких экономических грузопотоков со странами АТР, России приходится как можно быстрее внедрять цифровые ресурсы в работу портов и экспедиторов, чтобы не отставать от уровня азиатских соседей.

На данный момент часть компаний активно переходит на такие ресурсы, как блокчейн и Big Data, позволяющие полностью перевести хранение и передачу цифровых активов в онлайн режим, набирающую популярность бизнес-модель «Мобильность как услуга» (Mobility-as-a-Service, MaaS), что предполагает предоставление комплексной услуги, которая сочетает подключение к сервисам транспортной системы напрямую, возможность раннего планирования и прогнозирования условий поездки и пересадок в режиме реального времени, а также ГИС ЭПД – это единая федеральная информационная система, обеспечивающая формирование, получение, обработку, обмен и хранение электронных перевозочных документов, а также оперативное предоставление этих документов контролирующим органам.

В связи с такой активной деятельностью игроков дальневосточного рынка портам Дальнего Востока уже стали предрекать статус мировых хабов, однако, эксперты настроены скептически и

на это влияет несколько факторов. Во-первых, низкие объёмы грузоперевозок для создания хаба именно международного уровня, а во-вторых, много сложностей с инфраструктурой.

Так что же такое хаб и почему его строительство перспективно? *Эксперты считают, что перспектива развития портов Дальнего Востока и приобретение статуса международного хаба – вопрос ближайшего будущего особенно в случае отсутствия каких-либо изменений в выдвигаемых России санкциях, тем более, во-первых, отсюда идёт Транссиб, во-вторых, региональные коридоры "Приморье-1" и "Приморье-2", в-третьих, есть выход на Корейский полуостров, а также морские линии на Японию и другие страны.*

Учитывая эти новые и как нельзя выгодные для Дальнего Востока, в особенности Приморского края и портов Владивостока, обстоятельства одним из центральных таргетов становится внедрение в морскую логистику технологии «умный порт», искусственного интеллекта, способного полностью автоматизировать всю систему работы порта. Объединенные в рамках централизованной системы функции помогают осуществлять мониторинг, сбор и анализ данных, оптимизацию процессов, оперативное принятие решений. Благодаря этому повышается производительность и безопасность, а также экологичность, к тому же эти технологические решения сводят к минимуму возможные ошибки из-за человеческого фактора.

Безусловно, такая инновация, открывающая целый спектр совершенствования работы морских портов и терминалов, привлекла внимания не только России. Многие экономические державы уже устремились внедрить её в свою логистику.

Первые полноценные «умные» порты уже действуют в Китае. Один из них – контейнерный терминал Ocean Gate в Сямыне, который вмещает до 200 тыс. т грузов. Это первый полностью автоматизированный портовый терминал, оснащенный 5G. В ближайшем будущем будет запущена регистрация иностранных судов автоматически, в режиме онлайн.

Второй «умный» порт находится в городе Шэньчжэнь. Это четвертый по значимости грузовой порт для КНР, так как через него проходят самые большие контейнерные суда. Здесь также используют полностью автоматизированную смарт-платформу, которая работает благодаря 5G.

На очереди порт в Гуанчжоу. К 2025 году там планируют создать единую интеллектуальную систему, связывающую все морские порты страны. Грузы будут доставлять при помощи беспилотных контейнеровозов.

В Сингапуре порты используют большие данные для систем досмотра, а также определения типа и истории перемещения импортных грузов. К примеру, платформа IBM Traffic Prediction помогает прогнозировать время прибытия судов и пиковые часы, чтобы избежать заторов. Здесь также планируют использовать дроны и мобильные приложения повышения эффективности обработки грузов и предупреждения морских аварий.

Как мы видим, страны, разворот логистики на которые предрекли ведущие российские эксперты, активно внедряют последние цифровые ресурсы в работу своих структур, в этой ситуации портам Дальнего Востока, претендующим на звание международного морского хаба, необходимо в краткосрочном периоде внедрить хотя бы отдельные элементы «умного порта» в работу своих подразделений, в первую очередь, смарт-платформы, на которых работают страны Азиатско-Тихоокеанского региона дабы подключиться в единое информационное пространство, а уже затем, перенимая опыт азиатских соседей, создать собственную цифровизированную логистическую отрасль.

Как именно будет работать «умный» порт в России? Сегодня мы ярко видим перегрузку всех портовых, складских и транспортных мощностей на Дальнем Востоке, все это происходит в результате увеличения наращивания грузооборота со странами АТР. Очевидно, что инфраструктура портов не приспособлена для пиковых нагрузок, именно это приводит к увеличению сроков доставки грузов, выхода из строя оборудования и транспорта, а также огромные очереди кораблей на разгрузку в портах.

В основе работы Владивостокского морского торгового порта планируется заложить мультиобъектную платформу от NtechLab. Проект по внедрению платформы биометрической идентификации и мультиобъектной видеоаналитики FindFace Multi с функциями распознавания лиц и силуэтов людей и автомобилей во Владивостокском морском торговом порту позволит заказчику построить единую систему мониторинга безопасности труда и движения транспорта, а также контроля операционных процессов с контейнерами в порту. Считывание номера контейнера на всех этапах логистики позволит исключить человеческий фактор и снизить число ошибок.

Какие ключевые задачи будет решать платформа в рамках системы «умного» порта?

В первую очередь, онлайн-мониторинг территории и контроль допуска. Многие морские порты – это пограничные пункты и стратегические объекты, поэтому вопрос безопасности на их тер-

ритории стоит особенно остро. Персонал и обычные системы видеонаблюдения не способны обеспечить ее на все 100 %.

Вторая проблема связана с объемом данных: мировая судоходная отрасль ежедневно генерирует 100–120 млн единиц информации из разных источников. Если обрабатывать их в единой системе, эффективность всех процессов повышается на 5–10 %.

С помощью систем аналитики можно будет следить за передвижением грузовых судов в режиме онлайн, сопоставлять и планировать маршруты, исходя из прогноза погоды и загрузки порта. При этом информация о планируемом и реальном времени прибытия (с учётом поломок и прочих задержек) доступна через онлайн-сервис персоналу порта, компаниям-владельцам судов и грузов, водителям грузовиков.

Это поможет оптимизировать маршруты и график разгрузки, а также снизить расходы топлива и затраты из-за простоев. Фрахтователи, в свою очередь, смогут выбрать наиболее подходящее судно, чтобы минимизировать расходы и риски. Такую систему, в частности, применяют австралийская компания RightShip и национальная судоходная компания Саудовской Аравии Bahri.

В-четвертых, контроль и учет контейнеров. По данным отчета Windward за 2014 год, менее 50 % судов верно обозначают свой следующий порт захода, а 1 % и вовсе предоставляют фальшивые удостоверения. Это происходит и с контейнерами. Видеоаналитика «умного» порта способна считывать номера контейнеров при погрузке и разгрузке, идентифицировать их и сравнивать данные в учетной системе. Это позволяет отследить весь путь контейнера и быстро обнаружить пропавший на любом отрезке маршрута.

Всё это позволяет определить главных тренда в развития морских портов Дальнего Востока в процессе разворота логистики на Восток:

1. Использование больших данных для снижения затрат на фрахтование судов, отслеживание грузов и экономии топлива.

2. Объединение систем морских портов, судовладельцев и владельцев грузов с распределенным онлайн-доступом для отслеживания судов, контейнеров и грузового транспорта.

3. Применение видеоаналитики и больших данных для отслеживания кибератак и других нелегальных схем в области доставки грузов. Потому что ИТ-инфраструктура морских портов очень уязвима, создав единое информационное пространство с абсолютно всеми данными по каждому элементу логистической цепи, мы параллельно создадим и своего рода оружие, способное не просто нарушить ту или иную цепь поставок, но и обвалить экономику нескольких стран.

В этом случае возникает вопрос, «Кто же будет инвестировать в те самые необходимые российским портам цифровые системы?». *Сейчас Россия ставит одним из приоритетных направлений сотрудничество с Китаем в отрасли освоения арктического направления – активно разрабатывается проект нового Ледового Шёлкового пути*, Россия развивает инфраструктуру Севера, создает атомные ледоколы на основе новейших технологий, Китай инвестирует, открывая возможность освоения безграничных арктических ресурсов и построения новых логистических цепей для обеих стран. В случае такого крепкого партнерства со странами АТР Россия сможет в более короткие сроки перенять опыт китайских коллег и выйти на их уровень, внедрив в свои структуры новейшие системы, в том числе «умный порт».

Когда Дальний Восток получил новый вызов – освоение Арктики, порты Сахалина и Камчатки заявили о планах по созданию в своих регионах портов-хабов с прицелом на обслуживание арктических линий. Однако, портам Камчатки и Сахалина отведена отдельная роль – перевалка груза с судов ледового класса на суда общего. Прерогативой также является и создание крупнейшей судостроительной и судоремонтной базы, привлечение высококвалифицированных специалистов и строительство глубоководных причалов в самом высокоширотном незамерзающем круглогодичном порту ДВ. В качестве одной из перспектив рассматривается идея начала строительства перевалочных пунктов и заводов, уже нацеленных на полную цифровизацию и информатизацию всех поставленных перед этим регионом функций и задач. Тем более Китай готов инвестировать в новые масштабные дальневосточные проекты, конечной целью которых является взаимовыгодное сотрудничество в арктическом пространстве.

Подводя итоги, можно сказать, что сегодня происходят глобальные изменения международных транспортных коридоров с учетом разворота логистики на страны Востока.

Сам порт Владивосток, также, как и каждая из сфер в составе которой и благодаря которой он функционирует – это величайшая инфраструктура, имеющая бесконечное множество направлений для развития, налаживания новых торгово-политических отношений, внедрения достижений научно-технического прогресса и, в конце концов, создания хаба мирового уровня, независимого от

влияние западных санкций и способного функционировать в любом направлении, начиная Востоком, разворот на который, уже много лет предрекают ведущие эксперты логистической отрасли и заканчивая просторами крайнего Севера, ресурсы которого безграничны. А внедрение новейших достижений научного прогресса в том числе технологии «умный порт» позволит России, в частности портам Дальнего Востока, в кратчайшие сроки выйти на уровень стран АТР и подключиться к цифровизированной мировой транспортной системе, открыв для себя новый вектор развития в процессе разворота логистики туда, где восходит солнце.

1. AI в логистике. Умный порт. – Текст: электронный. – URL: <https://ntranslab.ru/news/stati/ai-v-logistike-umnyu-port/> (дата обращения: 07.03.2023).

2. «Идём на восток»: порты Дальнего Востока могут получить статус мировых хабов. – Текст: электронный. – URL: <https://vostokmedia.com/news/2022-03-30/idiom-na-vostok-porty-dalnego-vostok-mogut-poluchit-status-mirovyh-habov-515839> (дата обращения: 07.03.2023).

3. Как устроен «умный» порт и когда он появится в России. – Текст: электронный. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/61fb933e9a794754d972873b> (дата обращения 16.03.2023).

4. «Михаил Холоша: Портовый хаб вырастет здесь, на юге Приморья» – Текст: электронный. – URL: <https://primamedia.ru/news/1193181/> (дата обращения 18.03.2023).

5. Первый в Китае полностью автоматизированный «умный» порт с 5G-покрытием. – Текст: электронный. – URL: <https://seanews.ru/2020/05/13/ru-pervyj-v-kitae-polnostju-avtomaticheskij-umnyj-port-s-5g-pokrytiem/> (дата обращения 18.03.2023).

6. Скрипова Д.В. Перспективы развития свободного порта Владивосток в Азиатско-Тихоокеанском регионе. – Текст электронный. – URL: <https://moluch.ru/archive/193/48348/> (дата обращения: 16.03.2023).

7. Северный морской путь. Что ждет СМП в будущем. – Текст: электронный. – URL: <https://neftegaz.ru/news/partnership/695525-v-tsentre-vnimanija-vef-severnoy-morskoy-put-cto-zhdet-smp-v-budushchem/> (дата обращения: 21.03.2023).

8. Умный и безопасный порт во Владивостоке. – Текст электронный. – URL: <https://ntechlab.ru/press/umnyj-i-bezopasnyj-port-vo-vladivostoke/> (дата обращения: 16.03.2023).

УДК 656.06

РОБОТИЗАЦИЯ И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: РЕВОЛЮЦИЯ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Д.П. Авхуцкий

бакалавр

А.Р. Блюдик

аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Автоматизация и искусственный интеллект сегодня находят широкое применение в логистике и при управлении цепями поставок. По мере развития технологий совершенствуется искусственный интеллект, помогая компаниям оптимизировать управление цепями поставок. В статье рассматривается влияние современных технологий автоматизации и применения искусственного интеллекта в управлении логистической деятельностью.

Ключевые слова: автоматизация, автоматизация в логистике, искусственный интеллект, робототехника, управление цепями поставок.

ROBOTIZATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A REVOLUTION IN THE LOGISTICS INDUSTRY

Automation and artificial intelligence are increasingly being used in the logistics industry and in supply chain management. As technology advances, artificial intelligence improves, helping companies optimize supply chain management. The article discusses the impact of modern automation technologies and the use of artificial intelligence on the management of logistics activities.

Keywords: automation, automation in logistics, artificial intelligence, robotics, supply chain management.

В современном мире роботизация и искусственный интеллект уже не являются незнакомыми понятиями. Эти технологии активно применяются в различных отраслях экономики, в том числе в логистике. С помощью роботов и искусственного интеллекта компании могут существенно ускорить и оптимизировать процессы складирования, сборки и доставки товаров. Они позволяют снизить затраты на трудозатраты, сократить время на выполнение задач и увеличить точность операций. Безусловно, роботизация и искусственный интеллект открывают новые возможности для логистических компаний и повышают эффективность работы всей отрасли. Актуальность исследования заключается в постоянном прогрессе технологий, благодаря которым современная логистика развивается прогрессивными темпами.

Цель исследования – проанализировать эффективность применения искусственного интеллекта и роботизации в сфере логистики. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть применение искусственного интеллекта в логистике;
- выявить полезность робототехники в логистике для рабочего персонала;
- проанализировать эффективность роботизации в логистике.

При исследовании применялись общенаучные методы анализа и сравнения. Научная новизна исследования заключается в обосновании применения в логистических компаниях новых технологий. Решения на базе искусственного интеллекта (далее – ИИ) помогают компаниям улучшить управление цепочками поставок, оптимизировать операции и сократить расходы. Автоматизация также помогает оптимизировать процесс выполнения заказов, упрощая компаниям управление запасами и отслеживание отгрузок. ИИ становится всё более важной частью управления логистикой в современном мире.

Искусственный интеллект в логистике. Рассмотрим понятие искусственного интеллекта. Искусственный интеллект – это отрасль компьютерных наук, которая фокусируется на создании интеллектуальных машин, способных выполнять задачи, которые обычно требуют человеческого интеллекта [1].

В современном цифровом мире логистическая отрасль играет более важную роль в мире бизнеса, чем когда-либо прежде, поскольку многие компании полагаются на электронную коммерцию, чтобы охватить большую целевую аудиторию за рубежом. Однако, усложнение требований глобальной логистики и рост объёма данных ставят перед логистической отраслью более сложные задачи.

Логистическая отрасль опирается на множество процессов, способствующих правильному распределению материалов, продуктов и услуг от одной компании к другой. Поэтому, поскольку цифровой мир быстро развивается, а потребность в логистических услугах растёт, отрасль смотрит в будущее с точки зрения цифровых оптимизированных процессов. Далее рассмотрено, как ИИ и автоматизация революционизируют и улучшают логистическую отрасль.

Улучшенное управление данными и обслуживание клиентов. Обслуживание клиентов в логистической отрасли является важнейшим компонентом успеха компании: с ростом числа операторов электронной коммерции потребители полагаются на онлайн-заказы больше, чем было раньше. Однако, многочисленные ошибки и негативный опыт работы с логистическими компаниями подорвали доверие к онлайн-покупкам. Одним из главных преимуществ внедрения ИИ в логистическую отрасль является возможность обеспечить лучший клиентский опыт. Если вы заказывали что-то через Интернет в прошлом, вы знаете, как сложно бывает связаться с поставщиками и получить информацию о своем заказе.

Сейчас все логистические компании имеют облачные базы данных, которые позволяют им получать доступ к данным клиентов и заказам в течение нескольких секунд. Логистические компании теперь могут лучше управлять своими повседневными операциями, включая контроль наличия, затрат, потока, ресурсов, транспорта, персонала и поставщиков, обеспечивая бесперебойность процессов и лучшее обслуживание клиентов.

Повышение безопасности рабочих мест для сотрудников. Безопасность на рабочем месте имеет первостепенное значение для любого предприятия, независимо от его размера и отрасли. Обеспечение здоровой и безопасной рабочей среды для сотрудников необходимо для того, чтобы избежать исков о травмах и негативной репутации. Помимо того, что обеспечение безопасного рабочего пространства для сотрудников является юридической и моральной обязанностью работодателей, оно имеет множество преимуществ, включая повышение производительности труда, повышение удовлетворенности и лояльности сотрудников, а также повышение эффективности работы.

Логистическая отрасль сопряжена с рисками безопасности, которые могут подвергнуть опасности сотрудников логистических компаний. От выполнения монотонных и повторяющихся задач

до поднятия тяжестей и работы с опасными материалами, здоровье и благополучие людей, работающих в логистической отрасли, могут пострадать.

Внедрение ИИ и автоматизации может оказать значительное влияние на повышение безопасности труда в логистической отрасли; ИИ и автоматизация могут снизить риск производственных травм на складах цепочки поставок, освободив работников от опасных рабочих процедур. Например, роботы для упаковки и паллетирования могут устранить риск получения травм при выполнении задач по паллетированию промышленных грузов, например, тяжелых ящиков. Кроме того, промышленные роботы могут выполнять повторяющиеся задачи, экономя время операторов и устраняя стресс, вызванный повторяющимися задачами. Они также играют важную роль в повышении общей производительности и эффективности бизнеса, например, позволяя работникам сосредоточиться на важных задачах [2].

Повышение точности и эффективности. Еще одним важным преимуществом внедрения ИИ и автоматизации в логистическую отрасль является тот факт, что эти технологии могут сыграть ключевую роль в повышении точности и эффективности обработки цепочки поставок. С помощью искусственного интеллекта логистические компании могут более эффективно управлять всеми процессами цепочки поставок с помощью проактивных (ответственных) логистических систем. Основным ожиданием клиентов логистической компании является максимально быстрая доставка заказов. Поэтому компании используют проактивные логистические системы для определения повышения и понижения спроса клиентов и корректировки производства в соответствии с этими тенденциями.

Искусственный интеллект, внедрённый в логистических компаниях, может улучшить управление и анализ огромных объёмов данных. Устаревшие системы, такие как электронные таблицы, больше не являются эффективным средством управления данными. Таким образом, искусственный интеллект был внедрён, когда информация и данные достигли невообразимых объёмов в логистической отрасли. Логистические компании ежедневно генерируют и обрабатывают огромные объёмы данных. До внедрения искусственного интеллекта и автоматизации это было настоящей проблемой для сотрудников. Системы отслеживания в реальном времени, проактивные логистические системы и способность управлять большими объёмами данных в считанные секунды позволяют ускорить доставку, уменьшить количество человеческих ошибок, сократить число потерянных или неправильно доставленных заказов и, конечно, повысить удовлетворённость клиентов.

Влияние на ценообразование. Внедрение ИИ и автоматизации в логистику оказывает значительное влияние на снижение затрат. Сокращение человеческих ошибок при принятии решений может привести к экономии затрат логистических компаний. Представьте, что крупный груз с сотнями заказов потерялся или прибыл не по адресу. В таких случаях затраты на поиск, перенаправление и исправление груза огромны. Однако ИИ может помочь логистическим компаниям сократить дорогостоящие ошибки за счёт улучшения управления данными и повышения точности всех процессов. Он также может уменьшить потребность в людях за счёт автоматизации процессов. Компании могут выполнять все бизнес-процессы с меньшим количеством сотрудников, что приводит к экономии средств.

Внедрение искусственного интеллекта и автоматизации в логистических компаниях может поднять производительность на совершенно новый уровень. Логистическая отрасль начинает внедрять технологии для улучшения обработки цепочки поставок, повышения удовлетворённости клиентов и создания более безопасной и здоровой рабочей среды для сотрудников.

Искусственный интеллект может произвести революцию в логистической отрасли. ИИ можно использовать для повышения эффективности, оптимизации сетей доставки и транспортировки, снижения затрат и даже прогнозирования потребительского спроса. Технологии на основе ИИ, такие как беспилотные грузовики, автоматизированные склады, виртуальные помощники и передовой анализ запасов – это лишь некоторые из способов, с помощью которых ИИ меняет логистическую отрасль. ИИ также помогает улучшить качество обслуживания клиентов различными способами, такими как предоставление индивидуальных предложений, отслеживание поставок в режиме реального времени и персонализированные рекомендации по повторному заказу. Используя возможности ИИ в этом секторе, организации могут получить конкурентное преимущество на своём рынке.

Использование роботов в логистике. Роботы в логистике повышают эффективность операций и делают труд персонала более безопасным. Робототехника произвела революцию в способах транспортировки, хранения и доставки товаров. В мире логистики роботы стали важным инструментом для повышения эффективности и рационализации процессов. Используя возможности роботов, предприятия могут снизить затраты и повысить уровень удовлетворённости клиентов.

Роботы обеспечивают высокоэффективный способ обработки грузов на складах, в распределительных центрах и транспортных узлах. С их помощью можно брать товары с полок или тележек, сортировать их по категориям или назначению, перемещать между зонами хранения или загружать в грузовики. Кроме того, они могут быть запрограммированы на прохождение по заранее определённым путям через склады или распределительные центры, перенося товары с большой точностью. Это облегчает труд работников, которым в противном случае может понадобиться использовать лестницы или другие инструменты, чтобы добраться до высоких полок.

Роботы также предлагают безопасную альтернативу для работы с опасными материалами, такими как химикаты, которые требуют особого обращения из-за их потенциальной опасности. Роботы могут безопасно перемещать эти материалы по складам, не подвергая людей риску травмирования или облучения. Кроме того, роботы способны выполнять повторяющиеся задачи быстро и с минимальными ошибками, что помогает сократить количество дорогостоящих ошибок, таких как неправильно маркированные грузы или повреждённые товары из-за человеческого фактора.

Использование роботов также повышает удобство работы, позволяя людям выполнять более сложные задачи, требующие творческого решения проблем, а не ручного труда, например, устранение неполадок в работе машин или анализ тенденций изменения данных для оптимизации уровня производительности всего процесса цепочки поставок. Например, роботы могут использоваться для предиктивной аналитики, которая позволяет компаниям предвидеть потребности клиентов до их возникновения путем анализа прошлых данных и прогнозирования будущих тенденций спроса, чтобы заказывать продукцию заранее, а не ждать, пока заказы поступят, прежде чем поставлять клиентам то, что им нужно, когда они больше всего в этом нуждаются. Это помогает предприятиям оставаться конкурентоспособными, обеспечивая постоянный доступ клиентов к товарам, которые они ищут, когда они больше всего в них нуждаются, а также снижая затраты на складские запасы, связанные с хранением товаров, которые не будут продаваться достаточно быстро из-за отсутствия возможности прогнозирования спроса без помощи роботов [3].

Пример робототехники компании «Яндекс». «Яндекс» ведёт разработку собственных дронов-доставщиков, которые будут осуществлять доставку посылок «Почты России» из более чем 25 отделений и в радиусе около 2-х километров. Цена такой доставки – 1 рубль. Также «Яндекс» 3 года назад (в 2019 году) презентовал своего беспилотника «Ровер». Робот имеет 6 колёс, грузовой отсек открывается сверху, также робот имеет не только камеры, но и лидары (технологии измерения расстояний путем излучения света (лазер) и замера времени возвращения этого отраженного света на приёмник). Компания уже провела тестирование своих дронов в инновационном центре «Сколково», Иннополисе, Москве, Санкт-Петербурге и США.

В проведении испытаний участвуют 36 дронов, а данный сервис доступен пока только в приложении «Почта России». Как и в предыдущих проектах, робот подъезжает по нужному адресу, далее отправляет запрос клиенту, чтобы тот спустился. После этого клиенту нужно ввести код из SMS в приложении «Почта России», чтобы открыть крышку ящика с посылкой.

К слову, компания «Почта России» также проводит тестирование доставки беспилотниками. К сожалению, самые первые испытания, которые были проведены 3 года назад, провалились, но после этого компания проводила новые испытания, а в дальнейшем планирует запустить сервисы доставки дронами в разных регионах. Например, недавно «Почта России» объявила, что к 2023 году планирует организовать доставку беспилотниками на Камчатке.

Таким образом, робототехника предлагает множество преимуществ, обеспечивая повышенную безопасность для сотрудников, работающих с опасными материалами, а также улучшенную точность при транспортировке и хранении товаров. Кроме того, роботы повышают удобство, освобождая людей от рутинных задач, так что более сложные задания, требующие творческого подхода к решению проблем, могут быть выполнены быстрее, чем если бы они выполнялись вручную. В конечном итоге, это приводит к более эффективному процессу цепочки поставок, где клиенты получают свои заказы быстрее, а компании экономят на расходах, связанных с хранением избыточных запасов из-за отсутствия возможностей эффективного прогнозирования без помощи роботов.

1. Как с помощью ИИ трансформировать логистическую отрасль – Текст: электронный // Tadviser: Государство. Бизнес. Технологии: [сайт]. – 2023 – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/-Статья:Искусственный_интеллект_в_логистике (дата обращения 19.03.2023).

2. Иванова М.А. Применение робототехники и искусственного интеллекта в логистике: преимущества и риски // Логистика и управление цепями поставок. – 2021. – № 3. – URL: <https://www.elibrary.ru/-item.asp?id=45620535> (дата обращения 19.03.2023).

3. Борисов Д.В. Роботизация и искусственный интеллект в логистике: тренды и перспективы // Транспорт и логистика. – №6. – 2020. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43918600> (дата обращения 21.03.2023).

4. Гришина Е.С. Роботизация и искусственный интеллект в логистике: основные направления применения // Вестник науки и образования. – 2022. – №1. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47142298> (дата обращения 22.03.2023).

5. Роботизация склада: логистическая роботизированная тележка для складских операций – Текст: электронный // top3dshop: [сайт]. – 2022 – URL: <https://top3dshop.ru/blog/warehouse-and-logistics-robots-review.html> (дата обращения 21.03.2023).

6. Роботизация и искусственный интеллект в сфере логистики на практике – Текст: электронный // Официальный сайт компании Efsol: [сайт]. – 2022 – URL: <https://efsol.ru/articles/robotizacziya-i-iskusstvennyj-intellekt-na-praktike-v-sfere-logistiki.html> (дата обращения 20.03.2023).

УДК 004.838.5

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ CHATGPT НА ОБРАЗОВАНИЕ И НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО: ВОЗМОЖНОСТИ, ОГРАНИЧЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Р.П. Борисов

бакалавр

К.И. Шахгельдян

д-р техн. наук, проф.

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В современном мире развитие технологий искусственного интеллекта, таких как ChatGPT, представляет значительный интерес для образования и научного сообщества. В рамках данной статьи проводится анализ возможностей, ограничений и перспектив развития ChatGPT, с акцентом на его применение в образовательной сфере и научных исследованиях. Рассматриваются вопросы оптимизации процессов обучения, повышения эффективности научных работ и ускорения процедуры публикации результатов. Особое внимание уделяется проблемам недостоверной информации, смещения, плагиата и зависимости от технологии. Также обсуждаются возможные стратегии и решения для минимизации рисков и максимизации пользы от использования ChatGPT. В работе подчёркивается важность интеграции принципов ответственного использования искусственного интеллекта и активного сотрудничества между разработчиками, педагогами, исследователями и стейкхолдерами. Анализируются основные направления развития, включая улучшение алгоритмов машинного обучения, разработку инструментов для предотвращения плагиата и поддержание диалога между заинтересованными сторонами. В заключение статья подводит итоги исследования, акцентируя внимание на необходимости разработки интегрированных систем и совместной работы человеческих экспертов с ChatGPT для обеспечения совместного обучения и научных исследований. В перспективе статья выявляет потенциал ChatGPT и аналогичных технологий в создании интонационных подходов к обучению, междисциплинарным исследованиям и содействию диалогу между специалистами различных областей. В целом, научная статья предоставляет обзор возможностей и вызовов, связанных с использованием ChatGPT в образовании и научном сообществе, и предлагает направления для дальнейшего исследования и разработки технологии.

Ключевые слова: ChatGPT, искусственный интеллект, научное сообщество, перспективы развития ИИ, современные вызовы со стороны ИИ, перспективы развития образования.

EVALUATION OF THE IMPACT OF CHATGPT ON EDUCATION AND THE SCIENTIFIC COMMUNITY: OPPORTUNITIES, LIMITATIONS, AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

In the modern world, the development of artificial intelligence technologies such as ChatGPT is of significant interest to the education and scientific community. This article analyzes the opportunities, limi-

tations, and prospects for the development of ChatGPT, with a focus on its application in education and scientific research. Issues of optimizing learning processes, increasing the effectiveness of scientific work, and accelerating the procedure for publishing results are discussed. Special attention is paid to issues of unreliable information, bias, plagiarism, and dependence on technology. Possible strategies and solutions are also discussed to minimize risks and maximize the benefits of using ChatGPT. The importance of integrating principles of responsible artificial intelligence use and active collaboration among developers, educators, researchers, and stakeholders is emphasized. The main directions of development are analyzed, including improving machine learning algorithms, developing tools to prevent plagiarism, and maintaining dialogue between interested parties. In conclusion, the article summarizes the research, emphasizing the need for the development of integrated systems and collaboration between human experts and ChatGPT to ensure joint learning and scientific research. In perspective, the article identifies the potential of ChatGPT and similar technologies in creating innovative approaches to learning, interdisciplinary research, and facilitating dialogue between specialists in different fields. Overall, the scientific article provides an overview of the opportunities and challenges associated with the use of ChatGPT in education and the scientific community, and offers directions for further research and technology development.

Keywords: *ChatGPT, artificial intelligence, scientific community, AI development prospects, modern challenges posed by AI, education development prospects.*

ChatGPT, разработанный компанией OpenAI, является одним из крупнейших и наиболее влиятельных языковых моделей на сегодняшний день. Эта модель использует алгоритмы машинного обучения для обработки и генерации текста на основе анализа огромных массивов данных [1]. В связи с быстрым развитием этой технологии, научное сообщество и образовательные учреждения стремятся оценить ее возможности, ограничения и перспективы развития, а также понять, как ChatGPT может быть использован для повышения качества образования и продвижения научных исследований. С развитием технологий искусственного интеллекта возникает ряд вопросов и проблем, связанных с их внедрением и использованием в различных сферах общественной жизни. В контексте образования и науки особое внимание уделяется, потенциальным рискам и вызовам, а также эффективности использования AI-технологий, таких как ChatGPT [2].

ChatGPT предоставляет обширные возможности для образования и научного сообщества. В образовательной сфере модель способствует индивидуализации обучения, адаптируясь к потребностям каждого студента и предоставляя персонализированную поддержку в процессе изучения различных дисциплин. В научном сообществе ChatGPT может ускорять процесс исследований, облегчая анализ больших объёмов данных, синтез знаний из различных источников и облегчение междисциплинарного сотрудничества. Также эта технология может автоматизировать рутинные задачи, освобождая время учёных для более творческой и фокусированной работы. В целом, ChatGPT открывает новые горизонты для образования и научного сообщества, предлагая интонационные подходы к преподаванию, научным исследованиям и взаимодействию между специалистами различных областей. Однако, для успешной интеграции этих возможностей, необходимо также учитывать и решать связанные с ними вызовы и ограничения, обеспечивая ответственное и эффективное применение технологии на практике.

ChatGPT предоставляет ряд возможностей для образования и научного сообщества, включая:

1) помощь в обучении: ChatGPT может дополнить традиционные методы обучения, помогая студентам с домашним заданием, исследовательскими и практическими проектами, предоставлением обратной связи на написанные тексты или поясняя материал [3]. Модель может также адаптироваться к индивидуальным нуждам учащихся, обеспечивая персональный подход к обучению [4];

2) улучшение качества научных исследований: ChatGPT может быть использован для анализа данных, помогая исследователям в обработке информации, формулировании гипотез и предложении новых идей по запросу [5];

3) ускорение процесса публикации: ChatGPT может автоматизировать некоторые процессы, связанные с написанием и редактированием научных статей, такими как: проверка орфографии, формулирование идеи более простыми словами, раскрытие мысли более «широко» [6].

Несмотря на многочисленные возможности, использование ChatGPT также имеет ряд ограничений и вызовов, такие как:

1) недостаточность и смещение: ChatGPT может генерировать недостоверную или неточную информацию, а также проявлять смещение, обусловленное данными, на которых модель обучалась [7]. Это может привести к распространению ложных сведений и подрыву доверия к искусственному интеллекту в образовании и науке;

2) плагиат: с использованием ChatGPT студенты и исследователи могут сгенерировать тексты, основанные на существующих работах, что может привести к плагиату и нарушению авторских прав [8].

Представленные вызовы требуют разработки новых инструментов и методов контроля, чтобы поддерживать академическую «честность». Также ChatGPT представляет новый вызов, такой как «зависимость от технологии», использование ChatGPT может привести к чрезмерной зависимости от технологии и снижению критического мышления у студентов и исследователей, поскольку они могут полагаться на автоматизированный анализ и генерацию текстов, вместо самостоятельной работы [9].

В долгосрочной перспективе развитие ChatGPT и подобных технологий может привести к созданию интегрированных систем, которые могут эффективно сотрудничать с человеческими экспертами, обеспечивая совместное обучение и научные исследования. Перспективы развития также включают улучшение алгоритмов машинного обучения для снижения смещений и повышения точности генерации текста [10].

ChatGPT предоставляет широкий спектр возможностей для образовательной сферы и научного сообщества, в частности, содействует оптимизации процессов обучения, улучшению качества проведения научных исследований и ускорению процедуры публикации результатов. Тем не менее, при внедрении и применении ChatGPT необходимо учесть ряд существенных ограничений и вызовов, таких как вероятность генерации недостоверной информации, наличие смещений в анализе, потенциальное содействие плагиату и создание чрезмерной зависимости от технологии [7, 8, 9]. В рамках перспектив развития технологии следует рассмотреть разработку интегрированных систем, способных эффективно взаимодействовать с человеческими экспертами, обеспечивая совместную реализацию образовательных процессов и научных исследований [10]. Для реализации этих возможностей и преодоления существующих проблем важно интегрировать ChatGPT с принципами ответственного использования искусственного интеллекта, активно сотрудничать с педагогами, исследователями и стейкхолдерами в области образования и науки [2, 5]. Основные направления развития должны включать улучшение алгоритмов машинного обучения для снижения смещений и повышения точности генерации текста, разработку инструментов для предотвращения плагиата, а также поддержание диалога между разработчиками и пользователями технологии для обеспечения более безопасного и эффективного использования ChatGPT в образовательных и научных контекстах [4, 6, 10].

В целом, ChatGPT имеет значительный потенциал для улучшения образовательного процесса и продвижения научных исследований, однако для успешной реализации этого потенциала необходимо принять во внимание возможные ограничения и вызовы, с которыми может столкнуться научное сообщество. Обоснованное использование этой технологии и постоянное совершенствование алгоритмов и методов работы с ChatGPT могут сыграть ключевую роль в его интеграции в области образования и науки, способствуя развитию качественных инноваций и обеспечению глубокого понимания человеческого знания [3, 9].

В заключение ChatGPT является мощным инструментом, предлагающим множество возможностей для образования и научного сообщества, но для его успешного внедрения и использования необходимо стремиться к разработке интегрированных систем, совместно работать с человеческими экспертами и продолжать исследования в области ответственного применения искусственного интеллекта. Важно также поддерживать академическую честность, критическое мышление и этические принципы в области образования и науки, чтобы обеспечить эффективное взаимодействие между человеком и машиной [1, 2, 8].

Продолжение развития ChatGPT и подобных технологий предполагает внимательный анализ и оценку их влияния на образовательную сферу и научное сообщество. Тесное сотрудничество и координация между разработчиками, экспертами, педагогами и студентами может привести к появлению новых инноваций, которые повышают качество образования и продвигают науку вперед, при этом учитывая этические и социальные аспекты использования искусственного интеллекта [5, 7, 10].

В будущем технологии, основанные на искусственном интеллекте, такие как ChatGPT, могут оказать значительное влияние на образование и научные исследования, предоставляя новые возможности для интонационных подходов к обучению и разработке знаний. Чтобы достичь этого, необходимо проводить постоянный анализ, оценку и совершенствование этих технологий, а также поддерживать активное взаимодействие между учеными, педагогами, студентами и другими заинтересованными сторонами. Это включает в себя разработку эффективных механизмов для контроля и управления использованием AI в образовательных и научных процессах, а также адаптацию практик, чтобы они соответствовали ценностям и требованиям современного мира. Важно также

учитывать возможные риски и ограничения, связанные с использованием AI, такие как проблемы с безопасностью данных, смещение в алгоритмах и неравный доступ к технологии. Сотрудничество между научными и образовательными учреждениями, правительственными организациями и частным сектором может способствовать обмену опытом и знаниями, которые помогут в успешной интеграции AI-технологий в образование и науку. Одним из возможных направлений, может быть, реализацией курсов и образовательных программ, которые будут обучать студентов и преподавателей этическому и ответственному использованию AI, а также развивать навыки в области анализа данных, машинного обучения и искусственного интеллекта. Также необходимо обеспечить непрерывное обновление и адаптацию AI-технологий с учётом постоянного развития научных знаний и образовательных методик. Это может включать в себя интеграцию новых алгоритмов, улучшение интерфейсов и расширение функциональных возможностей, что позволит системам, таким как ChatGPT, стать ещё более эффективными и полезными инструментами

1. Brown T.B., et al. Language Models are Few-Shot Learners // arXiv preprint arXiv:2005.
2. Crawford K., Paglen T. AI Ethics and the Limits of Code // AI & Society. 2021. Vol. 36, no. 2. P. 493-499.
3. Raffel C., et al. Exploring the Limits of Transfer Learning with a Unified Text-to-Text Transformer // Journal of Machine Learning Research. 2020. Vol. 21, no. 140. P. 1-67.
4. Wang S., Manning C.D. The Potential of Pretrained Language Models for Task-Oriented Dialogues // arXiv preprint arXiv:2008.06888. 2020.
5. Zhang X., et al. Integrating AI-driven Language Models into Scientific Research: Opportunities, Challenges, and Recommendations // arXiv preprint arXiv:2109.08611. 2021.
6. Gehring E.F., Peddycord-Liu B. Towards Automated Feedback on the Content of Short Essays // Proceedings of the 52nd ACM Technical Symposium on Computer Science Education. 2021. P. 305-311.
7. Bender E.M., Koller A. Climbing towards NLU: On Meaning, Form, and Understanding in the Age of Data // Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. 2020. P. 5185-5198.
8. Palfrey J., Gasser U. Digital Ethics and the Future of AI in Education // The Oxford Handbook of Ethics of AI. 2020. P. 681-696.
9. Hovy E., Spruit S.L. The Social Impact of Natural Language Processing // Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. 2021. P. 6210-6221.
10. West S.M., Whittaker M., Crawford K. Discriminating Systems: Gender, Race, and Power in AI // AI Now Institute. 2021.

УДК 338.33

ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА

А.В. Газзаев, А.В. Левченко, А.М. Назарова
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В современной экономике, в условиях глобализации и ускоряющихся темпах развития технологий, бизнес-процессов и управленческих методов, все более растет потребность в сравнительном анализе своей компании с лучшими практиками в отрасли и с другими странами, а также в использовании этой информации для увеличения эффективности деятельности. Одним из эффективных инструментов для достижения этих целей является бенчмаркинг.

Ключевые слова: бенчмаркинг, сравнительный анализ, компания-эталон, глобализация, экономические стратегии, конкуренция, коммерческая деятельность.

FOREIGN AND RUSSIAN EXPERIENCE OF USING BENCHMARKING

In the modern economy, in the context of globalization and the accelerating pace of development of technologies, business processes and management methods, there is an increasing need for a comparative analysis of your company with the best practices in the industry and with other countries, as well as the

use of this information to increase efficiency. One of the effective tools to achieve these goals is benchmarking.

Keywords: benchmarking, comparative analysis, benchmark-company, globalization, economic strategies, competition, commercial activity.

Новизна: В работе проведен сравнительный анализ бенчмаркинга в России и зарубежных странах, в том числе были определены особенности использования данного инструмента в России.

Цель: Данная работа направлена на изучение опыта бенчмаркинга в России и зарубежных странах с целью выявления особенностей его использования, преимуществ и ограничений.

Задачи: Провести обзор научной литературы по теме бенчмаркинга и его использования в России и зарубежных странах; – Изучить опыт бенчмаркинга в России и зарубежных странах, сравнить его особенности и эффективность; – Выявить возможности и ограничения использования бенчмаркинга в России; – Определить перспективы использования бенчмаркинга в России.

Методы исследования: В работе были использованы следующие методы исследования: – Обзор научной литературы; – Сравнительный анализ данных о бенчмаркинге в России и зарубежных странах; – Анализ применения бенчмаркинга на примере российских компаний; – Статистический анализ данных.

История зарождения бенчмаркинга за рубежом



Рис. 1. Хронология применения бенчмаркинга зарубежными компаниями

По официальной версии, бенчмаркинг был создан в США в 1972 году. Организация PIMS (воздействие маркетинговой стратегии на прибыль) пришла к выводу, что в целях достижения эффективности в конкурентной среде необходимо изучать опыт других компаний, которые добились успеха в схожих условиях. На тот момент они применяли только конкурентный тип бенчмаркинга. С тех пор, прошло более 40 лет, и этот метод анализа проделал огромный путь развития, сейчас же существует множество его разновидностей и методов использования. Как видно из данного рисунка, первой компанией, оценившей по достоинству возможности, и применившей инструмент бенчмаркинга является – Xerox (Ксерокс). Впервые на западе бенчмаркинг в современной его формулировке был использован именно этой корпорацией в 1979 г., с целью увеличения их «рыночной доли» и расширения сфер влияния на рынке.

Для борьбы с конкурентами, предлагавшими товары такого же качества, но по более низким ценам, было проведено исследование сравнительного анализа товаров конкурентов, в результате которого были оценены технические характеристики. Это позволило разработать уникальное рыночное предложение. Сотрудники корпорации сильно вдохновились полученными результатами и начали подробно изучать опыт японской компании Fujifilm (Фуджифильм), что привело к успеху и дальнейшему процветанию компании «Xerox». В результате концепция бенчмаркинга стала неотъемлемой частью ее бизнес-стратегии. После этих событий, бенчмаркинг начал стремительно набирать популярность.

В 1982 году компания General Motors начала проводить бенчмаркинговое исследование с целью найти альтернативные методы управления качеством и безопасностью. В то время качество стало главным отличительным признаком продукции с высокой конкурентоспособностью, а многие менеджеры приняли вызов Эдварда Деминга: «Если Япония может, почему не можем мы?». В проведении исследования были задействованы известные компании, такие как Hewlett-Packard, Triple M и Deere & Company. Бенчмаркинг позволил General Motors комплексно оценить системы

менеджмента качества организаций, принявших участие в исследовании, а также объективно определить зависимость общей эффективности деятельности компании от управления качеством.

Общепризнанная на сегодняшний день компания Ford была печально известна своей не удовлетворяющей нормам продукцией и имела очень низкую конкурентоспособность. Для определения оптимальной конструкции автомобиля Ford провела анализ конкурентов и выявила 400 элементов, критически важных для общего успеха модели. Нельзя не отметить, что компания не упустила возможность изучить способы производства новой продукции и организации производства с минимальными затратами у своих соперников. Для каждого элемента, который был выявлен после проведения анализа конкурентных компаний, был подобран свой эталон. На основе собранной информации были сформированы рабочие группы в каждой функциональной области для достижения реалистичной цели «Достичь или превзойти лучшие показатели в классе в этих областях». Результаты превосходили ожидания. К моменту запуска модели в производство Ford превзошел своих конкурентов по 77 процентам из этих 400 элементов.

В 1999 году, когда бенчмаркинг получил широкое распространение среди различных компаний, Global Intelligence Alliance Group собрала людей, руководителей рыночных исследований, для обсуждения и обмена передовым опытом, связанным с различными аспектами управления маркетинговыми исследованиями. Начали возникать «кружки» бенчмаркинга, и с 1999 года группа организовала более 40 семинаров по данной теме. В этих мероприятиях приняли участие специалисты по маркетинговым исследованиям из 30 различных организаций.

Hewlett-Packard и Nokia, как и компании, указанные выше, использовали бенчмаркинг в своей деятельности, но в отличие от вышесказанных они приняли решение исследовать на рынке не только фирмы, достигшие успеха и признания от аудитории, но и компании, работающие в сфере инноваций и активно развивающиеся в соответствии с современными требованиями рынка. Анализ деятельности конкурентов позволил Hewlett-Packard сосредоточиться на необходимости повышения качества своей продукции и выбрать направление дальнейшего развития.

На основе результатов этого исследования и собственного бенчмаркинга компания Nokia разработала стратегию, основанную на качестве продукции как наиболее важном факторе конкурентоспособности. Имея самый широкий ассортимент продукции и множество конкурентов, выпускающих аналогичные товары, Nokia сделала ставку на качество и оставалась единоличным лидером на рынке мобильных телефонов в течение почти десяти лет.

Таблица 1

Зарубежный опыт использования бенчмаркинга

Компания	Год	Опыт	Результат
PIMS	1972	—	Было выявлено, что для того, чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, необходимо знать лучший опыт других предприятий, имеющих успех в похожих условиях.
Xerox	1979	Был проведён сравнительный анализ товаров конкурентов: были выявлены и оценены их технические характеристики и на этой основе было разработано уникальное рыночное предложение.	Успех и процветание компании; Концепция бенчмаркинга стала неотъемлемой частью ее бизнес-стратегии.
General Motors	1982	Проведено бенчмаркинговое исследование, цель которого была найти альтернативные методы управления качеством и безопасностью.	Бенчмаркинг позволил General Motors объективно и комплексно оценить системы менеджмента качества организаций, принявших участие в исследовании. Сотрудники компании выяснили, какова зависимость общей эффективности деятельности компании от управления качеством.
Ford	1990	Был проведен анализ конкурентов для выявления оптимального дизайна автомобиля. Для каждого из 400 элементов был выбран лучший в отрасли производитель.	Результат превзошел ожидания. При запуске модели в производство Ford превосходил конкурентов в 77 процентах из указанных 400 элементов.

Компания	Год	Опыт	Результат
GIA	1999	Встречи руководителей рыночных исследований, обсуждение и обмен передовыми методами работы, которые связаны с разными аспектами управления этими исследованиями.	Число проведенных семинаров по бенчмаркингу составляет более. Участвовали специалисты по проведению рыночных исследований из 30 организаций.
HP	2000-е	Анализ деятельности лучших предприятий, проверка принципа «качество продукции повышает конкурентоспособность», выявление отличительных характеристик компаний-эталонов и потенциальных лидеров рынка.	—
Nokia	2000-е	Анализ результатов исследований корпорации HP и собственные бенчмаркинговые исследования.	Nokia сделала ставку на качество и в течение почти 10 лет сохраняла единоличное лидерство на рынке мобильных телефонов.

Появление бенчмаркинга среди российских предприятий



Нельзя точно сказать, когда российские компании начали использовать бенчмаркинг, но одной из первых стала **Ирибитский мотоциклетный завод**. После изучения опыта европейских компаний, завод реорганизовал свое производство и начал использовать аутсорсинг. Руководством завода принято решение о внедрении этого опыта и о реорганизации собственного производства.

Позже, **Газпром** также стал крупным пользователем бенчмаркинга, создав независимую компанию Бургаз для бурения скважин. При изучении западного опыта организации нефтяного бизнеса специалистами компании было выявлено, что услуги по бурению скважин в большинстве случаев предоставляются сторонними независимыми компаниями, в то время как российские нефтяные компании бурили их своими силами. Газпром взял западный опыт на вооружение, и для бурения скважин была создана независимая компания Бургаз. Компания Газпром Нефть – одна из крупнейших компаний в России по добыче нефти также в своей практике использует бенчмаркинг.

Компания **Невская косметика** также использует эту систему для улучшения процессов внутри компании. Компанией создана специальная служба для изучения зарубежного опыта и его адаптации под свои нужды. Они изучают зарубежный опыт и адаптируют его под свои нужды, выбирая в качестве объектов эталонного сопоставления четыре лидирующие западные компании в производстве и реализации парфюмерно-косметической продукции: Procter&Gamble, L`Oreal, Unilever и Henkel.

Преобразование одного из крупнейших российских банков – **Сбербанка** было осуществлено непосредственно с помощью бенчмаркинга. Toyota выступила на первом этапе в качестве компании-эталона. Сбербанк создал собственную управленческую платформу на базе японской модели. Следующим этапом преобразований стало отстройка банковских процессов. Основой американской системы Shared, service, centers – стала американская система. Сбербанк создал собственную систему центров сопровождения клиентских операций.

Преобразования на основе бенчмаркинга, начатые в 2008 году, продолжают по настоящее время. Сбербанк добавил сравнительный бенчмаркинг к внешнему конкурентному бенчмаркингу. В конце декабря 2016 года было объявлено о проведении сравнительного исследования показателей эффективности работы подразделений Сбербанка.

Компания **Северсталь** также применяет сравнительный бенчмаркинг в своей деятельности. Японская компания Nippon Steel Corporation (NSC) выбрана в качестве компании-эталона. В процессе сопоставления изучена продукция компании, производственные и управленческие процессы, организация сервисного обслуживания. Специалисты японской компании предоставили «Северстали» пакет рекомендаций по усовершенствованию исследуемых процессов по окончании работы. Российские специалисты «Северстали» неоднократно посещали Японию для изучения системы тотального управления качеством.

Таблица 2

Российский опыт использования бенчмаркинга

Компания	Год	Опыт	Результат
Ирбитский мотоциклетный завод	—	Изучение опыта европейских компаний аналогичного профиля (Ducati, Malagatti, Paioly).	Руководством завода принято решение о внедрении иностранного опыта и о реорганизации собственного производства.
Газпром	—	Изучение западного опыта организаций нефтяного бизнеса; Газпром взял западный опыт на вооружение.	Была создана независимая компания Бургаз.
Невская косметика	—	Активно используется система эталонного сопоставления.	—
Сбербанк	2008	На первом этапе в качестве компании-эталона выступала компания Toyota. Вторым этапом преобразований стала отстройка банковских процессов. Здесь основой выступила американская система shared service centers.	Сбербанк: Выстроил собственную управленческую платформу Создал собственную систему центров сопровождения клиентских операций.
Северсталь	2008	Применение сравнительного бенчмаркинга. В качестве компании-эталона выбрана японская компания Nippon Steel Corporation. Была изучена продукция компании, производственные и управленческие процессы, организация сервисного обслуживания.	Специалисты японской компании, помимо доступа в документацию и консультирования, также предоставили «Северстали» по окончании работы пакет рекомендаций по усовершенствованию исследуемых процессов.

Полученные результаты

В результате исследования были получены следующие результаты: – Бенчмаркинг является эффективным инструментом для сравнения своей компании с лучшими практиками в отрасли и за ее пределами; – В России существуют определенные ограничения для использования бенчмаркинга, связанные с недостаточной культурой измерения и контроля результатов; – В зарубежных странах бенчмаркинг является более распространенным и эффективным инструментом, даже несмотря на наличие своих ограничений; – Бенчмаркинг может быть применим не только в бизнесе, но и в других сферах деятельности, таких как образование и здравоохранение.

Заключение

Бенчмаркинг очень известен среди предпринимателей по всему миру, и многие предприятия используют его в условиях конкуренции. Бенчмаркинг, это не только заимствование идей у конкурента, это более обширное понятие, обозначающее, скорее, взаимодействие обеих сторон – компании эталона и предприятия, которое обратилось к бенчмаркингу – для общего блага и улучшения положения на рынке. Порой бенчмаркинг может являться ключевым инструментом по достижению величия или успеха компании. В России, как известно, бенчмаркинг развит не настолько хорошо, он в основном используется на производственных предприятиях, финансовых институтах. Отечественным предприятиям есть куда стремиться, однако развитие бенчмаркинга в России не стоит на месте, сферы его влияния расширяются всё больше и больше, это положительно влияет на дальнейшее развитие и, возможно, выход на международный уровень российских предприятий.

Несмотря на развитие бенчмаркинга в России, в логистических предприятиях такого опыта не было установлено, поэтому поиск лидера именно в этой сфере с помощью инструмента бенчмаркинга является наиболее актуальной задачей и требует продолжения.

1. Лин Вектор. Нужно ли равняться на конкурентов или что такое бенчмаркинг простыми словами? / Лин Вектор. – URL: <http://vc.ru/u/1743126-lin-vektor/665973-nuzhno-li-ravnya...ing-prostyimi-slovami>

2. Колодезникова И. В. Опыт применения бенчмаркинга в российских компаниях // Маркетинг и логистика. – 2017. – № 5. – 129 с

3. Бенчмаркинг компании: примеры из зарубежной и российской практики. – Текст: электронный. – URL: <http://sales-generator.ru/blog/benchmarking-kompanii/>

4. История возникновения бенчмаркинга. – Текст: электронный. – URL: http://studopedia.ru/5_19290_istoriya-vozniknoveniya-benchmarkinga.html

5. Стратегический бенчмаркинг: от понимания до внедрения. – Текст: электронный. – URL: <http://sales-generator.ru/blog/strategicheskiy-benchmarking/>

6. Бенчмаркетинг и его применение на предприятии. – Текст: электронный. – URL: http://www.referatmix.ru/referats/53/referatmix_51240.htm

7. Конкурентный бенчмаркинг в Ford. – Текст: электронный. – URL: <http://studfile.net/preview/-4437125/page:6/>

8. Бенчмаркетинг в системе управления предприятием. – Текст: электронный. – URL: <http://pandia.org/text/81/227/19932.php>

9. Социальные медиа и бенчмаркинг в компании Nokia. – Текст: электронный. – URL: <http://poisk.ru.ru/s24779t27.html>

10. Примеры использования бенчмаркинга. – Текст: электронный. – URL: http://studwood.net/1748621/marketing/primery_ispolzovaniya

11. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований. – Текст: электронный. – URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m9/14.htm>

12. Бенчмаркинг. – Текст: электронный. – URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА РЫНКЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

З.Э. Сокольская, Л.П. Савченко, С.А. Григорян

бакалавры

В.В. Жохова

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В настоящее время можно наблюдать возросшую роль диджитал-коммуникаций и переход к цифровому маркетингу, который кардинально преобразил традиционный комплекс маркетинга, его основные направления и инструменты.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, бизнес, рынок, инновационные технологии.

SEGMENTATION BASED ON KEY USER CHARACTERISTICS STUDY OF THE MAIN FEATURES IN THE DIGITAL MARKETING MARKET IN RUSSIA

Currently, one can observe the increased role of digital communications and the transition to digital marketing, which has radically transformed the traditional marketing mix, its main directions and tools.

Keywords: digital marketing, business, market, innovative technologies.

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: необходимость знаний истории развития цифрового маркетинга, его возможности и особенности эффективного продвижения товаров и услуг в онлайн среде на российском рынке.

Проблема: недостаточность проведенных исследований по определению понятия цифрового маркетинга и его особенностей в России.

Цель работы: провести кабинетные исследования основных особенностей цифрового маркетинга на российском рынке.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- определить сущность и понятие «цифровой маркетинг»;
- рассмотреть этапы развития цифрового маркетинга;
- выявить основные особенности цифрового маркетинга в России.

Объектом является цифровой маркетинг.

Предметом в данной работе является исследование основных особенностей цифрового маркетинга в России.

Понятие «цифровой маркетинг»

Определение «digital-marketing» стало использоваться в 90-е годы прошлого века. Нынешнее формирование цифрового маркетинга протекает из-за постоянных усовершенствований его инструментов, которые помогают эффективному выработыванию отношений с потребителями (клиентами). Благодаря активному распространению мобильных устройств и растущему медиа, возникают широкие возможности для маркетинга и рекламы.

Отличительной чертой цифрового маркетинга является то, что он базируется на непрерывно меняющихся технологиях [6].

Ключевые подходы к определению цифрового маркетинга отечественных и зарубежных авторов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Определения понятия «цифровой маркетинг»

Автор	Определение
Каннан П. К. [3]	Цифровой маркетинг – это процесс, с помощью которого компании могут сотрудничать с клиентами для совместного создания и предоставления ценности, а цифровые технологии уменьшают асимметрию информации между клиентом и компанией, трансформируют продукт компании в продукт с цифровым обслуживанием.
Куликова Е. С. [1]	Digital-маркетинг – это вид маркетинговой деятельности, который предполагает общение с аудиторией через digital-каналы для решения задач бизнеса.
Шевченко Д. А. [2]	Цифровой (digital) маркетинг – это маркетинг продвижения продуктов и услуг с использованием цифровых каналов для охвата потребителей.

На основании данных умозаключений цифровой маркетинг стоит рассматривать как совокупность методов и цифровых каналов коммуникации с клиентом, которые применяются компанией для продвижения продукта или своего бренда.

История развития цифрового маркетинга

Развитие цифрового маркетинга связано с развитием сети интернет. Это выражено тем, что пользователи интернет сети получили возможность приобретения, продажи и обмена информации, размещения рекламных уведомлений и т.д. [4]

В 1980-х годах объем памяти компьютеров стал достаточно большим для того, чтобы компании могли выбирать метод маркетинга баз данных, что кардинально изменяет отношения продавцов и покупателей, отслеживая информацию о клиентах, однако ручной процесс недостаточно эффективен.

В 2000-х годах количество пользователей интернета все также увеличивалось, выпустили первый iPhone, и все больше клиентов начали предпочитать онлайн приобретение, что создало проблему для отдела маркетинга. И помимо этого, опрос, проведенный в 2000 году в Соединенном Королевстве, показал, что большинство розничных продавцов даже не регистрировали доменный адрес. Все эти проблемы и побуждали маркетологов разрабатывать новые способы внедрения цифровых технологий в развивающийся рынок.

Цифровой маркетинг также называют «онлайн-маркетингом» или «интернет-маркетингом». Термин цифровой маркетинг спустя недолгое время стал известным. В США более популярным термином является интернет-маркетинг. В Италии цифровой маркетинг принято называть веб-маркетингом. Данный термин особенно обрел свою популярность во всем мире после 2013 года [7].

В современное время цифровой маркетинг перевернул представление о ведении бизнеса. Онлайн-магазины и сайты являются отличным инструментом для тех, у кого есть, что предложить, но они стараются начать свое дело с минимальными вложениями и расходами. Благодаря этому типу маркетинга можно достичь максимально широкой аудитории, имея идею, товар или услугу [4].

Основные особенности цифрового маркетинга в России

Особенностью цифрового маркетинга является его интерактивность. Она выражается в использовании различных инструментов взаимодействия между клиентами и компанией. Благодаря этим инструментам можно получить обратную связь, изучить мнение клиентов, узнать о том, что их интересует. Это все может помочь компаниям оптимизировать свою работу и значительно улучшить качество продуктов и услуг.

Интерактивность цифрового маркетинга также проявляется во взаимодействии через социальные сети, с помощью которых компании могут связаться со своими клиентами и сформировать лояльность к своему бренду. Клиенты могут оставлять отзывы, задавать вопросы, общаться с компанией через чаты и мессенджеры. Такой подход к взаимодействию дает возможность установить доверительные отношения и снизить риск конфликтов.

Таким образом, интерактивность цифрового маркетинга – это принцип, на котором строится эффективное взаимодействие между компаниями и клиентами. Он позволяет выстраивать качественный, способствующий развитию бизнеса диалог между участниками, повышать лояльность и доверие, а также оптимизировать бизнес процессы.

Особенности функционирования цифрового маркетинга проявляются в последовательности взаимодействия потенциального потребителя и его инструментов.

Для формирования первичного спроса и лояльности важно формирование лидогенерации, конечная цель которой – привлечь покупателей к бренду и обеспечить их внимание к маркетинговой коммуникации бренда. Задача лидогенерации – клиент должен быть сохранен для данного бренда как в цифровом, так и в обычном пространстве. Особенности здесь являются:

- 1) обеспечение доступа к целевым интернет ресурсам через блоги, социальные сети и страницы, на которые заходил посетитель;
- 2) обязательное использование призывов к действию на целевых страницах, форм взаимодействия и прочих инструментов, с помощью которых клиенты будут вовлекаться в интерес к бренду;
- 3) формирование и продолжение отношений с клиентом, которые будут реализованы в форме электронной переписки через e-mail и мессенджеры;
- 4) расширение глубины взаимодействия клиента через социальные сети, реализация интеллектуальных рабочих процессов взаимодействия с клиентом.

Выводы по исследованию

В настоящее время цифровой маркетинг смог перевернуть все представления о том, каким образом необходимо вести бизнес. Цифровой маркетинг является незаменимым инструментом для тех людей, у которых есть что предложить населению, но они не знают, как это сделать с наименьшими вложениями и расходами.

Кабинетное исследование развития цифрового маркетинга показало, что основной особенностью цифрового маркетинга является его интерактивность, проявляющаяся в зависимости успешного применения инструментов цифрового маркетинга от участия потенциальных потребителей во взаимодействиях с ними. Посетители цифровых ресурсов не только должны знать основную

информацию и способы использования цифровых коммуникаций, обладать знаниями, необходимыми для работы с цифровыми пользовательскими инструментами, но и проявлять лояльность по отношению к предпочитаемому бренду и быть уверенными в том, что получаемая ими информация действительно полезна для них, обеспечивая постоянство реакции на воздействие средств цифрового маркетинга. [5]

1. Куликова Е.С. Трансформация маркетинга: от традиционного к цифровому // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 6А. – С. 32–39.; Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов / Д. А. Шевченко // Практический маркетинг. – 2019. – №10 (272). – С. 29–37.

2. Kannan, P. K., Hongshuang, L. Digital marketing: A framework, review and research agenda // International Journal of Research in Marketing. – 2016. – Vol. 34, № 1. – P. 22–45.

3. История появления и развития интернет-маркетинга. – Текст: электронный // Сайт компании «Studwood»: [сайт]. – URL: https://studwood.net/1131789/marketing/istoriya_poyavleniya_razvitiya_internet_marketinga (дата обращения: 23.04.2023).

4. Особенности современного цифрового маркетинга. – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «АПНИ»: [сайт]. – URL: <https://apni.ru/article/4482-osobennosti-sovremennogo-tsifrovogo-marketing> (дата обращения: 23.04.2023).

5. Содержание понятия «цифровой маркетинг». – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «StudMir»: [сайт]. – URL: <https://studmir.com/soderzhanie-ponyatiya-czifrovoj-marketing/> (дата обращения: 23.04.2023);

6. Цифровой маркетинг. – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «Альфapedия»: [сайт]. – URL: https://alphapedia.ru/w/Digital_marketing (дата обращения: 23.04.2023).

УДК 339.35

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЛОГИСТИКЕ

П.Ю. Жиганова, Д.А. Стеблюк, И.Б. Алескеров
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена использованию возможностей искусственного интеллекта в логистике. Сейчас искусственный интеллект демонстрирует свои потенциальные возможности в управлении поставками, транспортировке, складировании. А также всё больше внедряется в повседневную жизнь. Его возможности имеют большую площадь использования, от голосового помощника Siri до роботов-беспилотников. ИИ до сих пор остаётся неидеальным, допуская возможность непредвиденных проблем.

Ключевые слова: искусственный интеллект, логистика, технологии, наука, IT, возможности.

HARNESSING THE POWER OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LOGISTICS

The article is devoted to the use of artificial intelligence capabilities in logistics. Now artificial intelligence demonstrates its potential capabilities in supply management, transportation, warehousing. And it is also increasingly being introduced into everyday life. Its capabilities have a large area of use, from the Siri voice assistant to robot drones. And it still remains imperfect, allowing for the possibility of unforeseen problems.

Keywords: artificial intelligence, logistics, technology, science, IT, opportunities.

В настоящее время, искусственный интеллект развивается всё быстрее и шире. Технологии внедряются повсеместно, как на государственном и корпоративном уровне, так и в жизни обычных людей. И информационные технологии приобретают все большее значение для мира, поскольку человечество становится все более взаимосвязанным и взаимозависимым сообществом.

ИИ является одной из новейших технологий науки, опирающейся на знания из областей информатики, математической логики, программирования и других отраслей. Главная цель учёных заключается в том, чтобы он работал неотличимо от человеческого мозга.

На сегодняшний день искусственный интеллект всё ещё имеет недочёты. Однако он никогда не исчезнет из логистики. Напротив, он будет распространяться и совершенствоваться. Потому как его использование имеет особенно высокий потенциал в этой отрасли, ведь на данный момент ИИ встроен практически во всё программное обеспечение. Некоторые думают, что этим самым он заменит сотрудников компании, но всё совсем иначе. Логистам необходимо понимать сложные требования клиентов, и их работа напрямую связана с рациональным принятием решений, в чем искусственный интеллект зачастую уступает человеческому. Следовательно, основным вектором использования ИИ в настоящее время является расширение возможностей, а не замена таких высококвалифицированных сотрудников.

После проведения исследования на тему «Искусственный интеллект в логистике» компаниями DHL и IBM, они пришли к выводу, что постоянно совершенствующиеся технологии искусственного интеллекта имеют множество дополнительных возможностей, актуальных для логистики. Например, логистические провайдеры могут организовать интерактивное взаимодействие с клиентами, используя чат боты и другие формы ИИ, внедрить возможность доставки товаров до того, как клиенты оформят заказ.

Задачи, которые может решать ИИ:

1. Сбор финансовой информации. Он может обрабатывать и извлекать финансовую информацию для оптимизации времени и затрат.

2. Обработка информации о клиентах. Кластеризация и сегментация клиентов, позволит подбирать лучшие тарифы и персонализированные предложения для повышения выручки.

3. Таможенное оформление. Вместо индивидуальной проверки каждого документа ИИ может обрабатывать все документы за считанные секунды.

4. Управление автопарком. Мониторинг автопарка также можно использовать благодаря искусственному интеллекту. В этой деятельности самое главное скорость информации и сохранность при транзите грузов.

Когнитивные контракты.

Leverton использует искусственный интеллект не только для управления контактами, но и для их обработки. Созданная ими система использует обработку натурального языка для контроля согласований и политик, а также классифицирует формулировки договоров. Контракты составляются как людьми, так и машинами, что значительно ускоряет процесс. Для крупных компаний поддержание базы клиентов в актуальном состоянии является серьезной проблемой. Около четверти адресов электронной почты и телефонных номеров уже неактуальны, а в логистике актуальность контактной информации оказывает наибольшее влияние на эффективность бизнеса. Поэтому на поддержание информации в актуальном состоянии тратятся значительные ресурсы, включая время и людей.

ИИ, разработанный стартапом CircleBack, способен обрабатывать миллиарды точек данных, что значительно упрощает процесс проверки актуальности контактов. Благодаря обработке натурального языка CircleBack может проверять правильность таких полей, как «адрес клиента», и учитывать региональные особенности написания адресов.

Разумные таможи также важны для логистики. Ими называются процедуры таможенного брокериджа, автоматизированные с помощью ИИ.

В настоящее время таможенное декларирование сильно зависит от ручной документации, что является немаловажной проблемой. Другая проблема заключается в том, что это очень сложная физическая задача, которую трудно выполнять людям, поскольку люди подвержены усталости и утомлению. В результате возрастает вероятность серьезных ошибок, которые могут привести к сильным задержкам в поставках.

Улучшение точности прогнозирования и эффективности цепочки поставок. Как сообщается в крупнейшем журнале о судоходстве Marine Link, около 90% морских аварий происходит на переполненных водных путях, но внедрение ИИ может значительно сократить это число. Использование ИИ имеет значительные преимущества для экипажей, такие как более детальное и полное понимание внешних и внутренних условий окружающей среды, что позволяет более точно прогнозировать время доставки и прокладывать оптимальные маршруты.

Примеры использования искусственного интеллекта в логистике:

1. Автоматизированная система складирования. Vero Solutions Inc, индийское предприятие, которое занимается созданием облачных технологий и приложений выражает уверенность в том, что

в ближайшие несколько лет в Англии складские роботы будут автоматизированы на основе использования элементов искусственного интеллекта. А именно внедрением в управление складом дронов или автономных наземных транспортных средств. Например, британская компания Ocado использует роботов, перемещающих, поднимающих и сортирующих продукты питания для того, чтобы сократить время онлайн заказа.

2. Самоуправляемые транспортные средства. Роботы-беспилотники становятся всё более популярными. Так, в прошлом году компания Alibaba Group доставила более миллиона посылок в Китае в течение одного года с момента их запуска. А автономные грузовики и вертолёты активно используются в логистике, как за рубежом, так и в России. К примеру, тяжелый беспилотный вертолет «Аэромакс» компании «Газпром нефть» способен доставлять грузы на труднодоступные объекты, что увеличивает скорость доставки и повышает уровень безопасности. Кроме того, на трассе М11 между Москвой и Санкт-Петербургом уже курсируют беспилотные грузовики, которые позволяют экономить до 20% топлива.

3. Умные автомагистрали. Интеллектуальные транспортные системы (ИТС) уменьшают заторы на дорогах, делают светофоры более интеллектуальными, повышают безопасность водителей, снижают затраты на оборудование для автомагистралей (специальные знаки и дисплеи) и предоставляют участникам дорожного движения информацию о погоде и состоянии дорожного покрытия. ИТС могут, реализованы различными способами. К примеру, в США в рамках проекта под названием Solar Roadways предлагается перекрыть автодороги умными солнечными батареями. Это поможет снизить вероятность обледенения трассы зимой, освещать её в ночное время, вырабатывать энергию для обеспечения дорожного оборудования.

4. ИИ в бэк-офисных операциях. Автоматизация некоторых наиболее повторяющихся задач бэк-офиса позволит устранить человеческие ошибки, повысить точность расчетов и производительность, а также сэкономить на работе сотрудников компаний (например, бухгалтерии или отдела кадров). Например, Logus, крупнейшая российская логистическая компания, полностью автоматизировала свой бэк-офис, сделав каждый процесс и его документацию четкими и эффективными.

5. Прогнозирование спроса и улучшение качества обслуживания клиентов. Традиционное прогнозирование основывается исключительно на исторических данных. ИИ позволяет собирать, анализировать и систематизировать информацию от различных клиентов, подрядчиков и поставщиков, тем самым повышая точность прогнозов и эффективность работы компании. К примеру, предприятию необходимо спрогнозировать точное количество необходимых товаров. Если запасы низкие, а спрос высокий, покупатели выберут конкурентов, и компания понесет убытки.

6. Роботы-начальники. В компании «Hitachi» вместо руководителя распределительного центра и начальников смен решили попробовать применить программу с искусственным интеллектом. Эта программа будет руководить складским персоналом и менеджерами исходя из заданных ей параметров и алгоритмов. Эти так называемые роботы-начальники могут не только осуществлять проверку и контроль за производственным процессом в реальном времени, но и предлагать способы для повышения эффективности работы персонала.

7. Робот для работы с клиентами. В Америке два крупных розничных торговцев используют роботов для работы с клиентами в качестве части управления и распределения запасов. В 2016 году Low представил своего бота 11 магазинам Сан-Франциско. Данные роботы консультируют покупателей, и даже создают данные в реальном времени, сканируя инвентарь и осуществляя поиск по цене и штрих-коду. Таким образом, они помогают клиентам находить нужные им продукты с помощью 5-ти дюймового экрана и внутреннего поиска с функцией распознавания голоса. По отзыву людей, такая технология очень удобна и эффективна, а сотрудники ценят бота за то, что он позволяет им акцентировать своё внимание на более сложные задачи.

Проблемы ИИ в логистике:

1. Некоторые компании не могут интегрировать искусственный интеллект, несмотря на все его преимущества из-за ряда проблем:

2. Сложность получения постоянно обновляемых данных в режиме реального времени
3. Наличия собственных баз данных о цепочке поставок в различных отделах компании
4. Вероятности утечки баз данных злоумышленникам.

Исходя из вышенаписанного, можно сделать вывод, что для того, чтобы оставаться конкурентоспособными и максимально эффективно использовать физические активы и инфраструктуру логистические компании должны в первую очередь уделять внимания своей цифровой организации. Именно искусственный интеллект может вывести понимание логистики, что известна нам сейчас, на новый уровень за счёт применения более совершенных технологий, которые оптимизируют весь

процесс многих операций, связанных с приёмом, транспортировкой, а также погрузкой, разгрузкой и многими другими операциями, связанных с грузом и самой логистикой в целом. Но всё же искусственный интеллект не учитывает, что человек может принимать спонтанные решения или идти на риски. Поэтому полностью исключить человека из процессов управления невозможно

1. Лопаткин Г.А. Формирование процесса контроллинга в логистике на основе инновационных цифровых технологий // Интернет-портал «Cyberleninka» [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-protsessa-kontrollinga-v-logistike-na-osnove-innovatsionnyh-tsifrovyyh-tehnologiy>

2. Иное применение блокчейнов: смарт-контракты // Интернет-портал для ИТ-специалистов «Хабрахабр». – Текст: электронный. – URL: <https://habr.com/company/bitfury/blog/330316/>

3. Современные информационные системы в логистике // Интернет-портал для магистрантов по специальности «Логистика». – Текст: электронный. – URL: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/9613/2/Sovremennye_informacionnye_sistemy_v_logistike_ocr.pdf

4. Искусственный интеллект в логистике: тенденции, сложности при внедрении, сферы применения, кейсы // Интернет-портал «Oborot» [сайт]. – URL: <https://oborot.ru/articles/artificial-intelligence-logistics-i183598.html>

5. Бугусов А. Коботы, дроны, искусственный интеллект. Какие технологии изменят сферу складской логистики. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 345 с.

УДК 339.133.2

ОЦЕНКА РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ООО «ГК ЮНИКОМ»

М.Э. Жигулина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье исследованы факторы развития, оказывающие влияние на деятельность ООО «ГК Юником». Выявлены внешние и внутренние факторы влияния на деятельность компании, также проведена оценка перспектив развития исходя из прогнозируемого спроса на автотовары.

Ключевые слова: *отраслевой анализ, каналы сбыта, маркетинговые факторы, анализ М. Портера, PEST- анализ.*

ASSESSMENT OF MARKET OPPORTUNITIES OF UNICOM GROUP LLC

The article studies the development factors influencing the activities of Unicom Group LLC. External and internal factors of influence on the company's activities were identified, and an assessment of development prospects based on the forecasted demand for automotive products was also carried out.

Keywords: *industry analysis. sales channels, marketing factors. M. Porter's analysis. PEST-analysis.*

Для оценки рыночных возможностей оптовой компании автозапчастей необходимо провести отраслевой анализ – это инструмент оценки рынка, используемый предприятиями и аналитиками для понимания конкурентной динамики отрасли. Он помогает получить представление о том, что происходит в отрасли, например, статистику спроса и предложения, степень конкуренции в отрасли, будущие перспективы отрасли с учетом технологических изменений.

Основная цель в проведении отраслевого анализа состоит в том, чтобы на основании определения перспективных изменений, исследовать потребности покупателей, выявить цели и возможности компании, для дальнейшего развития и удержания конкуренции [1].

Немаловажную роль в оценке рыночных возможностей компании играет анализ влияния внешних факторов на деятельность компании. Знание значимости того или иного фактора внешней среды дает возможность определить риски компании и пути его дальнейшего развития.

Для эффективной оценки влияния факторов внешней среды на стратегию, проведем PEST-анализ, показанный в табл. 1.

Результаты PEST -анализа ООО «ГК Юником»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Значимость фактора	
Политические	N\F	-	>	Very important	Наличие экономических санкций
Экономические	N	+	=	Critical	Высокий уровень конкуренции
Социальные	N\F	+	>	Unimportant	Влияние социальной политики
Технологические	F	+	>	Important	Развитие средств автоматизации
Правовые	N\F	+	=	Very important	Строгая регламентация процессов
Экологические	I	+	>	Significant	При наступлении сложно предугадать риски

Проведенный PEST- анализ ООО «ГК Юником» показал, что многие факторы, такие как социальные, политические и правовые влияют организацию и продолжит в будущем влиять. Вопрос только в том, с какой силой и в какой период это влияние может сказаться на деятельности компании. Политический фактор влияет отрицательно на компанию, так как в данное время происходит уход многих брендов автотоваров с российского рынка. Многие товары все же поставляются в Россию, но цена на них увеличилась, что тоже сказывается на компанию. Наиболее критичным для компании будет отрицательное влияние экономических факторов.

Для оценки конкурентоспособности проведем в таблице 2 анализ «5 конкурентных сил» М. Портера. Данный метод помогает определить уровень конкуренции и привлекательность ведения бизнеса в определенной отрасли. Привлекательность отрасли, в данном контексте, имеет отношение к достаточной рентабельности отрасли. «Непривлекательной» отраслью является такая, в которой сочетание сил снижает рентабельность. Самой «непривлекательной» является отрасль, которая приближается к совершенной конкуренции [2].

Таблица 2

Сводная таблица анализа «5 конкурентных сил» М. Портера

Сила/Оценка	Оценка наличия	Оценка негативного влияния	Возможности парирования	Итоговый рейтинг
Имеющиеся конкуренты	8	7	8	7
Угрозы появления новых игроков	5	8	7	6
Угроза появления товаровзаменителей	2	6	7	1
Власть поставщиков	9	9	5	13
Власть потребителей	4	8	8	7

По результатам оценки «5 конкурентных сил» М. Портера, можно сделать вывод, что серьезным риском для компании является власть поставщиков. Данная сила наиболее негативная, так как компания является дистрибьютором и все товары закупает у производителей, которые в свою очередь выступают поставщиками.

Для определения перспектив развития компании, необходимо оценить спрос на автотовары. Поэтому, на основе расчетов емкости рынка автозапчастей аналитического агентства «АВТОСТАТ», можно оценить тенденции и перспективы рынка автокомпонентов в РФ. Все данные рассчитаны на 2022 год. [3]

По итогам 2021 года российский парк легковых автомобилей увеличился на 1,1% до 45,5 млн единиц. Пополнение парка происходит за счет иномарок, количество которых увеличилось на 3,2%, или количественно – на 920,6 тысячи машин. За отчетный период их совокупная доля в парке выросла на 1,3% и теперь составляет 65,6% от общего объема зарегистрированных легковых автомобилей. Парк отечественных авто продолжает снижаться (-2,6%), что объясняется наличием

в стране большого числа автомобилей преклонного возраста, произведенных еще в советский период и в настоящее время постепенно выбывающих из эксплуатации.

Если рассматривать перспективные прогнозы, то в текущем году прогнозируется сокращение парка на 0,9%, а в последующие годы возобновится его рост до 0,4% к 2026 году. Таким образом, к концу нынешнего года количество легковых автомобилей в стране, по расчетам агентства, уменьшится до 45,11 млн единиц, а к 2026 году превысит 45,64 млн машин. Парк автомобилей отечественных марок продолжает убывать, поскольку часть из них списывается в процессе естественного выбытия, а легковой парк таких марок, как «ГАЗ», «ИЖ», «Москвич» и «Ока», не пополняется новыми автомобилями. Обновление парка отечественных машин происходит только за счет брендов LADA и «УАЗ». Но при этом баланс между приходом новых и выбытием старых автомобилей этих марок будет отрицательным. Динамика уменьшения парка, в частности вазовских машин, к 2026 году прогнозируется на уровне 1,7%. Основной прирост автопарка будет обеспечен за счет сегмента иномарок. Как итог, уже в текущем году доля иномарок в общем объеме парка легковых автомобилей превысит 67%, а в 2026 году приблизится к 71%, что количественно будет составлять около 32,4 миллиона единиц.

Новые тенденции рынка автозапчастей характерны тем, что ситуация на первичном и вторичном рынках усугубляется из-за новой геополитической обстановки, вызванной началом военной спецоперации России на территории Украины. Новые экономические санкции и ограничения ведут к возникновению нового экономического кризиса в стране. Кроме того, произошло разрушение логистики поставок запасных частей и на рынке возник острый дефицит целого ряда автокомпонентов, соответственно вызвавший рост цен.

Параллельный импорт, разрешенный Правительством РФ, позволит облегчить ситуацию с наличием автозапчастей и комплектующих, но на сегодняшний день есть сложности в логистике, оплате и сроках со стороны поставщиков. К тому же есть опасения, что через параллельные каналы пойдут «серые» поставки, в результате которых появятся детали сомнительного происхождения и качества. А это может отразиться на качестве ремонта и соответственно на безопасности эксплуатации транспортных средств.

Дальнейшая динамика рынка запчастей будет зависеть от развития геополитической ситуации в мире, успешности принимаемых решений профессионалами и комплексных мер Правительства Российской Федерации по поддержке автомобильного рынка в целом.

По оценкам и прогнозам многих экспертов, средний возраст парка автомобилей растет, в связи с чем будет расти и спрос на автозапчасти. В связи с этим необходимо оценить, какие же автотовары будут пользоваться наибольшим спросом у потребителей.



Рис. 1. Доля продукции в обороте

Быстроизнашивающиеся детали (фильтры, свечи, тормозные колодки) и масло суммарно составляют более половины оборота магазинов автозапчастей, что является положительной тенденцией, так как покупатели будут часто обращаться по данным товарам, поддерживая тем самым продажи магазинов. Также данный анализ дает понять, на какие товары компания в большей мере должна ориентироваться для удовлетворения имеющегося спроса.

У производителей есть два основных канала сбыта: IAM и OES. IAM – это независимый авто-маркет. Данная группа подразумевает собой запчасти, поставляемые в независимые магазины, которые соответствуют требованиям завода-производителя, но имеет более обширный список рекомендаций по их применению. OES – это поставщик оригинального товара. Это такая категория запчастей оригинального качества, имеющие на упаковке знак завода-производителя детали и соответствующие первоначальным оригинальным требованиям.

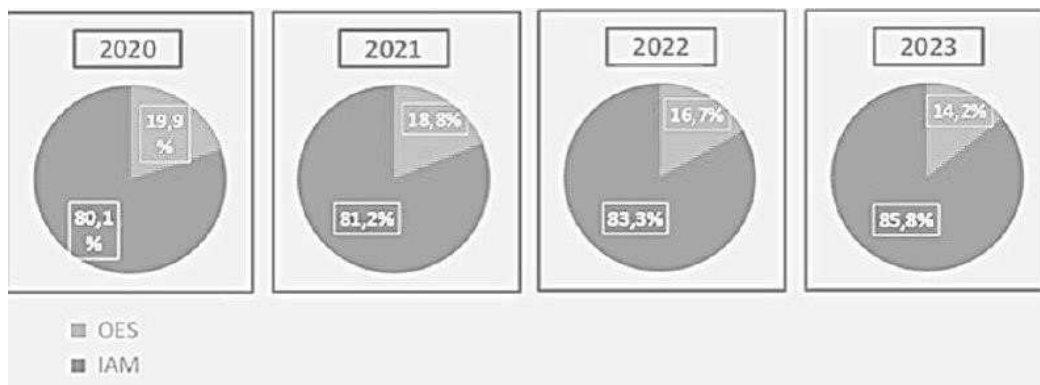


Рис. 2. Оценка доли рынка официальных и независимых каналов в 2020–2023 гг.

Из-за нестабильной ситуации на рынке возможны следующие события: локальные конкуренты получают большую долю, критерии выбора переключились на доступность, стареющий парк создаёт повышенный спрос. Также из-за ограничений в торговле со странами Европы, отрасль будет ориентироваться на китайские аналоги и на локальные бренды.

Проанализировав полученные результаты, можно сказать следующее. Компания ООО «ГК Юником» занимает устойчивое положение среди конкурентов, несмотря на уровень конкуренции со стороны других компаний автозапчастей достаточно высок. Это дает стимул для развития и улучшения предприятия и влияет на стратегию компании.

Проведенный отраслевой анализ и изучение факторов, воздействующих на предприятие, поможет развиваться компании и увеличить свое влияние в более крупном масштабе. Большой опыт работы и отработка технологий даст ООО «ГК Юником» сохранить большую часть целевой клиентуры. Также развитие на розничном рынке даст возможность компании занимать лидерские позиции.

1. Беляева С.В., Смирнова О.П. Отраслевой и конкурентный анализ: учебное пособие. – Иваново: Иван. гос. хим-технол. ун-т, 2019. – 323 с
2. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов: книга. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 453 с.
3. Расчет емкости рынка автокомпонентов и запчастей для автомобилей в России: отчет // Аналитическое агентство «АВТОСТАТ» для Компании ООО «ГК Юником».

УДК 656.09

АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА И ИНФРАСТРУКТУРЫ В ЛОГИСТИКЕ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

М.Д. Истомина, П.С. Шеленкова

бакалавры

А.Р. Блюдик

аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье с помощью теоретического метода излагается взаимосвязь между логистическим сервисом и инфраструктурой автомобильного, которая включает в себя вспомогательные элементы

развития сервиса дорожной логистики, их взаимодействие и импульс согласованного развития, как для анализа инфраструктуры автомобильного транспорта, так и для механизма работы логистической службы.

Ключевые слова: автомобильный транспорт, инфраструктура автомобильного транспорта, логистический сервис, согласованное развитие, механизм логистического сервиса.

ANALYSIS OF THE MECHANISM OF LOGISTICS SERVICE AND INFRASTRUCTURE IN THE LOGISTICS OF ROAD TRANSPORT

Using the theoretical method, the article describes the relationship between the logistics service and the automotive infrastructure, which includes the negative elements of the development of the road logistics service, their interaction and the impulse of coordinated development both for the analysis of the road transport infrastructure and for the mechanism of the logistics service.

Keywords: road transport, road transport infrastructure, logistics service, coordinated development, logistics service mechanism.

Услуги дорожной логистики динамично развиваются благодаря совершенствованию логистической инфраструктуры автомобильного транспорта.

Цель исследования – проанализировать влияние инфраструктуры автомобильного транспорта на логистический сервис. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить информационные элементы и элементы дорожной сети;
- проанализировать спрос на перевозки автотранспортом,
- рассмотреть структуру транспортно-логистической инфраструктуры;
- провести оценку влияния автотранспортного узла на спрос на логистические услуги;
- выявить основные проблемы и пути совершенствования инфраструктуры автомобильного транспорта.

При исследовании применялись общенаучные методы анализа и сравнения.

Научная новизна исследования заключается в анализе работы инфраструктуры автомобильного транспорта, а также эффективности зарубежного и отечественного логистического сервиса с целью изучения основных тенденций, проблем и направлений развития в отрасли.

Актуальность исследования объясняется тем, что развитие инфраструктуры автомобильного транспорта нуждается в развитии современной логистики.

Факторы развития поддержки службы дорожной логистики. Элементы магистральной дороги. Магистральная дорога обеспечивает эффективную транспортировку грузов и контакт между странами и регионами, а также обеспечивает работу транспортной системы в странах и регионах. Транспортные средства «море-суша-воздух» составляют систему логистического обслуживания, а также автомобильный транспорт играет важную роль в обеспечении согласованности всех видов транспорта. Таким образом, развитие транспортного строительства очень важно для повышения уровня логистического сервиса. На рисунке 1 представлен график, показывающий вложения европейских стран в дорожную инфраструктуру

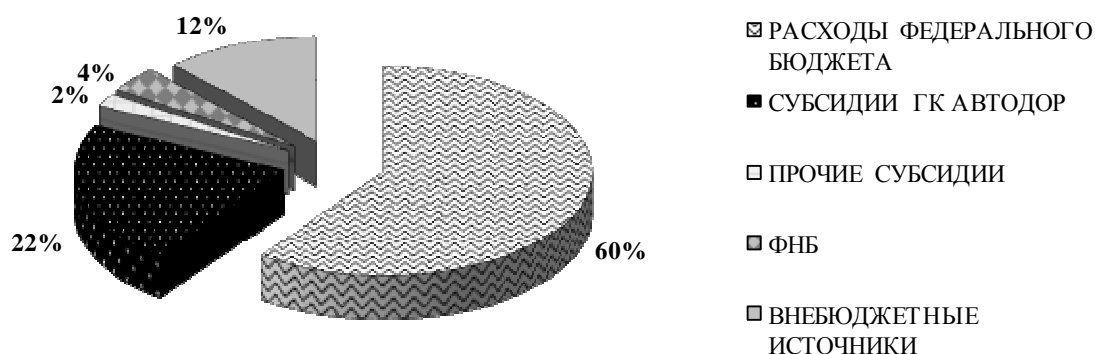


Рис. 1. Структура расходов на развитие дорожной инфраструктуры 2016–2020 гг.

Источник: сост. авт. по: [6].

Элементы дорожной сети. Основная транспортная, дорожная, городская, сельская дорожные сети составляют систему дорожной сети.

Строительство дорожной сети также начинает осуществляться масштабно и с высокой скоростью, глубина подъезда и производительность дорожной сети значительно улучшаются, и поэтому средняя протяженность магистральных дорог увеличивается.

По уровню развития зарубежных автомобильных дорог можно судить о развитой дорожной сети, способной обеспечить своевременное логистическое обслуживание каналов быстрой циркуляции дорог. Формирование дорожной сети также стимулирует сетевое функционирование логистической службы.

Информационные элементы. Инфраструктура логистики автомобильного транспорта включает транспортные линии, реализующие функцию распределения товаров, и соответствующую информационную сеть, чтобы обеспечить удобство и гарантию интеграции дорожной логистики. Информационная сеть логистики автомобильного транспорта обеспечивает сортировку информации, отбор ресурсов, распределение по направлениям, своевременную обратную связь внутри региона и в разных регионах. Эти факторы логистической информации интегрируются главным образом через информационную платформу логистики. Построение платформы Logistics public information является важной характеристикой современного регионального развития логистики, а также важным содержанием того, что современная региональная логистическая сеть координирует режим управления перевозками, который охватывает управление логистикой, логистические узлы, логистические услуги, логистические предприятия и информацию о цепочках поставок в верхнем и нижнем течении [1].

Посредством создания информационной сети автомобильной грузовой логистики грузовая информационная платформа осуществляет сопоставление спроса и предложения в соответствии с источниками информации в сети, чтобы обеспечить соответствие предложения и пропускной способности. Существуют платформы для автомобильной грузовой логистики, такие как Cainiao Net, сервисная платформа Alibaba [1].

Анализ взаимодействия между дорожно-транспортной логистикой. Логистические услуги – это продукты труда, которые по своему содержанию представляют деятельность в сфере оптимизационного управления экономическими потоками в логистических цепях с целью сокращения продолжительности бизнес-циклов, повышения уровня и качества обслуживания потребителей при минимальных совокупных затратах как в рамках отдельной фирмы, так и крупных экономических систем [2]. Весь процесс предоставления услуг связан со складированием товаров, транспортировкой, обработкой и информацией, финансами, страхованием и другими услугами. Транспортировка является незаменимым компонентом в процессе предоставления логистических услуг среди них [3]. Таким образом, под логистическим сервисом подразумевается обслуживание автомобильных перевозок грузов. Инфраструктура автомобильного транспорта является одним из важных организационных элементов логистики. Логистическое обслуживание и предоставление транспортных услуг без поддержки и гарантии транспортной инфраструктуры невозможно.

Согласно анализу взаимосвязи транспортного обслуживания и уровня логистического обслуживания, а также между транспортными услугами и транспортными сооружениями, развитие современной логистики зависит от поддержки транспортной инфраструктуры. Необходимо, чтобы развитие транспортной инфраструктуры адаптировалось к требованиям рынка, от которых будут зависеть такие аспекты, как функция, масштаб, структура, планировка [5].

Спрос автомобильных перевозок на логистические услуги. Сеть автомобильных перевозок не только обеспечивает материальную основу для логистических услуг, но и в то же время осуществляет взаимное влияние и взаимодействие между сетью автомобильных перевозок и спросом на логистические услуги. Прежде всего, дорожная сеть обслуживает автомобильные перевозки грузов, и они реализуют требования, которые включают направление транспортировки груза, распределение пропускной способности и площадь покрытия дорожной линии. Она также реагирует на требования к логистическим услугам, таким как транспортировка товаров. На рисунке 2 отражено, что уже к настоящему времени, доля перевозок внешнеторговых грузов автомобильным транспортом составляет 60%.

Если плотность построения сети автомобильного транспорта в данном районе велика, качество перевозок высокое, зоны покрытия сети широкие, и это также оказывает сильное влияние, то это приведет к расширению сферы влияния производственной динамики, увеличению масштаба производства, тем самым увеличивая спрос на грузоперевозки и структуру спроса из этой области. Когда вводится в эксплуатацию сеть связи нового типа, происходит перераспределение спроса на грузы с увеличением пропускной способности, что также вызовет новый трафик [4]. Следовательно, развитие сети автомобильных перевозок стимулирует спрос на логистические услуги. И наоборот: отсталая сеть автомобильных перевозок снижает интенсивность транспортировки по этому региону.

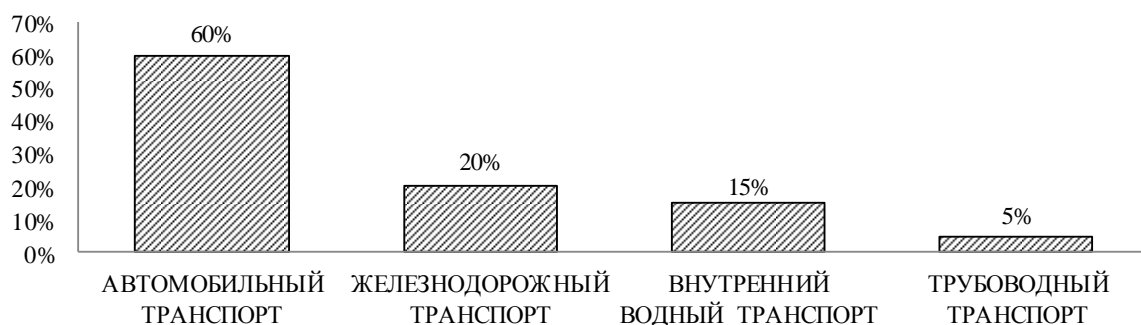


Рис. 2. Спрос автомобильных перевозок на логистические услуги, 2021

Источник: сост. авт. по: [7].

Влияние автотранспортного узла на спрос на логистические услуги. Сбор грузов и распределение товаров – это две основные функции, влияющие на спрос на грузы в дорожном узле. Являясь узлом всех видов транспорта, включая наземный, морской и воздушный, а также сетевым узлом автомобильного транспорта, узел автомобильного транспорта может осуществлять интеграцию ресурсов, поступающих из разных регионов, разных направлений и разных типов, различных видов транспорта, и осуществлять быструю стыковку, передачу, сортировку, погрузку, и другие функции. В то же время, узел автомобильного транспорта реализует перенос рассеивания, в пределах радиационной зоны транспортного узла, для быстрой реализации эффективной производственной деятельности. Таким образом, агрегирующая и расходящаяся функция узла дорожного движения влияет на направление транспортировки и характер пропускной способности спроса на грузовые перевозки.

Анализ динамики скоординированного развития между дорожно-логистической инфраструктурой и логистическими услугами. Отношение к развитию современной логистической информатизации и сети. Задача автомобильного логистического транспорта состоит в том, чтобы добиться перехода товара от поставщика к потребителю. Автомобильный транспорт обладает преимуществами хорошей гибкости, удобства, которое подходит для перевозок на короткие расстояния, а также имеет самую высокую долю и является наиболее важным способом в транспортной системе. Развитие современной логистики не может оставить без внимания автомобильные перевозки грузов, потому что автомобильные перевозки грузов могут способствовать развитию современной логистики. Современная логистика предоставляет хорошую возможность и импульс для развития автомобильных перевозок грузов, особенно для развития транспортной сети. Предприятия вовлечены в процесс логистической деятельности и организации экспресс-перевозок, поскольку степень информатизации недостаточно совершенна, каждый процесс логистической деятельности не сформировал бесшовную сетевую конвергенцию, что приводит к тому, что в процессе организации логистической деятельности существуют точки останова и неэффективность [4]. С развитием информационных технологий информатизация логистики стала основой логистической отрасли и неизбежным требованием. Информационная инфраструктура строительства автомобильного транспорта определяет направление развития современной логистики, а также является целями развития информатизации логистики. Тенденция развития интеллектуальной логистики требует, чтобы логистическая инфраструктура также соответствующим образом обеспечивала базовую поддержку интеллекта, информационных технологий. Следовательно, логистическая служба также нуждается в информации, которая помогла бы дорожно-транспортной инфраструктуре одновременно предоставлять логистические услуги. С точки зрения информатизации, скоординированное развитие между инфраструктурой логистики автомобильного транспорта и логистическим сервисом неизбежно, что является требованием современного развития логистики и является необходимым требованием и внешней движущей силой развития.

Отношение к быстрому развитию экономики электронной торговли. С быстрым развитием электронной коммерции экспресс-доход приносит огромную экономическую выгоду, которая требует надежного логистического сервиса в качестве гарантии. Материальной основой поставщика этой гарантии является инфраструктура логистики. Исходя из вышесказанного, большая часть доставки осуществляется автомобильным транспортом, особенно при транспортировке на короткие расстояния, а также на последний километр в процессе логистической службы распределения. Это наиболее непосредственно воспринимаемая услуга для клиентов, поэтому инфраструктура логистики автомобильного транспорта в значительной степени определяет качество логистических ус-

луг и возможности обслуживания. Таким образом, быстрое развитие электронной коммерции и экспресс-индустрии в значительной степени способствовало гармоничному развитию инфраструктуры дорожной логистики и логистического сервиса.

Таким образом, услуги дорожной логистики могут быстро развиваться только на основе совершенной инфраструктуры дорожной логистики. И совершенное развитие логистической инфраструктуры автомобильного транспорта также нуждается в содействии развитию современной логистики.

1. Исследование архитектуры логистической общественной информационной платформы – Текст: электронный // RESEARCHGATE: [сайт]. – 2023. – URL: https://www.researchgate.net/publication/271285088_Research_on_Architecture_of_Logistics_Public_Information_Platform (дата обращения 02.02.2023).

2. Сущность и классификация логистических услуг – Текст: электронный // STYDFILES: [сайт]. – 2023. – URL: <https://studfile.net/preview/5455697/page/22/> (дата обращения 12.01.2023).

3. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для студ. вузов. – Москва: Дашков и Ко, 2013. – 448 с.

4. Логистические аспекты функционирования транспорта – Текст: электронный // Корпоративный менеджмент: [сайт]. – 2001. – URL: https://www.cfin.ru/management/manufact/transport_log_4.shtml?ysclid=lf8yqjr69690754854 (дата обращения 13.03.2023).

5. Факторы и тенденции развития логистики – Текст: электронный // Справочник от автор24: [сайт]. – 2013. – URL: https://spravochnik.ru/logistika/factory_i_tendencii_razvitiya_logistiki/?ysclid=lfp5kq7r39527940992 (дата обращения 02.02.2023).

6. Расчёты Газпромбанка – Текст: электронный // STUDYLIB: [сайт]. – 2013. – URL: https://studylib.ru/doc/2136527/infrastruktura-rossii--investicii-sokratit._?ysclid=lfuq0x4qez407844162 (дата обращения 26.03.2023).

7. Авраменко И.М., Атрохов Н.А. Перспективы увеличения объемов перевозки экспортно-импортных грузов // Молодой ученый. – 2011. – № 4 (27). – Т. 3. – С. 113–115. – URL: <https://moluch.ru/archive/27/3121/> (дата обращения 26.03.2023).

УДК 339.5

ВЛИЯНИЕ ОГРАНИЧИТЕЛЬНЫХ МЕР НА ИМПОРТ: ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ю.П. Паздерина

бакалавр

А.Р. Блюдик

аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье рассмотрены определения понятия «санкции», проанализирована динамика количества ограничительных мер по отношению к экономике России и динамика объемов импорта в период 2017-2022 гг. Выявлена взаимосвязь ограничительных мер и внешнеэкономической деятельности, а также логистической деятельности.

Ключевые слова: логистика, ограничительные меры, санкции, импорт, управление цепями поставок.

THE IMPACT OF RESTRICTIVE MEASURES ON IMPORTS: LOGISTICAL ASPECT

The article discusses the definitions of the concept of "sanctions", analyzes the dynamics of the number of restrictive measures against the Russian economy and the dynamics of import volumes in the period 2017-2022. The interrelation of restrictive measures and external economic activities, as well as logistics activities, is revealed.

Keywords: logistics, restrictive measures, sanctions, imports, supply chain management.

Актуальность изучения данной проблемы определяется тем, что санкции являются важным инструментом внешней политики многих государств, в том числе и России. Они могут оказывать значительное влияние на различные отрасли экономики, в том числе и на логистику. Санкции могут приводить к ограничению поставок товаров, изменению цен на товары и услуги, а также к изменению направлений и объёмов логистических потоков. В связи с этим, изучение влияния санкций на логистику импорта является актуальным и важным направлением исследований

Цель исследования – выявить влияние ограничительных мер на логистическую деятельность российских компаний. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- уточнить определение понятия ограничительных мер (санкций);
- проанализировать динамику количества ограничительных мер по отношению к РФ за период 2017–2022 гг.;
- рассмотреть динамику объёмов импорта РФ в период 2017–2022 гг.;
- проанализировать взаимосвязь количества санкций и объёмов импорта.

При исследовании применялись методы: сравнение, анализ, синтез.

Санкции могут снизить объёмы торговли, а это отразится на логистической инфраструктуре. Однако правильная организация логистических процессов может помочь преодолеть санкции и даже стимулировать развитие отечественной логистики. В текущих условиях логистическая индустрия сталкивается с постоянными изменениями и перестройкой потоков торговли. Это может привести к поиску альтернативных каналов сбыта и перевозки товаров. В целом, санкции могут стать серьёзным вызовом для логистической индустрии, но с правильной организацией процессов логистики и поиском альтернативных каналов можно преодолеть негативное влияние санкций [1].

Проведён наукометрический анализ определения понятия «санкции» в трудах отечественных учёных. Результаты наукометрического анализа понятия «санкции» представлены в табл. 1

Таблица 1

Определения понятия «санкции»

Автор	Определение
М.С. Иванов, 2015	Санкции – это официальные ограничительные меры, применяемые одним или несколькими государствами в отношении других государств, организаций или лиц, с целью наложения экономических, политических, дипломатических или других ограничений на их деятельность, связанную с определенными территориями, отраслями, компаниями, лицами или деятельностью в целом, в ответ на определенные действия или политику, которые считаются нежелательными или неприемлемыми
А.К. Смирнов, 2018	Санкции – это экономические или политические ограничения, налагаемые одним государством или группой государств на другое государство, организацию или лицо, в результате нежелательных действий или политики последнего, с целью давления на изменение этой деятельности или политики, или для выражения несогласия с ней
Е.В. Петрова, 2020	Санкции – это меры ограничения или запрета, которые могут быть введены одним или несколькими государствами против другого государства, организации или лица, и включают экономические, торговые, финансовые, политические или дипломатические меры, направленные на изменение действий, политики или поведения объекта санкций
В.А. Козлов, 2017	Санкции – это меры, применяемые одним или несколькими государствами в отношении других государств, организаций или лиц, и включающие экономические, политические, дипломатические или другие ограничительные меры, направленные на давление на объект санкций или на изменение его политики, деятельности или поведения

Таким образом, объединив характерные черты всех рассмотренных определений, составлено уточнённое понятие санкций – это ответные на осуждаемые действия экономико-политические ограничения от одного (нескольких) государств в адрес другого (других) государств с целью влияния на поведения последнего (последних).

Следующий этап исследования – анализ количества экономических ограничительных мер по отношению к России в период 2017-2022 гг., динамика отражена на рис. 1.

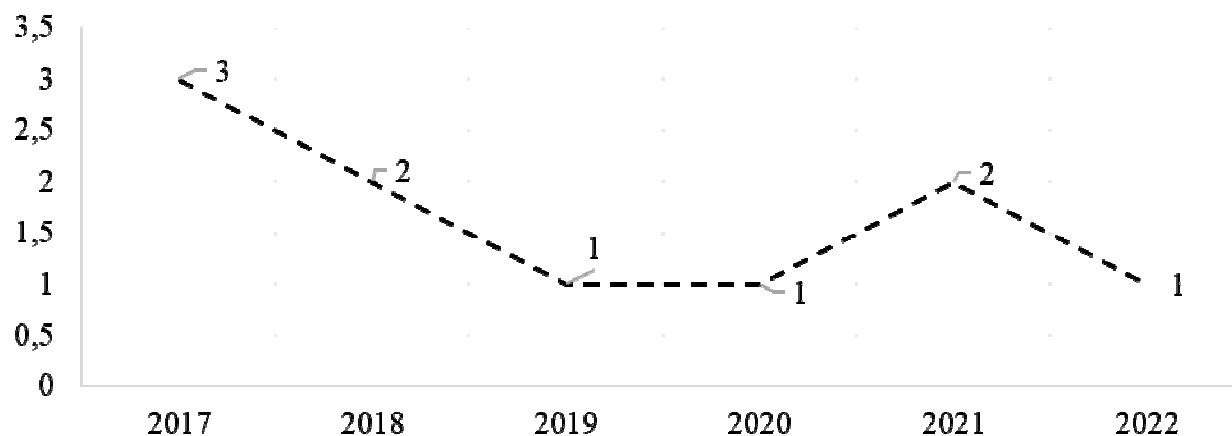


Рис. 1. Динамика количества санкций по отношению к РФ в период 2017-2022 гг.

Проведён анализ в период с 2017 по 2022 год. Пик по количеству пакетов санкций пришёлся на 2017 год, а точка минимума была достигнута в 2019-2020 годах. Затем в 2021 году количество слегка возросло, а в 2022 году снова пошло на спад [2].

Также рассмотрена качественная составляющая пакетов ограничительных мер. В таблице 2 представлено содержание санкций (предмет ограничений) за рассмотренный период

Таблица 2

Содержание экономических ограничительных мер против РФ в период 2017–2022 гг.

Год	Кол-во пакетов	Причина ввода пакета	Сфера ограничений	Запрещённые к импорту товары
2017	3	Приняты в ответ на аннексию Крыма РФ и в связи с ситуацией на востоке Украины. Касались ограничений на финансовые операции и поставки оборудования для нефтегазового сектора	Ограничения на финансовый сектор, энергетику и оборонную промышленность	Импорт оборудования и технологий для энергетического сектора и оборонной промышленности
2018	2	Связаны с использованием химического оружия в Сирии, включали ограничения на поставки оборудования для ВПК	Ограничения на финансовый сектор и энергетику	Импорт оборудования и технологий для энергосектора
2019	1	Связаны с ограничениями на поставки технологий для нефтедобычи в Арктике	Ограничения на финансовый сектор	Нет данных
2020	1	Приняты в ответ на кибератаки на правительственные организации США, касались ограничений на использование программного обеспечения и технологий	Ограничения на финансовый сектор	Нет данных
2021	2	Связаны с ситуацией в Украине и включали ограничения на поставки оборудования для энергетического сектора и финансовые операции	Ограничения на финансовый сектор, энергетику и оборонную промышленность	Импорт оборудования и технологий для энергосектора и оборонной промышленности
2022	1	Приняты в связи с нарушением прав человека и политическими репрессиями и касались ограничений на финансовые операции и поставки оборудования для правоохранительных органов	Ограничения на финансовый сектор	Нет данных

Таким образом, санкции касались, в основном, в 2017 году ограничения финансов и нефтегазового оборудования. В 2018 это было оборудование военно-промышленного комплекса. В 2019 году – финансы, в 2020 году ПО. В 2021 оборудование энергетического сектора, и в 2022 году снова оборудование [3].

Проанализирована динамика объёмов импорта за рассматриваемый период (рис. 2)

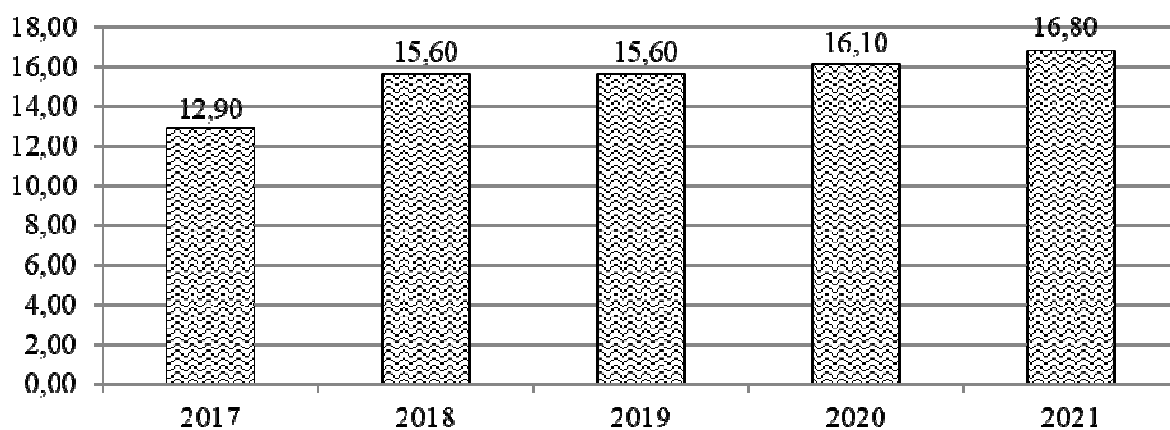


Рис. 2. Динамика объёмов импорта в период 2017-2021 гг. (млрд. долл.)

Большее количество импорта пришлось на 2021 год, меньшее – на 2017 год. 2018 и 2019 год были равные по количеству импорта, в то время как в 2020 году импорт начал возрастать [2]. На первый взгляд, взаимосвязь имеется, о чём свидетельствует наложение графиков (рис. 3)

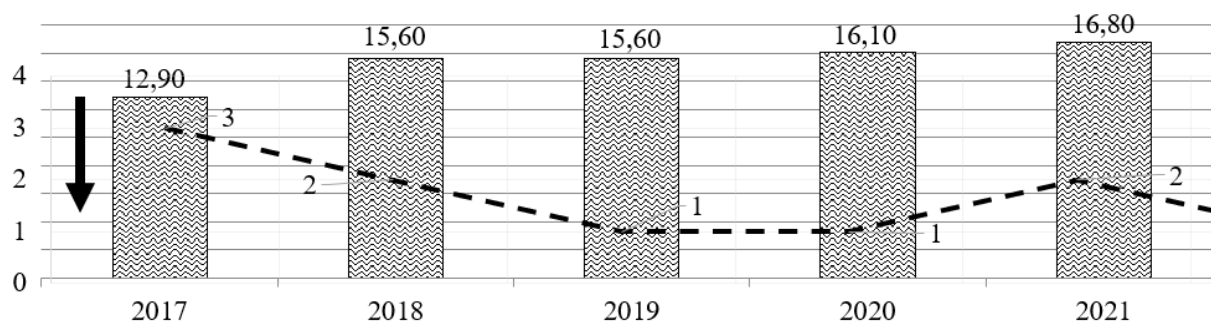


Рис. 3. Соотношение количества санкций с объёмами импорта

В 2017 году, когда было наибольшее количество санкций, импорт был сравнительно небольшого объёма. Затем, в последующие годы пакетов становилось меньше, а объёмы импорта возросли. Выходит, связь логичная – прямая. Однако, в 2021 году несмотря на рост количества пакетов санкций увеличился и объём импорта. Следовательно, какого-то чёткого тренда в этой взаимосвязи нет.

Для подкрепления выводов проведён корреляционный анализ. Это метод поиска взаимосвязи между самостоятельными событиями, отражающий их связь и зависимость друг от друга в виде коэффициента корреляции. Рассчитав коэффициент корреляции с помощью встроенного расширения пакета Microsoft Excel, получили значение -0,69 пунктов. Учитывая, что сила связи оценивается от 0 до 1, где 0 – отсутствие связи, а 1 – сильная связь, делаем вывод, что связь средняя, заметная. Отрицательное же значение связи свидетельствует о том, что её характер обратнопропорциональный, то есть с ростом одного показателя второй, напротив, снижается. В данном случае, при росте количества ограничительных мер снижаются объёмы импорта.

Для определения влияния санкций на логистику рассмотрены мнения экспертов из числа представителей бизнеса. Григорий Григорьев. Генеральный директор компании «Novelco» считает, что «Ставки в текущем году, скорее всего, стабилизируются и будут колебаться в соответствии с сезонными изменениями спроса. Их резкого роста мы не предвидим, поскольку это идет вразрез с потребностями мировой экономики в состоянии рецессии. Не ожидаем и серьезного падения тарифов из-за инфляции, роста стоимости топлива». В свою очередь основатель международной логистической компании «Standard Trade» Андрей Захарченко «Иностранные партнёры не разрывают связи, но берут тайм-аут. Мы помогаем российскому бизнесу наладить импорт из-за рубежа: находим фабрику, организуем контроль за производством, оформляем груз, доставляем его и проходим таможеню». Андрей Мякин. Директор по продажам СДЭКа «Нужно снижать зависимость от ключевого поставщика». Таким образом, эксперты единодушны в том, что данная ситуация может быть преодолена, при правильных решениях и подходе к этому. Однако, по-разному воспринимается то, что санкции, как любые другие экономические меры, могут негативно отразиться на логистической инфраструктуре [4].

По результатам исследования выявлено, что пик по количеству санкций пришёлся на 2017 год, в то время как минимум наблюдался в 2019–2020 годах. Объём импорта в точке максимума санкций упал. В точке минимума – возрос, но чёткого тренда не наблюдается. Коэффициент корреляции говорит о наличии заметной (средней) обратнопропорциональной связи. Необходимы более широкие временные ряды, а также детальное качественное исследование структуры ограничений и импорта. Эксперты оценивают сильное влияние ограничительных мер на деятельность логистических компаний. Эксперты отмечают, что в случае правильного планирования и организации логистических процессов, санкции могут быть преодолены. Некоторые даже утверждают, что санкции могут стать стимулом для развития отечественной логистической инфраструктуры и продуктивности. Однако, такая оптимистическая оценка зависит от многих факторов, и на практике санкции могут оказаться серьёзным вызовом для логистической индустрии. Прогнозы дальнейшего развития заключаются в том, что вероятнее всего данное влияние займёт переориентацию импорта в связи с «Поворотом на Восток». Санкции, как важнейший инструмент регулирования внешнеторговой политики, будут влиять на объёмы мировой торговли и цепочки поставок. В этой связи логистические компании должны стремиться подстраиваться под новую рыночную конъюнктуру, а именно политику импортозамещения и «Поворота на Восток».

1. Каюмова У.М., Зубец А.Ж. Изменение логистики завоза товаров в связи с санкциями // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2015. – №12(1). – С.44-47. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmenenie-logistiki-zavoza-tovarov-v-svyazi-s-sanktsiyami> (дата обращения 19.03.23).

2. Экспорт и импорт России по товарам и странам – Текст: электронный // Россия: Статистика внешней торговли. По данным ФТС России [сайт]. – 2023 – URL: <https://ru-stat.com/date-M202102-202201/RU/import/world> (дата обращения 19.03.2023).

3. Рост тарифов и поиск поставщиков: как бизнесу работать с логистикой в 2022 году – Текст: электронный // Тинькофф Журнал: [сайт]. – 2022. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/perevozki-v-krizis/> (дата обращения 20.03.23).

4. Гайдаржи С.Н., Кахриманова Д.Г. Влияние экономических санкций на международную логистику // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2022. – № 6(42). – С. 5-7. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49966711> (дата обращения 28.03.23).

УДК 339.138

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Я.В. Пшезмирская, Э.В. Коваль

бакалавры

В.В. Жохова

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В настоящее время можно наблюдать возросшую роль диджитал-коммуникаций и переход к цифровому маркетингу, который кардинально преобразил традиционный комплекс маркетинга, его основные направления и инструменты.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, рынок, бизнес, продвижение товаров.

STUDY OF THE MAIN TRENDS IN THE DIGITAL MARKETING MARKET IN RUSSIA

Currently, one can observe the increased role of digital communications and the transition to digital marketing, which has radically transformed the traditional marketing mix, its main directions and tools.

Keywords: digital marketing, market, business, product promotion.

Цель, проблема и актуальность исследования

Актуальность исследования: необходимость знаний истории развития цифрового маркетинга, его возможности и особенности эффективного продвижения товаров и услуг в онлайн среде на российском рынке.

Проблема: Недостаточность проведенных исследований по определению понятия цифрового маркетинга, основных трендов на рынке цифрового маркетинга и его особенностей в России.

Цель работы – провести кабинетные исследования основных трендов цифрового маркетинга на российском рынке.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- *определить сущность и понятие «цифровой маркетинг»;*
- *рассмотреть этапы развития цифрового маркетинга;*
- *выявить основные тренды цифрового маркетинга в России.*

Объектом является исследование сущности и понятие цифрового маркетинга на российском рынке.

Предметом в данной работе является исследование основных трендов на российском рынке цифрового маркетинга.

Понятие «цифровой маркетинг»

Понятие «digital-marketing» использовалось впервые в 90-х годах прошлого века.

Современный цифровой маркетинг развивается в соответствии с изменениями его инструментов, которые помогают эффективно создавать отношения с клиентами. Распространение мобильных устройств и быстрое развитие цифровых медиа открывают новые возможности для маркетинга и рекламы. Особенностью цифрового маркетинга является то, что он основывается на постоянно изменяющихся и улучшающихся технологиях [3].

Основные подходы к определению цифрового маркетинга отечественных и зарубежных авторов представлены в табл. 1.

Таблица 1

«Определения понятия «цифровой маркетинг»

Автор	Определение
Акулич М. [1]	Цифровой маркетинг (digital-marketing) – это маркетинг товаров и услуг, ориентированный на применение цифровых технологий в целях привлечения и удержания клиентов (потребителей). Он использует и мобильные технологии, и традиционные радио- и телевизионные методы, и интернет, который в этом маркетинге считается главным коммуникационным посредником.
Дивина Т. В. [1]	Цифровой маркетинг – это продвижение продуктов или брендов посредством одной или больше форм электронных средств массовой информации.
Американская маркетинговая ассоциация [2]	Цифровой маркетинг – это любые маркетинговые методы, реализуемые при помощи электронных устройств. В цифровом маркетинге компания может использовать веб-сайты, поисковые системы, блоги, социальные сети, видео, электронную почту и аналогичные каналы для охвата клиентов.

Цифровой маркетинг отличается от интернет-маркетинга тем, что он использует не только интернет-каналы для продвижения продуктов, но и другие цифровые носители вне сети Интернет, способствуя созданию цифрового канала коммуникации как в онлайн режиме, так и в офлайн.

История развития цифрового маркетинга

Развитие цифрового маркетинга тесным образом связано с развитием собственно сети интернет. Одно из первых ключевых событий произошло в 1971 году, когда Рэй Томлинсон отправил первое электронное письмо, и его технология установила платформу, позволяющую людям отправлять и получать файлы через разные машины.

Наиболее узнаваемым периодом начала цифрового маркетинга является 1990 год, поскольку именно здесь была создана поисковая система Archie в качестве индекса для сайтов FTP. Следует отметить, что начале 90-х гг. вместе с активной коммерциализацией интернета, появились новые термины: электронный бизнес (e-business) и электронная коммерция (e-commerce), а также электронный маркетинг (e-marketing).[5]

1996-й год ознаменовался появлением предложений о платном размещении в поисковиках. При этом оплата начислялась за клики. А это, в свою очередь, помогало рейтингам идти вверх [4]. В 1997 году американский предприниматель Билл Гросс придумал продавать ссылки в результатах поиска рекламодателям. В июне 1998 года он запустил проект *overture.com*, который по сути представлял собой поисковую систему, работающую на рекламе [6].

Цифровой маркетинг быстро развивался и становился более сложным в 2000-х и 2010-х годах с распространением устройств с доступом к цифровым медиа, и статистика 2012 и 2013 годов показывает, что цифровой маркетинг продолжает расти. С развитием социальных сетей, таких как LinkedIn, Facebook, YouTube и Twitter в 2000-х годах, потребители стали в значительной степени полагаться на цифровые устройства в своей повседневной жизни. В результате они стали ожидать беспрепятственного взаимодействия с пользователями через различные каналы для поиска информации о продукте. Изменения в поведении потребителей увеличили разнообразие маркетинговых технологий.

Сегодня цифровой маркетинг способен совершить революцию в ведении бизнеса. Цифровой маркетинг стал незаменимым инструментом для тех, кому есть что предложить публике, но кто не знает, как этого добиться с минимальными инвестициями и затратами.

Основные тренды цифрового маркетинга в России

Александр Арманд провел исследование основных российских трендов и их особенностей и обозначил их классификацию:

Использование разных площадок.

В 2022 году российский рынок digital-рекламы сильно изменился. Популярные платформы в России – Instagram* и Facebook* – стали считаться экстремистскими организациями. Их заблокировали на территории РФ. Бизнесу пришлось быстро искать альтернативы [7].

Многие пользователи перешли либо просто вернулись во ВКонтакте. По данным социальной сети, ее аудитория выросла на 8,7%. Более 50 миллионов человек пользуются этой социальной сетью каждый день

«Обеление» рынка рекламы

С 1 сентября 2022 года в России действует Федеральный закон от 02.07.2021 года №324-ФЗ «О внесении изменений в закон о «Рекламе». Теперь реклама в Рунете маркируется. Она должна иметь маркер «Реклама» и идентификационный код (токен). Вся цепочка может быть прослежена от размещения рекламы до показов сайта. Рекламодателям, рекламным агентствам и фрилансерам пришлось выучить много новых слов, таких как ODS, ERIR, token, unfollow и т.д. В новом законе не все понятно до конца, продолжаются споры. Но маркировать рекламу необходимо. И в этом, и в следующем году [7].

Рост популярности маркетплейсов

Пользователи чаще ищут товары на маркетплейсах, а не через поисковые системы. Согласно статистике финтех-платформы Lemon, в первой половине 2022 года на пять крупнейших маркетплейсов приходилось около 48 % онлайн-продаж и 70 % заказов в стоимостном выражении. В первую пятерку входят Wildberries, Сбермегамаркет, Ozon, Яндекс Маркет и AliExpress-Россия [7].

Настройка таргетинга на аудиторию

Целевые аудитории оптимизируют расходование рекламных бюджетов за счет ограничения круга лиц, которые могут видеть рекламу. Уже сейчас для медийных и performance-кампаний доступны 50 новых сегментов, среди которых [7]:

- финансы – автокредиты, рассрочка, потребительские кредиты;
- ремонт и строительство – недавно переехали, планируют ремонт;
- предприятия – средний и малый бизнес, собственники бизнеса, планируют открыть бизнес;
- медицина – клиники, аптеки, стоматология, БАДы;
- авто-интересы к конкретным автомобильным маркам и пр.

Применение многоканального маркетинга

Не очень эффективно работать с пользователями только через один канал. Люди покупают товары и заказывают услуги как онлайн, так и офлайн. Например, они общаются с представителем бренда через мессенджер, делают запрос по телефону, а затем совершают покупку в интернет-магазине. Работа с пользователями в разных связанных каналах – тренд и этого, и следующего года.

Компания собирает данные из различных источников. Таким образом, она может узнать о каждом клиенте, о том, что он просил, когда он просил, что он купил и как часто он это покупал. Так компания может повысить уровень сервиса, лояльность пользователей и прибыль.[8]

Выводы по исследованию

Цифровой маркетинг сегодня изменил представление о том, как должен вестись российский бизнес. Цифровой маркетинг является необходимым инструментом для производителей товаров и

услуг, которым есть что предложить публике, но которые не знают, как сделать это с наименьшими затратами.

Согласно кабинетному исследованию о развитии цифрового маркетинга, основными тенденциями цифрового маркетинга в России являются: 1) использование различных платформ; 2) "обезлючение" рекламного рынка; 3) рост популярности маркетплейсов; 4) таргетирование аудитории кастомизация; 5) использование многоканального маркетинга: в начале 2022 года некоторые рекламные инструменты, сервисы и социальные платформы перестали быть доступными для лидеров мнений и маркетологов, а на рынок маркетплейсов вышли альтернативные каналы продвижения: Мессенджер Telegram, ВКонтакте, Одноклассники [9]. Маркетплейсы продолжают демонстрировать рост: свыше 60% онлайн-заказов совершаются через глобальные торговые платформы. Основными причинами отмечены лояльные цены, развитая логистика, обеспечивающую быструю доставку, и широкий ассортимент.

1. Акулич М. Диджитал-маркетинг. – Москва: Издательские решения, 2017. – 200 с.

2. Digital marketing. – Текст: электронный // Сайт American marketing association. – URL: <https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/> (дата обращения 18.04.2023).

3. Содержание понятия «цифровой маркетинг». – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «StudMir»: [сайт]. – URL: <https://studmir.com/soderzhanie-ponyatiya-czifrovoj-marketing/> (дата обращения 27.03.2023).

4. История появления и развития интернет-маркетинга. – Текст: электронный // Сайт компании «Studwood»: [сайт]. – URL: https://studwood.net/1131789/marketing/istoriya_royavleniya_razvitiya_internet_marketinga (дата обращения 28.03.2023)

5. Интернет-маркетинг, как важный фактор развития бизнеса. – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «Studbooks» – URL: https://studbooks.net/792323/marketing/internet-marketing_vazhnyu_faktor_razvitiya_biznesa (дата обращения 28.03.2023)

6. История и эволюция интернет-маркетинга. – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «Срамах.ru» [сайт]. – URL: <https://срамах.ru/istorija-i-jevoljucija-internet-marketinga/> (дата обращения 28.03.2023).

7. Какие тренды digital-маркетинга актуальны в 2023 году – подборка click.ru. – Текст: электронный // Сайт компании Альфа-Контент. – URL: <https://www.cossa.ru/imarketing/317432/> (дата обращения 18.04.2023).

8. Тренды digital-маркетинга на 2023. – Текст: электронный // Сайт образовательного портала «vc.ru». – URL: <https://vc.ru/marketing/585780-trendy-digital-marketinga-na-2023-god-podborka-click-ru> (дата обращения 30.03.2023).

9. Тренды e-commerce и изменения, произошедшие на рынке: подводим итоги 2022 года. – Текст: электронный // Сайт inSales. – URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/trendy-e-commerce> (дата обращения 18.04.2023).

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Л.П. Липовецкая, Д.А. Носач, Д.М. Гаман
бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

В данной статье представлены инструменты маркетинга, которые позволяют предприятию, для охвата целевой аудитории, продвигаться в сети Интернет. Рассматриваются преимущества и недостатки применения современных инструментов маркетинга, для продвижения организации в сети Интернет.

Ключевые слова: маркетинг, интернет, инструменты продвижения, преимущества и недостатки инструментов продвижения.

RESEARCH OF ENTERPRISE PROMOTION TOOLS ON THE INTERNET

This article presents marketing tools that allow the company to reach the target audience, to promote on the Internet. The advantages and disadvantages of using modern marketing tools to promote an organization on the Internet are considered.

Keywords: marketing, Internet, promotion tools, advantages and disadvantages of promotion tools.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время быстро развивается интернет-площадки, появляются новые технологии и растет конкуренция. В связи с этим организациям требуется искать новые и результативные пути продвижения своей продукции. Поэтому предприятия все чаще прибегают к использованию интернета для размещения рекламы и увеличения целевой аудитории.

Цель: исследовать инструменты продвижения предприятия в сети Интернет.

Задачи:

1. Рассмотреть инструменты продвижения в сети интернет.
2. Провести анализ преимуществ и недостатков.
3. На основе информации составить рекомендации.

Маркетинг – это совокупность мер по продвижению товаров или услуг, а также получению прибыли от их продажи, то есть – умение продать товар или услугу с выгодой как для бизнеса, так и для целевой аудитории. Для этого специалисты-маркетологи придумывают названия и слоганы, разрабатывают красивые упаковки и проводят акции, которые показывают покупателям, как продукт изменит их жизнь к лучшему, и зарабатывают для бизнеса деньги [3].

В последние годы маркетинг претерпел значительные изменения, и интернет сыграл ключевую роль в этой трансформации. До появления интернета компании полагались в основном на два варианта привлечения внимания потребителей: покупку дорогостоящей телевизионной рекламы или распространение информации через печатные СМИ в рамках своих кампаний по связям с общественностью.

Сегодня интернет изменил правила маркетинга, и предприятия, идущие в ногу со временем, добиваются большего успеха, используя современные технологии.

Эволюция интернета как средства коммуникации – это двусторонний процесс. С одной стороны, он определяется степенью технологического развития, а с другой – развитием социальных потребностей пользователей в их новом качестве как потребителей, так и создателей контента.

Новый революционный «входящий маркетинг» основывается на применении следующих инструментов [2]:

1. Активно использовать методы поискового продвижения и маркетинга в социальных сетях для веб-сайтов. Поисковая оптимизация (SEO) основана на ранжировании внутренних факторов (название, структура, навигация сайта, ссылки на другие источники, содержание сайта, количество и качество) и внешних факторов (домен сайта, количество переходов на сайт из результатов поиска) для определения его позиции в поисковых системах. Это ключевой элемент продвижения сайта. Чем выше позиция сайта организации в поисковой выдаче, тем больше клиентов будут узнавать его и ссылаться на него. Плюсы и минусы поисковой оптимизации, как инструмента маркетинга приведены в табл. 1 [6].

Таблица 1

Плюсы и минусы поисковой оптимизации

Плюсы	Минусы
Услуги SEO доступны любому бизнесу, в том числе малому. Может привлекать клиентов при относительно низких затратах. Существуют стратегии, позволяющие успешно конкурировать с маркетплейсами, агрегаторами и другими крупными игроками. Это одно из преимуществ данного сервиса. В процессе продвижения сайт серьезно совершенствуется, в том числе проводится работа по повышению коэффициента конверсии, то есть способности превращать посетителей в реальных клиентов. Сайт начинает лучше продавать.	Кумулятивный эффект. Продвижение – это хорошая отдача от инвестиций, если вы постоянно работаете над проектом. Для поисковых систем важно, чтобы сайты постоянно развивались и обновлялись. Для достижения верхних позиций требуется время. Для получения первых результатов требуется 3-4 месяца, а для достижения высоких результатов обычно требуется 8-12 месяцев. Это время необходимо для тонкой настройки сайта, подготовки и публикации нового контента и накопления показателей, необходимых для достижения высоких рейтингов.

Плюсы	Минусы
<p>Высокие позиции в поисковых системах положительно влияют на имидж компании. Высокий рейтинг в поисковых системах положительно влияет на имидж компании, повышает доверие потребителей к компании и улучшает ее видимость на рынке.</p> <p>Современное SEO было бы не возможно без улучшения удобства использования. Благодаря этому сайты становятся более удобными для посетителей и лучше решают бизнес-задачи.</p> <p>Постоянный мониторинг вашего сайта специалистами SEO позволяет оперативно реагировать на целый ряд проблем, включая нестабильный хостинг, ошибки индексации и попадание конфиденциальной информации в базы данных поисковых систем.</p> <p>Это повышает безопасность бизнеса.</p>	<p>Должен быть вовлечен в этот процесс. Предоставьте информацию об изменениях, подгоняя новый текст и размещая его на странице. Например, фотографии, видео, отзывы клиентов и т.д. Это вряд ли можно назвать недостатком SEO, скорее это особенность данной услуги.</p> <p>Менее гибкая. В случае с контекстной рекламой запрос, по которому показывается реклама, может быть изменен немедленно. В случае с поисковой оптимизацией, если организация решит продвинуть сайт по новому запросу, он не сразу появится выше.</p> <p>Влияние третьих лиц на результаты. Во-первых, работают Яндекс и Google, а во-вторых, конкуренты. Поэтому рейтинг может колебаться, как и трафик. Поэтому одним из недостатков SEO является отсутствие гарантий.</p> <p>Зависимость от алгоритмов. Поисковые системы постоянно дорабатывают свои алгоритмы и усложняют их. Может меняться дизайн выдачи. Внедряться «Спектр». В поиске могут появляться проекты самих поисковых систем, которые будут занимать место и отвлекать на себя внимание пользователей. В результате этих изменений правила игры могут меняться, а позиции и трафик колебаться.</p>

Проанализировав плюсы и минусы поисковой оптимизации, можно сделать вывод, что несмотря на накопительный эффект этого инструмента, тут есть возможность платить фиксированную сумму за комплекс выполняемых работ. Так же важную роль играет то, что услуги поисковой оптимизации доступны как крупному бизнесу, так и малому бизнесу.

2) Ведение своего блога, чтобы привлечь внимание к своей целевому сайту. Блог – это электронная форма ведения записей в сети Интернет. Зарегистрировавшись на специализированном сайте, авторы могут создать личный (наиболее распространенная форма) или тематический дневник (подборка материалов на определенную тему). Авторы также могут публиковать фотографии и видео. Микроблоги – это разновидность блогов, в которых пользователи могут размещать короткие сообщения (до 140 символов на одно сообщение), каждое из которых можно просматривать и комментировать в чате. Блоги являются хорошим инструментом для всестороннего представления организации, продукта или услуги, позволяя пользователям "общаться" с реальными и потенциальными клиентами на неформальном языке. Этот метод продвижения может показаться менее затратным для бюджета компании, но он эффективен с точки зрения формирования лояльности и доверия клиентов, предоставления информации о конкретных событиях, формирования имиджа компании и получения обратной связи. В таблице 2 отображены преимущества и недостатки данного инструмента [5].

Таблица 2

Плюсы и минусы ведения блога

Плюсы	Минусы
<p>– Легче, чем когда-либо. Первоначально ведение блога было таким же простым, как создание блога в LiveJournal, создание блога в Blogger или обучение программированию.</p> <p>– Низкие затраты на запуск. Блог, безусловно, может выиграть от рекламных расходов, инструментов автоматизации маркетинга и других инвестиций по мере его роста: реклама в социальных сетях, инструменты автоматизации маркетинга и т. д.</p>	<p>– Переполненный рынок. В Интернете более 600 миллионов блогов, что составляет примерно один блог на десять человек. Другими словами, это насыщение рынка во всей красе, и оно будет только ухудшаться.</p> <p>– Требуется последовательности. Эксперты склонны соглашаться с тем, что вы должны постоянно обновлять, если хотите создать аудиторию. В качестве примера рассмотрим два блога на одну и ту же тему, один из которых ведется квалифицированным экспертом каждый понедельник и четверг, а другой – в любое время, когда автор пожелает.</p>

Плюсы	Минусы
<p>– Позволяет привлечь трафик на сайт. Он не обязательно должен привлекать внимание пользователей, как бы хорош он ни казался. Мало что может отличать организацию от конкурентов, например, в сфере сантехнических услуг.</p> <p>– Создает сообщество для общения. При создании блога очень важно привлекать к нему лояльных пользователей. Интереснее слушать, как говорят другие люди, и есть удовольствие от того, что их работа кому-то понравилась.</p> <p>– Он демонстрирует свою работу на рабочем месте. Хотели бы вы построить карьеру писателя онлайн но еще не получили автора? У вас есть возможность вести блог. Может быть, у вас нет собственного домена, но хороший пост показывает потенциальных клиентов и работодателей, о которых вы можете написать.</p> <p>– Легко монетизировать. После создания блога можно будет зарабатывать деньги разными способами. Можно заработать на блогах через подписки или пожертвования Patreon, но блоги также можно использовать для привлечения трафика в интернет-магазин.</p> <p>– Это весело. В то время как разработка контента для блога может потребовать много работы, размещение его на самой странице может быть большим развлечением. Было бы здорово, если бы после возвращения из отпуска своей мечты вы могли создать идеальный пост вместе с фотографиями и видео, которые заставили бы всех ваших подписчиков почувствовать, что они тоже были там.</p>	<p>– Делайте все сами. Недостаточно просто планировать. Если только вы не начинаете как блоггер вести свой собственный веб-проект или ваш блог – это исключительно сайт для хобби, вам нужно мыслить как предприниматель.</p> <p>– Хороший контент – это не просто. Конечно, ведение блога требует как контента, так и маркетинговых стратегий. Как только вы определились с темой для блога, спросите себя, как долго вы сможете писать посты на эту тему. Если у вас осталось меньше шести месяцев, возможно, вам придется расширить или сменить фокус.</p> <p>– Потенциал технических проблем. При использовании платформы для ведения блога существует вероятность того, что вы можете столкнуться с рядом технических проблем. Однако чем больше вы контролируете внешний вид и поведение своего блога, тем больше вероятность того, что вы столкнетесь с техническими проблемами, такими как медленная загрузка страниц или пустые экраны.</p>

Проанализировав плюсы и минусы ведения блога, можно прийти к следующим выводам. Что если иметь достаточное время на его ведение, и сохранять качество контента, то это сможет привлечь достаточное количество потенциальных клиентов. Но следует помнить, что сфера ведения блога переполнена различными блогами, и чтобы остаться на плаву, стоит найти что-то актуальное и интересующее большую аудиторию.

3) Широкое использование социальных сетей («ВКонтакте», «Одноклассники», «Telegram») для продвижения нового продукта или услуги. Социальная сеть – это интерактивный многопользовательский сайт, контент которого наполняется посетителями. Это сайт с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке, по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. Социальная сеть может быть представлена как социальная структура, состоящая из групп узлов, которыми являются социальные группы (сообщества), личности, индивидуумы, объединенные общей средой общения и возможностью установления личных непосредственных контактов. На сегодняшний день, когда большая часть населения страны зарегистрирована в социальных сетях, SMM (Social Media Marketing) располагает солидным арсеналом инструментов: продвижение контента (аудио, видеоконтента), проведение интерактивных акций (виртуальных флешмобов, опросов, вебинаров), «вирусный» маркетинг и персональный брендинг. Продвижение в социальных сетях сейчас становится наиболее популярным и доступным, но оно также имеет и ряд своих недостатков, которые представлены в табл. 3 [7].

Проанализировав плюсы и минусы социальных сетей, можно прийти к выводу, что хоть и значительное количество пользователей, а впоследствии и потенциальных клиентов приходится на социальные сети, но сложности возникающие при продвижении товара или услуги требуют больше усилий.

Плюсы и минусы продвижения в социальных сетях

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"> – Больше доверия вызывает информация, не похожая на привычную рекламу; – Возможность связаться с представителями целевой аудитории в разных странах и регионах, не снижая охват; – Сегментация целевой аудитории по разным критериям позволяет более качественно доносить информацию; – Стоимость рекламных кампаний намного ниже теле-рекламы при том же уровне охвата аудитории; – Оперативный обратный контакт позволяет оперативно изменять рекламную кампанию в соответствии с запросами целевой аудитории. – Скорость отклика ускоряет процесс сбора и обработки информации, полученной при продвижении. 	<ul style="list-style-type: none"> – Результат достигается достаточно быстро, так как нет прямого рекламного посыла, а продвижение основано на социальных контактах. – Для достижения стабильных и долгосрочных результатов необходимо постоянное присутствие на сайте для более активного вовлечения посетителей. – Гибкая и сложная рекламная кампания затрудняет предварительные расчеты. – Желаемый результат не гарантирован; – Социальные сети по популярности уступают поисковым системам. – Успех интернет-маркетинга во многом зависит от его репутации, зарабатываемой долго и трудно, но которая может быть разрушена одной неудавшейся публикацией. – Для тех, кто много времени проводит в социальных сетях, становится проще отличать рекламу от обычной. – Такие сегменты, как B2B, промышленные товары или услуги плохо продвигаются с помощью SMM.

В таблице 4 можно рассмотреть характеристику самых популярных социальных сетей, количество пользователей, посещаемость и т.д. [1].

Таблица 4

Характеристика популярных социальных сетей

Показатели сравнения	Социальные сети		
	«Вконтакте»	«Одноклассники»	«Telegram»
Общее количество пользователей, млн чел.	74,5	4	425
Месячная аудитория, млн чел.	12,5	8,7	11,8
Гендерное соотношение (Мужчины/женщины), %	43/57	35/65	45/55
Среднее время на сайте, мин	45	30	51

Проанализировав характеристику популярных соцсетей, можно прийти к следующим выводам исходя из приведенной выше таблице, что наиболее высокое количество пользователей зарегистрировано в социальной сети Telegram. Так же стоит заметить, что месячное количество пользователей этих социальных сетей выше у сети Вконтакте, хотя по количеству всех пользователей соц-сеть расположилась на втором месте. Процентное соотношение женщин и мужчин в социальных сетях находится почти в одном диапазоне. В среднем пользователи проводят на сайте Вконтакте около 40 минут, что на 7 минут дольше чем на сайте Telegram, и на 13 минут дольше чем на сайте Одноклассники.

4) Ведите свой собственный новостной канал. Компании, которые хотят продемонстрировать свою работу, продукцию и услуги как можно большему числу потенциальных клиентов, создают собственный новостной канал. Одной из самых популярных видео платформ в мире является YouTube. Благодаря этому сайту вы можете получить необходимый вам целевой трафик, не ограничивая свои возможности только поисковыми системами. В таблице 5 сопоставлены плюсы и минусы ведения собственного канала новостей [8].

Проанализировав плюсы и минусы ведения собственного канала новостей, можно прийти к выводу, что несмотря на высокие трудозатраты и отсутствие идей, тем для роликов, ведение канала может принести прибыль, потенциальных потребителей.

Плюсы и минусы ведения собственного канала новостей

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"> – Доступ к огромной аудитории – Коммуникация с аудиторией. По средствам собственного канала представители бренда могут напрямую обращаться к своей аудитории: в информационных роликах, через интервью на гостевых каналах, а также используя прямые эфиры. – Возможности бесплатного продвижения – Конечно, продвижение, условно бесплатное, так как производство качественного контента на регулярной основе стоит немало. Однако снимаемые интересные и востребованные ролики, вы можете со временем минимизировать затраты на их продвижение, алгоритм хостинга «работает на руку» успешным авторам. – Аналитика. Видеохостинг предоставляет точную и обширную статистику по просмотрам, переходам по ссылкам, характеристикам аудитории ваших видеороликов, а также широкие возможности для аналитической оценки эффективности продвижения платными методами. 	<ul style="list-style-type: none"> – Высокие трудозатраты и необходимость обширного и регулярного финансирования канала. – В какой-то момент могут закончиться темы, идеи, могут возникнуть проблемы с представителями бренда, способными держаться перед камерой и тому подобное. – Необходимость наличия опыта и специальных знаний: при запуске видеорекламы в Google Ads и для подготовки видеоконтента.

5) Предпочтительное использование всевозможных бесплатных инструментов электронной коммерции, например, Google Analytics и Content Experiments. Это инструменты, которые помогут в отслеживании различных характеристик посещаемости веб-сайта (характеристики аудитории сайта, источники посетителей, популярность страниц и разделов сайта) и его тестировании. Преимущества и недостатки данного инструмента маркетинга представлены в табл. 6 [4].

Таблица 6

Плюсы и минусы использование бесплатных инструментов электронной коммерции

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"> – Отслеживание характеристики аудитории сайта. – Отслеживание источников посетителей. – Отслеживание популярности страниц и разделов сайта. – Оценка эффективности рекламы. – Понимание поведения аудитории на сайте. 	<ul style="list-style-type: none"> – Интерпретация данных человеком, у которого нет знаний классического маркетинга.

Проанализировав плюсы и минусы использования бесплатных инструментов электронной коммерции, можно сделать вывод, что этот вариант является легкодоступным и не требующим больших вложений в сравнении с другими вариантами.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что ведение канала, блога или социальных сетей в современном мире более актуальна для увеличения прибыли и клиентов. Но если компании нет возможности вести социальные сети, то использование бесплатных инструментов электронной коммерции поможет в отслеживании различных характеристик посещаемости веб-сайта и тестировании его.

1. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг. – 2010. – №5 (99). – С. 238-251. (дата обращения: 21.03.2023).

2. Лужнова Н.В., Радченко В.С. Инструменты маркетинговой деятельности предприятия в интернет-пространстве: сравнительный анализ возможностей и ограничений в применении // Проблемы экономики и менеджмента. – 2017. – №2 (66). – С. 39-42. (дата обращения: 10.03.2023).

3. Определение маркетинга // Блог по продвижению. – URL: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-marketing/>

4. Плюсы и минусы бесплатных инструментов электронной коммерции // Интернет-агентство Денисова. – URL: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/preimushchestva-i-nedostatki-elektronnoy-kommertsii/>

5. Плюсы и минусы ведения блога // Блог по интернет-маркетингу «BloggersIdeas». – URL: <https://www.bloggersideas.com/ru/pros-and-cons-of-blogging/>

6. Плюсы и минусы поисковой оптимизации // Агентство «Brave». – URL: <https://brave-agency.ru/articles/151/>

7. Плюсы и минусы продвижения в соц сетях // Личный блог Владиславы Рыковой. – URL: <https://vladarykova.com/marketing-v-sotsialnykh-setyakh/>

8. Плюсы и минусы собственного канала новостей // Блог компании «GreenSMM». – URL: <https://blog.greensmm.ru/?p=3896>

УДК 658

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ

У.Д. Лоцилина, А.К. Снежко

бакалавры

Л.В. Салова

канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье рассматриваются особенности ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет. Анализируются существующие проблемы Интернет-торговли в России и перспективы развития. Проведен анализ рынка на современном этапе его развития. Выявлены факторы влияния на развитие Интернет-торговли.

Ключевые слова: рынок, Интернет, Интернет-торговля, электронная коммерция, онлайн торговля, предпринимательская деятельность.

DEVELOPMENT TRENDS IN THE MARKET OF INTERNET TRADE IN RUSSIA

The article discusses the features of doing business on the Internet. Existing problems of Internet commerce in Russia and development prospects are analyzed. The analysis of the market at the present stage of its development is carried out. Factors of influence on the development of Internet commerce are identified.

Keywords: market, Internet, Internet trade, e-commerce, online trade, entrepreneurial activity..

Стремительная всеобщая цифровизация общества привела к трансформации всех аспектов жизни человека, в том числе затронула предпринимательскую деятельность. Охватывая практически все сферы человеческой жизни, цифровые технологии стали важным направлением современной экономики.

В настоящее время интернет стал значимым социально-культурным, экономическим явлением, важность которого растет с каждым днем. Наряду с ростом потребностей экономики и общества происходит процесс трансформации информационных и компьютерных технологий, в связи с чем переход на ведение предпринимательской деятельности в сети Интернет становится необратимым явлением [1].

Интернет-торговля или электронная коммерция (e-commerce) представляет собой любые формы деловых сделок, осуществляемые с помощью электронных средств коммуникации, без физического обмена и непосредственного физического контакта, в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица к другому [2].

Интернет-торговля в России зародилась в период 90-х годов и к 2022 году доля интернет покупателей достигла 10 млн человек. Неудивительно ведь Интернет-торговля имеет ряд преимуществ как для самих предпринимателей, так и для пользователей:

- минимальное вложение денежных средств
- расширение границы продаж, выходя за рамки одного региона или страны
- отсутствие необходимости в наличии офисов, торговых точек
- отсутствие психологического воздействия со стороны продавца на клиента;
- возможность приобретения товара или услуги в любое время в любой точке мира
- возможность оперативного получения информации о товаре или услуге [3].

Потребители в онлайн более активны, но и более требовательны к качеству товаров и сервисов магазина. Большинство из них перед покупкой проводит мониторинг цен в других онлайн-магазинах или на специализированных сайтах-агрегаторах. По данным PwC, чаще всего в интернет-магазинах заказывают люди от 25 до 34 лет. Пользователи постарше (35–44 лет) покупают реже, но в сумме объем их покупок примерно такой же.

В 2020 году Россия вышла на 1-ое место по темпам роста в мире, преодолев планку почти в 2,5 трлн рублей в онлайн. Рост российского потребительского рынка электронной коммерции составил 44% год к году. По сообщению Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ), за 9 месяцев 2022 года суммарный объем онлайн-заказов превысил 3,5 трлн рублей. 43% общей доли от всех онлайн продаж в России занимает Центральный Федеральный округ. Однако теперь в других регионах наблюдается значительный рост и развитие онлайн-торговли.

Российский рынок Интернет-торговли имеет ряд особенностей:

- гиперконцентрация ритейлеров в Москве,
- фрагментированная инфраструктура логистики
- большая доля самовывоза из магазинов и ПВЗ
- слабые позиции международных игроков
- высокая доля кросс-бордера
- высокие ожидания покупателей по скорости доставки
- преобладание оплаты при получении [4].

В последние годы на рост онлайн продаж так же оказывают влияние COVID-19 и СВО в Украине с последующими санкциями против России. Курс рубля к иностранным валютам в феврале и марте 2022 года резко снизился, что вызвало ажиотаж среди населения. Чтобы сохранить имеющиеся активы, люди начали вкладывать средства в материальные объекты, в том числе в товары массового спроса. Так же в связи с уходом из России ряда зарубежных брендов таких как IKEA, Uniqlo, Zara, H&M некоторые из них устроили распродажу оставшихся на складах товаров, в том числе через интернет-площадки, что вызвало вторую волну ажиотажа среди населения.



Рис. 1. Структура Интернет-продаж по группам товаров в 2022 году

Наибольшей популярностью среди интернет-покупателей пользуются такие категории товаров как бытовая и электронная техника, компьютеры и сопутствующие им товары (+79%), которые понадобилась многим пользователям в условиях самоизоляции и карантина. Также очевиден рост в категории продуктов (+276%). Одежда и обувь, детские товары, товары для дома, досуг и развлечения непрерывно растут в течение года.

В 2020 году правительство разрешило онлайн-продажу лекарств, и это форсировало открытие масштабного фарм-рынка.

Самым популярным каналом продаж в электронной коммерции являются маркетплейсы. Именно крупные универсальные маркетплейсы такие как Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, AliExpress и СберМегаМаркет обеспечили основной рост Интернет-торговли в 2022 году (186%). Почти половина всех продавцов на маркетплейсах – дистрибьюторы, занимающиеся продажей разных брендов. Больше всего их на Яндекс Маркете и AliExpress.

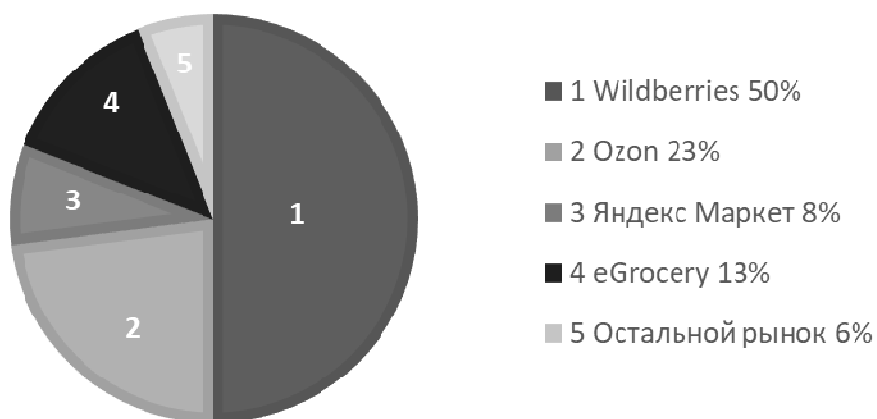


Рис. 2. Популярные маркетплейсы

Одна из причин популярности маркетплейсов – уход части игроков, товары которых перестали быть доступными в фирменных магазинах и доступны только на маркетплейсах. Предприниматели, рассматривающие маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции в 2023 году, размещают свой продукт на нескольких площадках для повышения охвата аудитории.

Помимо маркетплейсов важным инструментом Интернет-торговли становится продажа через социальные сети. Развитие социальной коммерции связано с удобством для пользователей, популярностью социальных сетей среди молодежи.

Таблица 1

Активность в социальных сетях

Соцсети	Доля, %	Среднее количество подписчиков, чел.
ВКонтакте	85	28 443
Telegram	39	1326
Одноклассники	34	5520
Яндекс Дзен	30	842
TikTok	12	73 150

Большинство покупок в социальных сетях приходится на «ВКонтакте». В связи с запретом Instagram популярность завоевывает Telegram, а также TikTok, который входит в ТОП-3 лучших платформ социальной коммерции. Его используют более 43 % предпринимателей по всему миру. В июне 2018 года во «ВКонтакте» была запущена платформа социальной коммерции VK Pay, благодаря чему любой бизнес может фактически создавать интернет-магазин на основе своего сообщества с корзиной, выбором способов доставки и онлайн-оплаты.

Стоит отметить, что, несмотря на преобладание компаний бизнес-модели B2C (business to customers), в Интернет-торговле активно развиваются компании направления B2B (business to business).

Электронная коммерция в сегменте B2B предполагает оформление заказов юридическими лицами на онлайн-портале. В целом электронная коммерция в B2B-компаниях используется для улучшения коммерческих результатов. В условиях цифровой обработки заказов процесс закупок становится удобнее для оптовых клиентов, производителей, дистрибьюторов и остальных клиентов B2B-компаний. Новые технологии в области электронной коммерции позволяют B2B-компаниям снизить количество посредников и продавать напрямую конечному потребителю (B2B2C). На сегодняшний день одной из ключевых тенденций в B2B-секторе является самообслуживание. Компании хотят оперативно находить нужную информацию и совершать транзакции без необходимости звонить в отдел продаж или ждать ответов на электронные письма. Возможность самообслуживания также может принести пользу продавцу. Это высвобождает время сотрудников и может повысить удовлетворенность клиентов, увеличить продажи благодаря возможности получить консультацию в любое время через чат-боты.

Несмотря на наличие ряда преимуществ, можно выделить перечень проблем, с которыми сталкиваются компании, осуществляющие свою деятельность в сети Интернет. К таким проблемам можно отнести:

- опасения не увидеть товар вживую и не убедиться в его качестве;
- непонятно, к кому обращаться в случае проблем;
- негативные отзывы онлайн-покупателей в социальных сетях и на других сайтах;
- долгая и ненадежная доставка;
- недостаточный уровень безопасности онлайн-платежей;
- недоверие потребителей к онлайн-ритейлерам по поводу сохранности их персональных данных.

Совершая покупки в сети Интернет, потребитель сталкивается с проблемой доверия. Доверять отзывам на сайте продавца или различным рейтинговым сервисам сложно, а отдельных законов, регламентирующих Интернет-торговлю в России, нет. Работа онлайн-магазинов регулируется теми же нормативно-правовыми актами, что и розничная торговля [5].

Однако в настоящий момент наиболее важной и весомой проблемой для интернет-магазинов является поставка товара. В первую очередь это относится к онлайн бизнесу, занимающемуся продажей импортной продукции, т.к. грамотная организация логистики и налаженная доставка для интернет-магазинов является одним из способов привлечения и удержания клиентов. Введенные санкции оказали влияние на цепочку поставок товаров из за рубежа. С закрытием международного авиасообщения единственным способом доставки являются морские и наземные перевозки. Это безусловно сказывается на сроках доставки заказа конечному покупателю. Этот фактор, в совокупности с уходом западных брендов, сдвинул фокус Интернет-торговли в сторону Востока. Основными странам-поставщикам для глобальных брендов являются страны Юго-Восточной Азии и Китая. Владивосток являлся крупнейшей логистической точкой по приему товаров из Японии, Китая, Кореи. В 2022 году доставлено более 2550 млн отправок, рост относительно 2021 года составил более 56 %.

Интернет магазины используют собственную службу доставки либо логистические компании. На этом сегменте рынка уже определились компании-лидеры, которые устойчиво растут, в то время как многие мелкие игроки настроены на продажу своего бизнеса крупным, поскольку уже не способны обеспечить качество сервиса соответствующего уровня. Значительное влияние на отрасль оказало расширение географии работы логистических компаний, а также популяризация доставки через ПВЗ и постаматы – эти виды более экономичны как для онлайн-площадок, так и для покупателей. Постаматы также позволяют покупателю выбрать удобную точку выдачи.

Основные тренды электронной коммерции, актуальные в 2023 году, связаны с повышением требовательности аудитории. В условиях высокой конкуренции и избирательности покупателей предприниматели вынуждены использовать новые технологии, работать над повышением конверсии и лояльности аудитории, расширять доступные платформы и способы оплаты. В связи с наложением санкций на ряд российских банков, помимо проблем с логистикой, покупатели сталкиваются со сложностями осуществления оплат за товары в иностранных интернет-магазинах. Это в свою очередь приводит к росту объема продаж на отечественных площадках.

Несмотря на все сложности, вызванные рядом ограничений, геополитической и экономической обстановкой, рынок интернет торговли России продолжает расти. В него инвестируют, растет количество покупателей в интернете и частота покупок, появляются свободные ниши для технологий и сервисов, «заточенных» под электронную коммерцию. Производители и продавцы продолжают выходить на новые рынки. Для поддержки предпринимателей правительством РФ создан центр «Развития Экспорта», который позволяет воспользоваться мерами государственной поддержки, привлечь инвестиции, открыть новые рынки в России и за рубежом.

В ближайшие несколько лет стоит ожидать сохранение стабильности на рынке и дальнейшего укрепления ведущих игроков. Растущая конкуренция приведет к повышению качества сервиса, так как компании переходят от стратегии экстенсивного роста к укреплению лояльности клиентов. Расширение сети отделений в регионах также будет способствовать росту покупок в сети. Согласно прогнозам российских экспертов, к 2023 году рынок онлайн-торговли B2C вырастет до 2,4 трлн руб., и его доля от общего объема розничных продаж составит уже 6 %.

1. Багирян В.А. Особенности ведения предпринимательской деятельности в сети интернет. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru>

2. Казаков К.В, Пушили Д.В Перспективы развития Интернет-торговли в России // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 12. – С. 1968-1972.

3. Куприянова Т.М., Лукашова А.Ф. Современные инновации в интернете. – 2019 – №4. – С. 73–75.

4. Горбунова О.Н. Проблемы и перспективы развития электронной торговли России – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru>

5. Мизякина О.Б. Бизнес в сети Интернет: основные формы и перспективы развития – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru>

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЛОГИСТИКИ В ЧАСТИ СКЛАДСКОГО УЧЕТА

А.Р. Миндерова

бакалавр

А.Р. Блюдик

аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье описывается возможный путь решения проблемы складской логистики – не рациональное использование складского пространства, что приводит к проблемам эффективной и бесперебойной транспортировки товаров покупателям.

Ключевые слова: склад, камеры, товародвижение, микросхемы, штрих-код, штрих-код-микросхемы.

PROBLEMS OF LOGISTICS INFORMATION SUPPORT IN TERMS OF WARE-HOUSE ACCOUNTING

The article describes a possible way to solve the problem of warehouse logistics – not rational use of warehouse space, which leads to problems of efficient and uninterrupted transportation of goods to customers.

Keywords: warehouse, cameras, commodity movement, microcircuits, barcode, barcode-microcircuits.

Эффективное перемещение товаров имеет важное значение для бесперебойного функционирования складской логистики, поскольку это может способствовать более быстрой доставке продукции, обеспечить надлежащее управление запасами и обеспечить удовлетворенность клиентов. Оптимизируя движение товаров, менеджеры склада могут свести к минимуму ошибки, сократить время выполнения заказа и повысить доступность продукции, что приводит к более эффективному управлению цепочкой поставок. Кроме того, эволюция ожиданий клиентов и рост спроса в сфере электронной коммерции повысили важность перемещения товаров в складской логистике. Поскольку клиенты требуют более быстрых сроков доставки и большей прозрачности

Актуальность исследования продиктована желанием улучшить систему логистики: разрабатывая и внедряя инновационные стратегии и технологии для улучшения движения товаров, менеджеры складов могут обеспечить беспрепятственное перемещение товаров по складу, что позволяет быстрее и эффективнее доставлять продукцию клиентам. Цель исследования – разработать новую систему отслеживания передвижения товара со склада продавца через промежуточные пункты и обосновать важность этих разработок. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- уточнить понятие «информационная поддержка» в складской логистике;
- выявить проблемы в существующей системе учета товародвижения;
- сформулировать мероприятия по оптимизации контроля товародвижения на складе.

При исследовании применялись методы: анализ, моделирование, синтез, дедукция.

Практическая значимость исследования заключается в предложении применения в логистических компаниях новой системы распоряжением складским пространством и эффективным товародвижением.

Основные проблемы в существующей системе учёта товародвижения:

- некачественная доставка товаров клиентам (поврежденные товары при транспортировке и утерянные посылки на складе);
- неэффективный способ организации передвижения товара на складе;
- плохая организация складского пространства.

Из этого списка проблем был проведен поиск анализ информационно-коммуникационных ресурсов в терминах, и он показал, что еще нигде не было введено отслеживание товаров через штрих-кода-микросхемы и визуальной обработки товара. Аналитика систем отслеживания в складской логистике содержится в табл. 1

Информационно-коммуникационные ресурсы в терминах

Ресурс	Определение, назначение
КИС (ERP)	Корпоративная информационная система (обычно ERP-класса). Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия
SCM	Supply Chain Management – управление цепями поставок. Методология, модели, программное обеспечение класса SCM
ГИС (675)	Геоинформационная система. ПО для планирования маршрутов и навигации с функциями поиска гео-объектов и расчёта затрат на транспортировку
CRM	Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с покупателями (потребителями). ПО клиентоориентированного класса
BPM	Business Performance Management – управление эффективностью бизнеса. ПО финансово-аналитического класса
WMS	Warehouse Management System – система управления складом. ПО для автоматизации управления складированием
EDI (ЭОД)	Electronic Data Interchange – электронный обмен данными. Система электронного документооборота и делопроизводства
FMS	Fleet Management System – система управления транспортным парком (флотом). ПО и оборудование для навигации, позиционирования и мониторинга
GSM, GPS	Global System for Mobile Communications. Global Position System. Сотовые (GSM) и спутниковые (GPS) системы связи и навигации
WAP	Wireless Application Protocol – протокол (технология) беспроводного доступа к данным. Системы и средства мобильного управления
ASP	Application Service Providing – аренда информационных систем (приложений, ПО). Технология информационного аутсорсинга. Аутсорсинг ПО
RFID	Radio Frequency Identification – радиочастотная идентификация
VLC	Virtual Logistics Center – технология виртуальных предприятий в логистике
TMS	Transport Management System – система управления парком транспортных средств
OLAP	On-Line Analytical Processing – интерактивный анализ данных. ПО аналитического класса для оперативной работы с данными
EAI(BI)	Enterprise Application Integration (Business Integration) – интеграция ПО для бизнеса разных производителей
SCADA	Supervisory Control And Data Acquisition. – автоматизированная система управления технологическими процессами (АСУ ТП)
SCOR-e-SCOR	Supply Chain Operation Reference Model – модели цепей поставок (типовые), рекомендуемая модель операций в цепях поставок; программная поддержка реализации моделирования в формате SCOR. Технологии и инструменты автоматизации организационно-функционального проектирования типизированных цепей поставок
CASE	Computer Aided System Engineering – средства и технологии проектирования и моделирования бизнес-процессов и сложных ИС
TCO	Total Cost (Value) of Ownership – совокупная стоимость (ценность) владения ИКР
7VO; ROI	Return on Investment – отдача на инвестиции в ИКР. Оценочные технологии, применяемые при выборе и внедрении ИС

Источник: сост. авт. по: [3].

Предлагаемые решения для нововведения:

- фиксирующие товар камеры, сделанная в конструкции со считывателем штрих-кодов с товара, которая бы фотографировала товар почти на 360 градусов;
- специальные пластиковые радиопрозрачные контейнеры с карманом для штрих-код-микросхемы;
- штрих-код-микросхема.

Техническая часть данных устройств:

1. Составляющие микросхемы – 3 блока из которых первый – это приемная антенна (антенна принимающая информацию со штрих-кодов товара), второй блок – антенна передачи информации (автоматическое занесение данных о определенном товаре в подготовленную базу данных) и третий блок – память (сохранение считываемых данных о товаре в базе).

2. Составляющие камеры: 3 камеры со специальными креплениями под определенным углом и радиусом движения (ориентированы пока что только на товары небольших объемов), камера фронтальная – фотография товара сверху, 2 боковые камеры с креплениями и радиусом движения примерно в 90 градусов – фотографируют товар сбоку.

3. Составляющие пластикового контейнера с карманом – прозрачный и радиопрозрачный материал для короба и специальный отсек сбоку контейнера для вложения штрих-кода-микросхемы.

Принцип действия с подробным описанием передвижения товара на примере крупного маркетплейса «WILDBERRIES» (Общество с Ограниченной Ответственностью "ВАЙЛДБЕРРИЗ"). Так как товары от продавцов поступают не в конкретные пункты выдачи, а в ближайшие сортировочные центры, то перейдем сразу к делу. Товар от продавца поступает уже со штрих-кодом промаркированным продавцом, содержащим информацию о его товаре, то при получении на склад нового товара он проходит первичную обработку (приемку товара), а после первичной обработки товар отправляется на сам склад (первый в нашем передвижении) и тут начинаются нововведения.

Товар отправляется на автоматизированную ленту на которой установлена конструкция с камерами и считывателем штрих-кодов, товар за пару секунд фотографируется, считывается код и отправляется в базу данных, где сотрудник находящийся чуть дальше этого устройства понимает, что это товар по его направлению (к примеру: Владивосток – Москва) и на мониторе при приближении товара к сотруднику высвечивается фотография этого товара и, собственно, направление.

Далее сотрудник наполняет пластиковый контейнер с карманом для микросхемы товарами по принципу направления отправки, далее по этой сформированной базе программируется штрих-код-микросхема, которая содержит всю информацию о содержащимся внутри товаром и вкладывается в специальный карман и блокируется закрывающийся механизм. На этом этапе важно знать сколько промежуточных складов пройдет данный контейнер, дабы при считывании штрих-кода-микросхемы данные не были удалены (это в целях безопасности). Далее товар проходит все промежуточные склады.

На последнем сортировочном центре происходят такие действия – контейнер вскрывается и товары снова выходят на ленту для сортировки, но уже в определенные пункты выдачи и информацию на штрих-коде-микросхеме могут быть удалены данные о содержании этого контейнера, но только после того, как будут отсканированы все находящиеся в нем товары. Точно также в обратном порядке штрих-кода-микросхемы программируются заново и проходят цикл.

Такие контейнеры, штрих-кода-микросхемы, и камеры решают сразу несколько проблем:

1. Контейнеры позволяют более экологично воздействовать на окружающую среду, так как картонные коробки быстрее изнашиваются и требуют замены, а контейнеры могут прослужить от полугода вплоть до 2 лет.

2. Снизит риски повреждения товаров в процессе транспортировки, плюс существует возможность этот контейнер переделать, используя вторично этот же материал (к примеру, с помощью фотополимерных принтеров, которые могут просто нанести второй слой защиты, расплавив старый).

3. Штрих-кода-микросхемы позволяют избежать ненужной ручной работы для определения куда именно идет товар и минимизировать захламление склада.

4. Снизить ошибки распределения товара из-за человеческого фактора.

5. Камеры же позволяют ускорить процесс обработки товара, так как с визуальными показателями товара легче распределить товар и если ввести фотографии в часть отслеживания товародвижения на сайт для покупателей, то это будет отличный маркетинговый ход, который привлечет 10–20 % пользователей именно к вашей логистической компании. И также возможно будет определить на какой стадии товар мог повредиться для улучшения качества обслуживания.

Таким образом, в статье предлагаются инновационные решения различных проблем в сфере логистики, начиная от заботы об окружающей среде и заканчивая повышением эффективности и уменьшением количества ошибок. Используя контейнеры вместо картонных коробок и внедряя такие технологии, как микросхемы штрих-кодов, камеры и фотополимерные принтеры, компании могут сэкономить деньги и улучшить свои процессы доставки. Кроме того, интеграция фотографий и визуальных индикаторов в часть отслеживания движения товаров может привлечь больше потре-

бителей и помочь улучшить качество обслуживания. В целом, статья предполагает, что внедрение этих решений может принести большую пользу логистическим компаниям за счёт улучшения их операций, сокращения отходов и повышения удовлетворенности клиентов.

1. Николаева Т.И. Прогрессивные технологии складской логистики и перспективы их развития // Евразийский союз ученых. – 2016. – №3(4). – С. 71–73.

2. Сиразетдинова А.Ф. Сущность и проблемы современной складской логистики в России // Инновационные процессы в научной среде: сборник статей международной научно-практической конференции: в 4 ч. – 2016. – С. 243-247.

3. Информационная поддержка логистических операций – Текст: электронный // Studme.org: [сайт]. – 2023. – URL: https://studme.org/286405/logistika/informatsionnaya_podderzhka_logisticheskikh_operatsiy (дата обращения 29.03.2023).

4. Константинова Д.А. Организация складской логистики на предприятии // Современные тенденции инновационной экономики: сборник материалов межвузовских студенческих конференций. – 2016. – С. 15–19.

УДК 339

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА ТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА СКЛАДЕ

Е.Н. Найдышев
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Сложно представить себе современную компанию, не использующую в своей работе какие-либо базы данных, системы учета, контроля и прогнозирования. Данная статья посвящена проектированию системы учета технического оборудования для предприятия ФГБУ «Земля леопарда».

Ключевые слова: проектирование, система учета, техническое оборудование, декомпозиция, диаграммы, учет техники.

DESIGNING A SYSTEM FOR ACCOUNTING FOR TECHNICAL EQUIPMENT IN A WAREHOUSE

It is difficult to imagine a modern company that does not use any databases, accounting, control and forecasting systems in its work. This article is devoted to the design of a system for accounting for technical equipment for the enterprise FGBU «Leopard Land».

Keywords: design, accounting system, technical equipment, decomposition, diagrams, equipment accounting.

Актуальность темы заключается в том, что ведение учета технического оборудования позволяет сделать работу ответственного сотрудника за оборудование проще и минимизировать временные затраты на проведение ревизии, списания, перевода оборудования в другие отделы и передачу в пользование. Объектом исследования была выбрана компания ФГБУ «Земля леопарда» в г. Владивосток. Предметом исследования являются процессы передачи, подсчета и списания технического оборудования на складе и в офисных отделениях предприятия.

Система учета для ФГБУ «Земля леопарда» будет разрабатываться для устранения ведения подсчетов техники вручную, и переводом этого процесса полностью в информационный вид.

Рассмотрим диаграмму, которая создана с целью продемонстрировать работу проектируемой системы учета, а именно ее основные потоки данных.

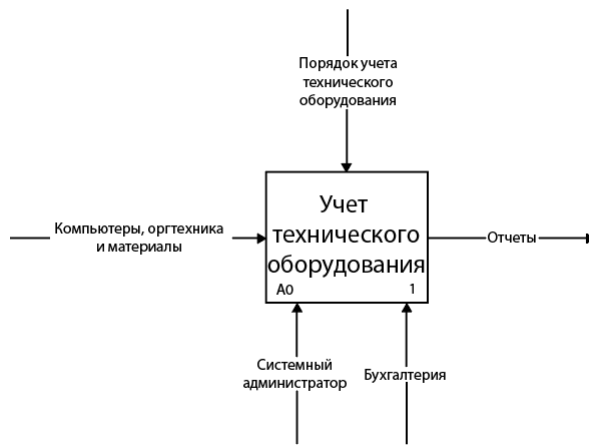


Рис. 1. Контекстная диаграмма

Декомпозиционное разложение модели используется в моделировании бизнес-процессов, для того чтобы дать более подробное описание блоков [1]. Каждое из этих действий может в свою очередь быть декомпозировано. При каждой декомпозиции блока создается новая диаграмма. Число декомпозиций не ограничено и полностью зависит от уровня сложности, который необходимо показать в модели.

Декомпозируем контекстную диаграмму на 4 функциональных блока:

- приемка техники на склад;
- хранение техники;
- учет техники;
- передача в пользование.

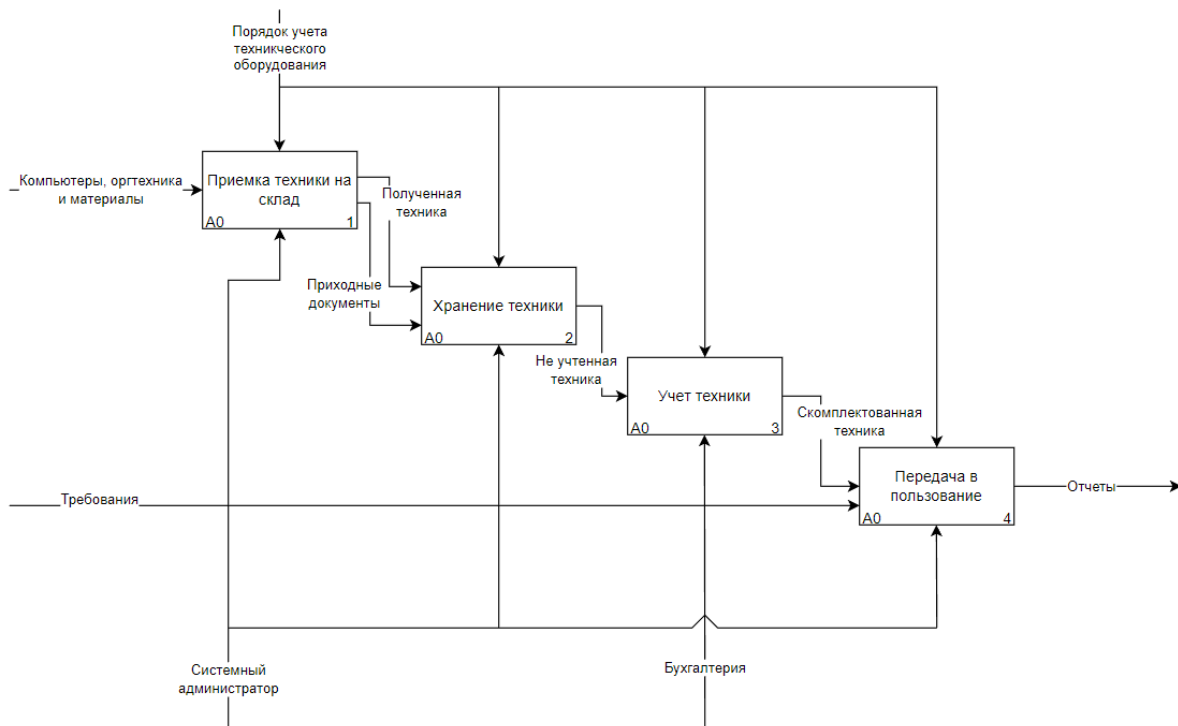


Рис. 2. Диаграмма IDEF0

Для того чтобы документировать механизмы передачи и обработки информации в моделируемой системе, используются диаграммы потоков данных [2] (Data Flow Diagrams). Диаграммы DFD обычно строятся для наглядного изображения текущей работы системы документооборота организации. Чаще всего диаграммы DFD используют в качестве дополнения модели бизнес-процессов, выполненной в IDEF0 [3].

Диаграммы потоков данных используются для описания документооборота и обработки информации. Подобно IDEF0, DFD представляет моделируемую систему как сеть связанных между

собой работ[4]. Их можно использовать как дополнение к модели IDEF0 для более наглядного отображения текущих операций документооборота в корпоративных системах обработки информации. Главная цель DFD – показать, как каждая работа преобразует свои входные данные в выходные, а также выявить отношения между этими работами.

Любая DFD-диаграмма может содержать работы, внешние сущности, стрелки (потoki данных) и хранилища данных [5].

Далее моделировать систему будем, используя диаграммы потоков данных (DFD).

Декомпозируем функциональный блок «Приемка техники на склад» еще на четыре действия:

- проверка документов;
- проверка поставленной техники;
- занесение данных о технике в БД;
- передача техники на хранение.

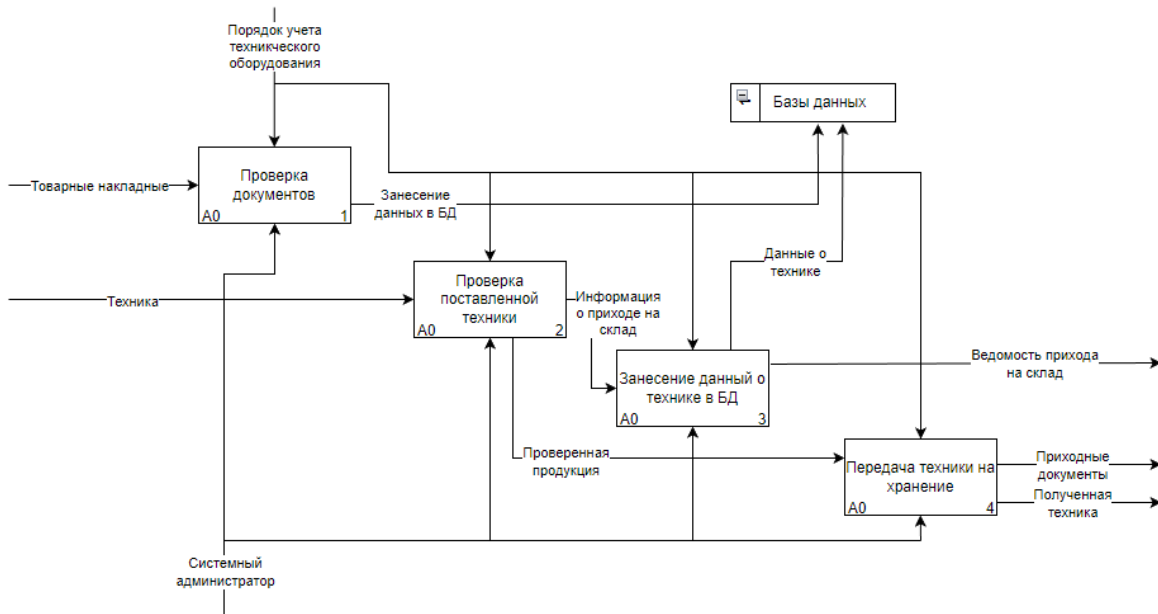


Рис. 3. Диаграмма DFD «Приемка техники на склад»

Далее декомпозируем функциональный блок «Хранение техники» на два действия:

- размещение техники на складе;
- анализ наличия необходимого количества на складе (на этом этапе руководителю АХО, передается информация для принятия решения).

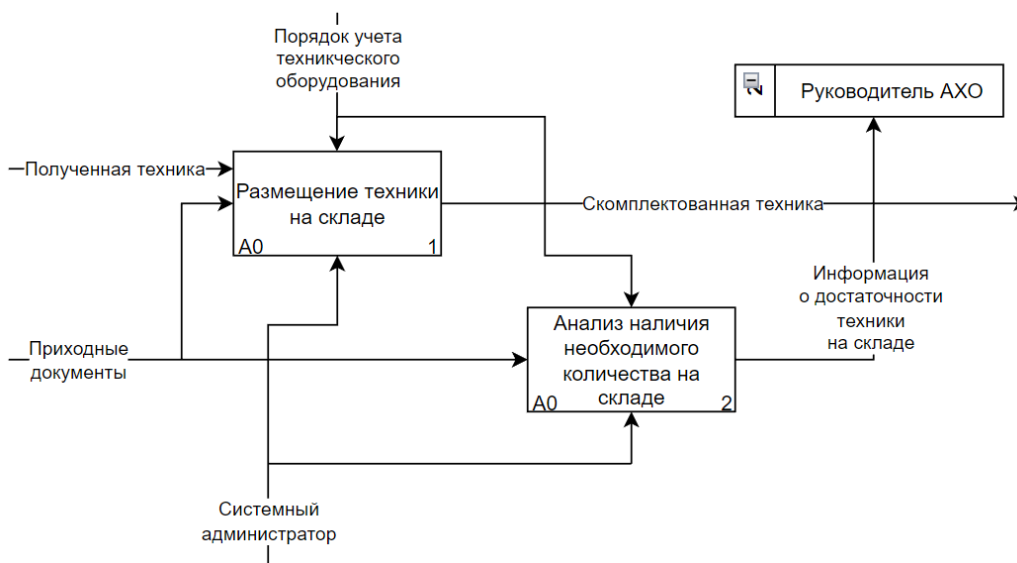


Рис. 4. Диаграмма DFD «Хранение техники»

Декомпозируем функциональный блок «Учет техники» на три действия:

- запись наименования техники (бухгалтерия вносит в базы данных наименование оборудования, которому потом будет присвоен новый инвентарный номер);
- присваивание инвентарного номера.

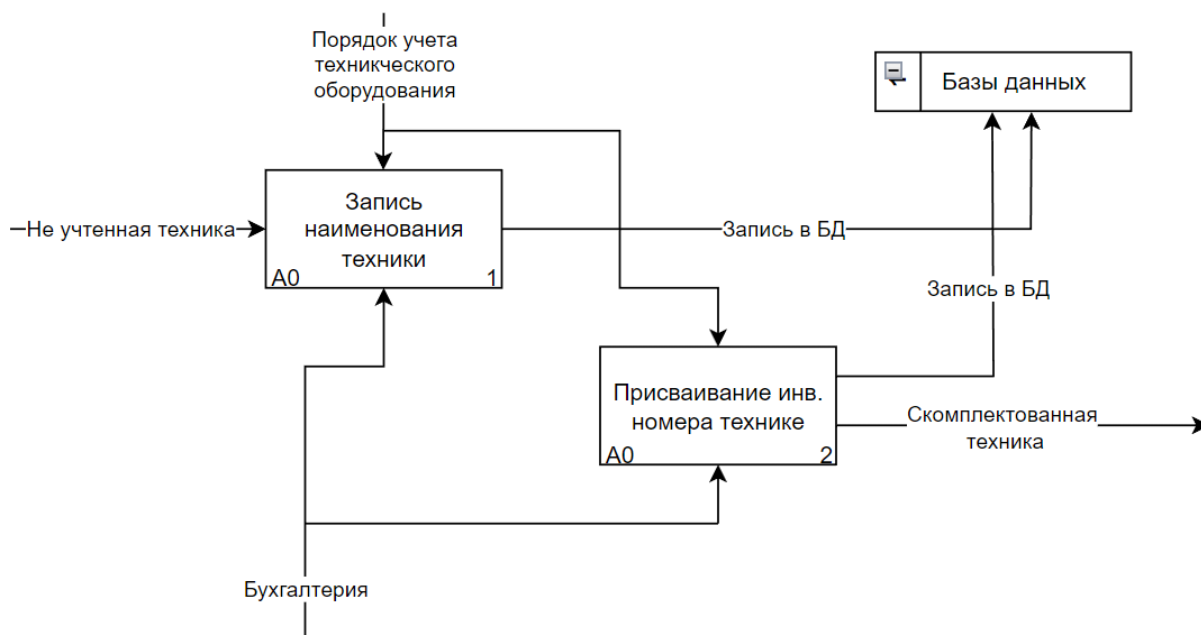


Рис. 5. Диаграмма DFD «Учет техники»

Декомпозируем функциональный блок «Передача в пользование» на три действия:

- проверка наличия техники на складе;
- занесение информации об передаче техники в БД;
- передача техники по требованию (в случае не запланированной передачи в связи с непредвиденными обстоятельствами).

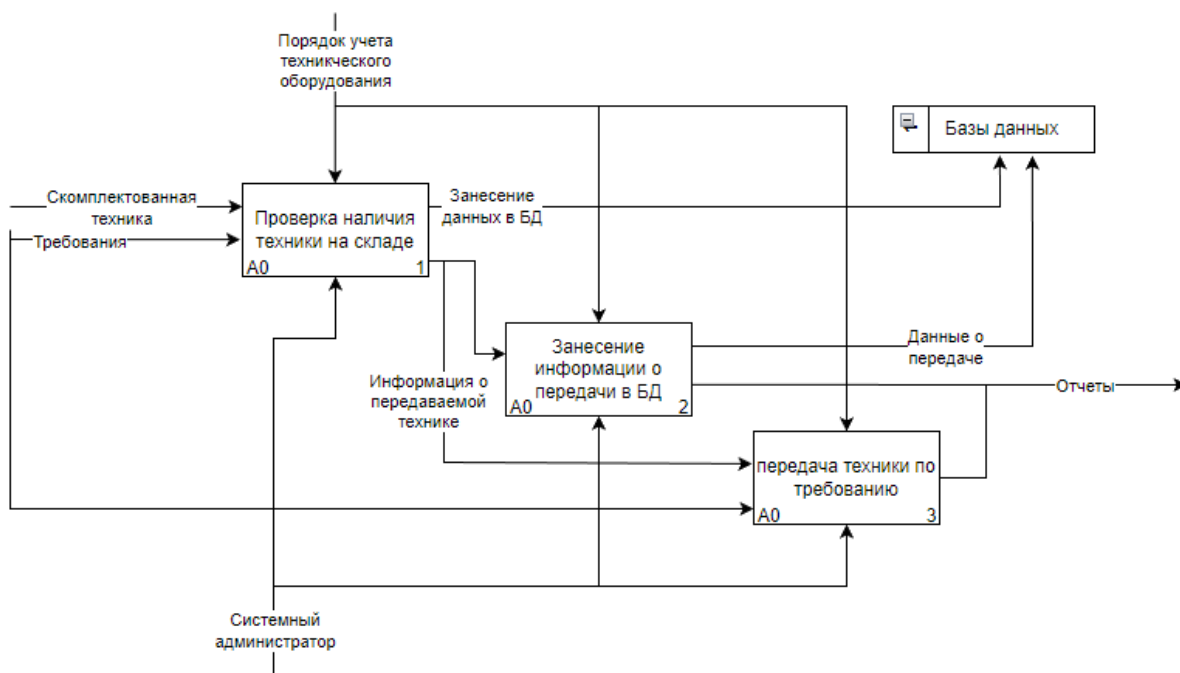


Рис. 6. Диаграмма DFD «Передача в пользование»

Рассмотрев предметную область, можно сделать вывод о том, что в компании существует целостность, данный фактор положительно скажется на работе разрабатываемой системы. Для

детального представления следует рассмотреть постановку задачи разработки с экономической точки зрения.

1. Киселев Д. Ю. Функциональное моделирование на базе стандарта IDEF0. – Самара: СГАУ, 2014. – 20 с.
2. Миндалев И.В. Моделирование бизнес-процессов с помощью IDEF0, DFD. – Красноярск: Краснояр. гос. аграр. ун-т, 2016. – 123 с.
3. Сравнительный анализ нотаций моделирования процессов BPMN и IDEF0 / В.И. Евстигнеева, Л.С. Шпилова, С.И. Короткевич // Оптимизация и моделирование в автоматизированных системах. – Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2019. – С. 214–217.
4. Ross D.T. IDEF0 Functional Modeling: A Common Basis for Process Improvement and Control. – New York: Dorset House Publishing Co., Inc., 1989. – 288 с.
5. Healey C.G., Kogler, G.A., Healey C.G., Kogler G.A. An Introduction to IDEF1X Entity-Relationship Modeling. – New York, NY: Dorset House Publishing Co., Inc., 1990. – 311 с.

УДК 327.83

ИНДУСТРИЯ ВИДЕОИГР КАК «МЯГКАЯ СИЛА» В МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ: ФАКТОР КОНКУРЕНЦИИ

А.Н. Новикова, А.С. Скачкова, Д.М. Камаха, П.О. Заводнова
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена проблеме конкуренции стран на рынке компьютерных игр. В статье проводится аналитика конкуренции в рассматриваемой индустрии между Россией, Японией и США, показатели вложений государств в развитие индустрии и прогнозы на дальнейшие вложения. Приводятся выводы о дальнейшем развитии конкуренции, и ее влиянии (мягкая сила, увеличение выручки и расширение компаний).

Ключевые слова: *игровой рынок, игровая индустрия, конкуренция, мягкая сила.*

THE VIDEO GAME INDUSTRY AS A "SOFT POWER" IN INTERNATIONAL RELATIONS: A FACTOR OF COMPETITION

The article is devoted to the problem of countries' competition in the computer games market. The article provides an analysis of competition in the industry under consideration between Russia, Japan and the United States, indicators of state investments in the development of the industry and forecasts for further investments. Conclusions are given about the further development of competition, and its impact (soft power, increase in revenue and expansion of companies).

Keywords: *gaming market, gaming industry, competition, soft power.*

Изучение конкуренции стран на игровом рынке в контексте лидерства очень важно, так как каждая страна стремится стать лидером на международной арене. Игровая индустрия является одним из самых быстрорастущих и прибыльных секторов экономики современного мира, поэтому она играет значимую роль в формировании мирового рынка. Лидерство в игровой индустрии может дать стране влияние на международной арене и политическом уровне, так как игры имеют большое влияние на культуру и общество. Более того, игровая индустрия – один из главных источников информационных технологий, к которым все страны стремятся иметь доступ для своего развития. Изучение конкуренции на игровом рынке позволяет определить сильные и слабые стороны каждой страны в этой отрасли и сделать выводы о их потенциальном политическом влиянии.

Цель исследования – изучение проблемы конкуренции на рынке компьютерных игр посредством анализа экономического вклада и выручки стран на компьютерном рынке.

Объект исследования – отношения в сфере международной конкуренции в индустрии видеоигр и использование индустрии в качестве мягкой силы.

Предмет исследования – научные статьи, статистические данные, электронные ресурсы на тему «индустрия видеоигр как «мягкая сила» в международных отношениях».

Под рынком видеоигр понимается вся отрасль, связанная с созданием, разработкой, изданием, распространением и монетизацией видеоигр. Этот рынок охватывает широкий спектр продуктов, включая консольные игры, игры для ПК, мобильные игры и онлайн-игры. Он также включает в себя аппаратное обеспечение и аксессуары, такие как игровые консоли, контроллеры и гарнитуры виртуальной реальности. Рынок игр – это быстро развивающаяся отрасль: миллионы людей во всем мире играют в видеоигры, а ежегодный доход составляет миллиарды долларов.

На рынке игр существует несколько видов игр, таких как онлайн-игры, мобильные игры или облачные игры. Однако игровая индустрия – это не только большое разнообразие игр, а еще и сложная бизнес-система, включающая в себя крупные процессы по созданию игр, их популяризации, потреблению, образованию игровых сообществ и так далее. Все эти процессы являются частью конкурентного противостояния государств. Рынок включает в себя доходы, пользователей и средний доход на пользователя. Доходы генерируются за счет внутриигровых покупок, потребительских расходов на игры и абонентской платы. Ключевыми игроками на рынке являются такие страны как Россия, США и Япония.

Конкуренция стран на игровом рынке может рассматриваться как мягкая сила, так как в основе конкуренции лежит борьба за лидерство и достижение выгодных результатов без применения принудительных инструментов.

Рынок игровых программ и устройств является одним из самых динамичных и быстро развивающихся в мировой индустрии. Вместе с тем, страны всё чаще используют различные механизмы, чтобы повысить свою конкурентоспособность и привлечь максимально возможное количество пользователей. Проводимая в разных странах политика поддержки игровой индустрии, отрасли IT и образовательных программ, становится все более важной в борьбе за лидерство. Через лидерство в индустрии видеоигр страны могут оказывать значительное влияние на международные отношения, где каждая страна – это отдельная игра, а лидерство стран – это победитель в игре. В игре, как и в реальной жизни, победитель может влиять на мир других игроков. Значительное влияние на международные отношения может оказываться через экономическую, культурную и политическую составляющие.

США занимают лидирующую позицию на игровом рынке. Игровая индустрия в этой стране является одной из самых крупных и процветающих в мире. Первенство страны в данной сфере связано с излишними амбициями на самых началах развития игровой культуры, ведь именно в этой стране началась активная разработка видеоигр. Сейчас же США – это основной рынок компьютерных игр. Именно здесь появились крупнейшие игровые компании мира (Daybreak Game Company, Disney Interactive Studios, DreamForge Entertainment и т.д.) а также известные на весь мир компьютерные игры.

Второй по величине игровой рынок в мире – Япония. Стоит отметить, что Япония в развитии игровой индустрии шла рядом с США. В Японии игры занимают особое место в жизни молодежи и являются одной из самых развитых индустрий страны. Японские игры славятся своей креативностью и оригинальностью, а из компаний по созданию игр можно отметить Sega, Sony, Nintendo.

В России игровой рынок начал развиваться активнее именно в последние годы. Однако производство компьютерных игр является противоречивой отраслью: с одной стороны, объем рынка стремительно растет, но существенную конкуренцию отечественным играм продолжают составлять крупные игровые компании зарубежных стран, в том числе упомянутых выше. В последнее время игровой рынок России стал ограничен рядом санкций в отношении иностранных компаний, что существенно затруднило, но не остановило его развитие. Вопрос о будущем игровой индустрии в России стал чрезвычайно обсуждаемым среди экспертов. Но никто не может сказать наверняка – ожидает ли российский гейминг серьезный спад в ближайшем будущем, или его все еще можно предотвратить, если на рынок придут новые игроки. Однако, внутренний рынок игр в России остается довольно сильным. Многие игровые компании, такие как Wargaming, Mail.ru и My.Games, продолжают успешно работать в России и даже расширяют свой бизнес. Кроме того, в последние годы наблюдается рост индустрии игр в России, и многие местные студии получают все большее внимание и финансирование.

Согласно статистике, в 2021 году общая выручка игровой индустрии в США составила более \$60.4 млрд, в Японии – \$22.2 млрд, а в России – \$2.7 млрд.

Как и в других странах мира, рынок компьютерных игр продолжает и продолжит расти и развиваться в России, Японии и США. Однако детали развития будут иметь свои особенности в каждой из этих стран. Прогнозируется, что выручка России на рынке видеоигр достигнет 3 272,00 млн долларов США в 2023 году. Ожидается, что годовой темп роста выручки (CAGR 2023-2027) соста-

вит 6,99 %, в результате чего к 2027 году прогнозируемый объем рынка составит 4 287,00 млн долларов США. Предполагается, что к 2027 году на рынке видеоигр количество пользователей составит 52,07 млн человек. Крупнейшим сегментом являются мобильные игры с объемом рынка 1823,00 млн долларов США в 2023 году. Прогнозируется, что средний доход на пользователя (ARPU) на рынке видеоигр в 2023 году составит 68,72 доллара США. Рост числа пользователей Интернета и повышение уровня дохода с игровой индустрии и расширение географии продаж также будут способствовать развитию рынка игр в России.

По прогнозам, в 2023 году доходы рынка видеоигр Японии достигнут 73,59 млрд долл. Ожидается, что годовой темп роста доходов (CAGR 2023–2027) составит 7,20 %, в результате чего прогнозируемый объем рынка к 2027 году составит 97,18 млрд долларов США. На рынке видеоигр ожидается, что к 2027 году количество пользователей составит 82,65 млн человек. Проникновение пользователей составит 60,1 % в 2023 году и, как ожидается, достигнет 67,3 % к 2027 году. Крупнейшим сегментом являются мобильные игры, объем рынка которых в 2023 году составит 63,75 млрд долларов США. Средний доход на пользователя (ARPU) на рынке видеоигр составит US\$978,20 в 2023 году. Рынок США также продолжит свое развитие, причем особый рост ожидается в потреблении услуг подписки, что также увеличит доход с игровой индустрии. По прогнозам, в 2023 году доходы рынка видеоигр достигнут 92,27 млрд долл. Ожидается, что годовой темп роста доходов (CAGR 2023–2027) составит 7,82 %, в результате чего прогнозируемый объем рынка к 2027 году составит 124,70 млрд долл. На рынке видеоигр ожидается, что к 2027 году количество пользователей составит 193,70 млн человек. Крупнейшим сегментом являются мобильные игры, объем рынка которых в 2023 году составит 69,59 млрд долларов США. Средний доход на пользователя (ARPU) на рынке видеоигр составит 527,20 долларов США в 2023 году. К тому же ожидается рост развития VR-технологий, привлекая новых игроков и разработчиков. В целом, развитие рынка игр в рассматриваемых странах будет связано с использованием современных технологий и увеличением инвестиций в эту отрасль.

Каждая из стран, представленная на игровом рынке и рассмотренная в данной статье, продолжает успешно развивать индустрию на своей территории и за ее пределами, несмотря на санкционную политику в отношении отдельных стран. Вкладывая ресурсы в разработку видеоигр, государства привлекают интерес к себе посредством, например, отражения культурных особенностей внутри созданных игр, завоевавших популярность у пользователей. Кроме того, крупнейшей мотивацией является то, что продажа видеоигр приносит значимый доход в условиях современной экономики. Таким образом, имея несколько игропроизводящих организаций на своей территории, государство обеспечивает себя относительно стабильным доходом, не говоря о популяризации и росте туризма связанных с выпуском игр. Поскольку, по статистическим данным прибыль государств от игропроизводства лишь возрастает с каждым годом, можно смело утверждать, что всё большее количество стран начнёт вкладываться в создание видеоигр, тем самым оказывая значительное влияние на мировой арене.

1. Беляева У.П. Видеоигры как технокультурный феномен: история становления и социокультурная значимость: – Текст электронный // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2021. – Т. 7.– № 3. – С. 91-104. DOI: 10.18413/2408-932X-2021-7-3-0-10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/videoigry-kak-tehnokulturnyy-fenomen-istoriya-stanovleniya-i-sotsiokulturnaya-znachimost/viewer>.

2. Калимулина О. В. Особенности рынка компьютерных игр: – Текст электронный // Российский экономический вестник. Трибуна молодых учёных. – 2010. –№5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rynka-kompyuternyh-igr/viewer>.

3. Ключева И. С., Кортыгина А. И., Егорова Е. К. Рынок игровой индустрии: структура и тенденции развития: – Текст электронный // Вестник науки и творчества. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-igrovoy-industrii-struktura-i-tendentsii-razvitiya/viewer>.

4. Козырь Н.С., Астахов А. В. Индустрия видеоигр в современной отраслевой экономике: – Текст электронный // Региональная экономика: теория и практика. – 2017. Т 15. – № 5. – стр. 953-966. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-videoigr-v-sovremennoy-otraslevoy-ekonomike/viewer>

5. 2022. Future in media. // WEF (World Economic Forum). – URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/07/gaming-pandemic-lockdowns-pwc-growth/>

6. . Video Games – Worldwide // Statista Market Forecast. – URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide>.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «РЕ ТРЭЙДИНГ»

Л.И. Рыбасова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В данной статье раскрывается влияние внешних и внутренних факторов на развитие предприятия, проведен анализ рыночных возможностей предприятия и выявление его конкурентных преимуществ. Определение важности функционального разделения всей деятельности организации на отдельные блоки и их качественная оценка.

Ключевые слова: SNW-анализ, конкурентные преимущества, маркетинговая деятельность, PESTLE-анализ, отраслевой анализ.

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS ON THE ACTIVITIES OF RE TRADING LLC

This article reveals the influence of external and internal factors on the development of an enterprise, analyzes the market opportunities of an enterprise and identifies its competitive advantages. Determination of the importance of the functional division of all activities of the organization into separate blocks and their qualitative assessment.

Keywords: SNW analysis, competitive advantages, marketing activities, PESTLE analysis, industry analysis.

Любая сфера деятельности экономики всегда зависит от определенных внешних и внутренних факторов, которые в той или иной мере контролируют и координируют ее деятельность. Также и сфера розничной торговли в специализированных магазинах, к которой относится ООО «Ре Трэйдинг», имеет ряд факторов, контролирующих ее существование и развитие.

Оценка розничной торговли, как отдельной сферы, дает представление о текущей ситуации спроса и предложения на определенный товар, о будущих перспективах и о конкурентоспособности отдельных компаний отрасли и их потенциала. Данные факторы играют важную роль в оценке рыночных возможностей компании [1].

Начать оценку влияния на компанию внешних и внутренних факторов нужно с анализа ее функционала. Для этого проводят SNW-анализ, с помощью которого можно определить риски внутри каждого функционального блока организации, на которые она поделена для более эффективной работы. Данный анализ, приведенный в таблице 1, поможет выявить среднее состояние компании на текущий момент, чтобы затем оценить влияние отдельных факторов.

Таблица 1

Структура SNW-анализа по ООО «Ре Трэйдинг»

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
1 Стратегия организации	X		
2 Организационная структура		X	
3 Общее финансовое положение, в том числе:		X	
3.1 состояние текущего баланса			X
3.2 финансовая структура		X	
3.3 уровень финансового менеджмента			X
4 Конкурентоспособность продукции	X		

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
5 Структура затрат (уровень себестоимости)		X	
7 Инновации, как способность к реализации на рынке новых продуктов			X
8 способность к лидерству всего персонала		X	
9 Уровень производства (в целом)		X	
10 Уровень маркетинга		X	
11 Уровень менеджмента (способность обеспечить рыночный успех)			X
12 Качество персонала (в целом)	X		
13 Репутация на рынке		X	
14 Репутация как работодателя			X
15 Отношение к органам власти (в целом)		X	
16 Инновации как исследования и разработки			X
17 Корпоративная культура		X	

В целом, ООО «Ре Трэйдинг» испытывает сложности в некоторых своих позициях таких как: состояние текущего баланса, уровень финансового менеджмента, инновации, уровень менеджмента, репутации работодателя. За последний год компания терпит убытки вследствие политических событий, ребрендинга и ограниченного количества товара. Поэтому выросла доля заемных средств и кредиторской задолженности. Организации нужно покрывать многочисленные расходы. Из-за чего также страдает сфера финансового менеджмента организации, так как ресурсы финансово-хозяйственной деятельности распределяются неравномерно или не поступают на нужды компании в достаточном количестве. Данный анализ наглядно демонстрирует влияние внутренних факторов на деятельность компании.

Для того, чтобы понимать насколько сильные в компании конкурентные преимущества, воспользуемся моделью «5 сил Портера» в табл. 2. Данный метод – это способ изучения позиций компании с точки зрения коммерческого успеха и влияния конкуренции на бизнес. Майкл Портер разработал эту модель ещё в 1979 году, но бизнес активно использует её до сих пор, так как она остается актуальной и работающей во всех сферах бизнеса [2].

Таблица 2

Анализ ООО «Ре Трэйдинг» с помощью метода «5 сил Портера»

Сила/Оценка	Возможность риска	Степень влияния	Возможность решения	Итоговый рейтинг
Имеющиеся конкуренты	8	6	8	6
Угроза появления новых игроков	8	8	7	11
Угроза появления товаров-заменителей	6	4	6	4
Давление поставщиков	6	8	6	8
Давление потребителей	5	8	5	8

По результатам оценки заметно, что наиболее серьезным риском является появление новых конкурентов, которые приходят на место ушедших с рынка зарубежных компаний. Так, еще за период 2020–2021 гг. рынок ритейлов одежды сократился на 3,64 % вследствие пандемии и проведения СВО. Однако, на текущий момент продажи российской фешнрозницы выросли на 10–25 %. Кроме того, цены на одежду, обувь и аксессуары в 2022 году выросли на 30 % даже у бюджетных марок. Причиной этому является проблемы с логистикой и производством товара, на что компании тратят большие ресурсы и затем повышают цены [3].

Далее перейдем к анализу влияния на деятельность компании внешних факторов, таких как политические, экономические, социальные и экологические. А также влияние технологических, правовых, которые можно отнести к внутренним. Влияние всех этих факторов можно отследить в таблице 3 по PESTLE-анализу предприятия. Оценка влияния каждого из факторов на стратегию предприятия даст понять, в какой мере предприятие зависит от их действия на организацию в целом. Данный анализ может пригодиться для разработки новых бизнес-планов, которые ООО «Ре Трэйдинг» может направить на усиление эффективности рабочих процессов в проседающих сферах, таких как: улучшение инноваций в работе, рост уровня менеджмента компании и репутации работодателя. Также данные факторы помогут оценить роль и влияние стратегического планирования, маркетингового и финансовых планов компании. Зная все возможные факторы влияния на организацию, можно понимать, когда и каким образом необходимо реагировать на определенные события.

Таблица 3

PESTLE-анализ ООО «Ре Трэйдинг»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияние факторов				Влияние на стратегию компании
	По времени*	По типу**	По динамике***	Относительная значимость фактора****	
(P) Политические	N/F	-	>	IMPORTANT	Имеют важное значение, так как закупка товара для продажи осуществляется из-за границы. Санкционные меры препятствуют легкому ввозу товара
(E) Экономические	N/F	-	>	VERY IMPORTANT	Кризис в стране на фоне ведения СВО отражается на ценообразовании и финансовых проблемах компании
(S) Социальные	I	+	=	SIGNIFICANT	Население все так же покупает товары бренда, но есть спрос на прежний расширенный ассортимент
(T) Технологические	N	-	=	IMPORTANT	В компании недостаточно развиты технологии по приему и учету товара
(L) Правовые	I	+	=	SIGNIFICANT	Со стороны законодательства нет притеснений или законов, ограничивающих деятельность компании
(E) Экологические	I	+	=	UNIMPORTANT	Компания придерживается экологичности

По проведенному исследованию влияния различных факторов на предприятие, можно сделать вывод, что наиболее важными факторами были и являются политический и экономический факторы. Они предопределяют внутреннюю реакцию организации на все внешние изменения, предопределяют ее действия. Так менеджмент компании, принимает действия по улучшению рабочего процесса, избегая критических ситуаций.

Фэшн-бизнес в России достаточно развит и не прекращает совершенствоваться. Многие российские торговые марки, после ухода зарубежных ритейлов, заявили о себе, стали более популярны и пользуются высоким спросом. Также появляются новые локальные бренды, которые поддерживает

потребитель. Рынок одежды и моды всегда будет актуален, потребителям всегда нужна одежда. Бренды стараются быть на волне последних трендов, использовать передовые технологии и поддерживать экологию.

-
1. Беляева С.В., Смирнова О.П. Отраслевой и конкурентный анализ: учебное пособие – Иваново, 2019. – 323 с
 2. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2020. 122 с.
 - 3 Рынок ритейлов России. – Текст: электронный // ритейлы: [сайт]. – URL: <https://www.retail.ru/news/posle-ukhoda-zarubezhnykh-kompaniy-prodazhi-otechestvennoyodezhdy-vyrosli-na-10-1-maya-2023-228396/>

УДК 314.74

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА С ПРИМЕНЕНИЕМ CRM-СИСТЕМЫ

К.А. Тверитнева

бакалавр

Л.В. Салова

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Рост продаж или услуг ведёт к усложнению бизнес-процессов в компании – необходимости увеличения сотрудников, улучшения коммуникации и создания новых подразделений. Грамотное использование функционала CRM-систем позволяет решить проблему взаимодействия с клиентами, создания и автоматизации бизнес-процессов. Исследование направлено на анализ рынка CRM-систем, как программное обеспечение для автоматизации бизнес-процессов компании в современных условиях.

Ключевые слова: бизнес-процессы, CRM-система, автоматизация процессов предприятия, отрасль строительства.

AUTOMATION OF THE BUSINESS PROCESS USING A CRM SYSTEM

The growth of sales or services leads to the complication of business processes in the company □ the need to increase employees, improve communication and create new divisions. Competent use of CRM systems functionality allows solving the problem of interaction with customers, creation and automation of business processes. The research is aimed at analyzing the market of CRM systems as software for automating the company's business processes in modern conditions.

Keywords: business processes, CRM system, automation of enterprise processes, construction industry.

В наши дни актуальным вопросам в бизнесе является автоматизации различных процессов работы в компании. Сейчас уже невозможно представить, как осуществлять бухгалтерский или налоговый учёт без помощи специальных программ и программных обеспечения. Сотрудники отдела продаж пользуются различными технологиями и приложениями для того чтобы заключить сделку оформить документы и отправить заказ клиенту в один клик, используя только мобильный телефон. В современном мире существует организации, которые осуществляют свою деятельность исключительно в онлайн режиме, такие компании используют сайт, через который сразу обрабатываются документы и отсылаются заказы клиенту. При всех этих новшествах и современных технологиях организации среднего и малого бизнеса чаще всего ведут свою деятельность без автоматизации и внедрение программного обеспечения для упрощения работы.

Выход из этой ситуации – автоматизация и стандартизация управления отношений с клиентами, т.е. внедрение CRM-системы.

Такое решение способствует:

1. Сгенерировать и стандартизировать клиентскую базу;

2. Повысить эффективность работы отдела продаж с помощью контроля качества работы в любое рабочее время;
3. Отслеживать эффективность работы отдела продаж и помощью статистики и аналитики;
4. Планировать повышение качества работы и разрабатывать стратегию развития бизнеса в целом.

Абсолютно любую организацию, осуществляющую коммерческую и некоммерческую деятельность можно представить, как совокупность различных бизнес-процессов. Но так как все компании индивидуальны, эти бизнес-процессы также будут индивидуальны.

Бизнес-процесс – это взаимосвязь последовательных задач и рабочих моментов, которые в конечном итоге создают конечный продукт или услугу для своего потребителя. Чтобы наглядно представить бизнес-процесс той или иной компании часто используют блок-схемы. В теории выделяют три основных бизнес-процесса:

Управляющие бизнес-процессы – руководят и контролируют функциональную основу всех систем организации. Таким примером бизнес-процесса можно послужить стратегический менеджмент, тайм-менеджмент и корпоративное управление.

Операционные бизнес-процессы – это основа всего бизнеса компании, который создает основной поток доходов. Например, снабжение, производство, распределение, маркетинг и продажи.

Вспомогательные бизнес-процессы – такие процессы являются обслуживающими для основного бизнеса. Примерами являются Бухгалтерский учет, Подбор персонала, Техническое обслуживание [3].

Образующие бизнес-процесс воздействия могут воплощаться людьми (вручную либо с применением компьютеров) или быть полностью автоматизированы. Распорядок исполнения операций и результативность работы того, кто осуществляет действие, устанавливают корпоративную результативность бизнес-процесса. Вопросом любого предприятия, которое стремится совершенствовать свою деятельность, является построение наиболее эффективных бизнес-процессов, которые включали в себя только необходимые действия. Важно обеспечить ясность хода бизнес-процессов, так как только в этом случае управляющий бизнес-процессом, то есть любой сотрудник компании или руководство, а также другие заинтересованные стороны будут иметь ясное представление о том, как организована работа [1].

Рассмотрим, как устроены бизнес-процессы на примере одной компании, занимающейся ремонтом новостроек в городе Владивосток, и как можно автоматизировать эти процессы, на основе устранения недостатков.

Операционные бизнес-процессы рассматриваемой компании – это процессы, в рамках которых осуществляется формирование портфеля услуг компании, поиск клиентов, заключение сделки по ремонту, оказание всех видов ремонтных услуг, закуп материалов на объекты.

Вспомогательные бизнес-процессы включают в себя процессы управления персоналом, финансами, информационными технологиями, закупками и правовым обеспечением работы компании по ремонту квартир.

Во главе всех бизнес-процессов компании по ремонту квартир стоит генеральный директор, ни один этап работ не проходит без его участия. Работа всех отделов всегда согласовывается с директором, что занимает много времени, так как согласование идет посредством личного контакта или с помощью мессенджеров. Также в таком построении работы получается, что вся ответственность за принятые решения лежит на генеральном директоре. Из-за расплывчатости зоны ответственности возникают вопросы среди рабочих и задержка сроков ремонта.

Проблема распределения зоны ответственности, а также процесс взаимодействия сотрудников в едином пространстве для отслеживания, на каком этапе находится та или иная задача, чем занимается каждый сотрудник компании, в отрасли строительства весь актуальна.

Строительство и ремонт – это та ниша, где необходима точность и четкость, ведь от того, как точно и качественно будет выполнена услуга, зависят жизни людей. При допущении ошибки могут разрушаться дома, произойти потопа и пожары.

Для того чтобы осуществлять непрерывное совершенствование управлением бизнес-процессами и отслеживать их в режиме реального времени, а также понимать кто из сотрудников, на какой стадии работы находится, придерживается ли он плану, необходимо автоматизировать бизнес-процессы и создать единое пространство.

Существует большое количество программ для облегчения процесса коммуникации и работы. Например, система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система, сокращение от англ. Customer Relationship Management) – прикладное программное обеспечение для орга-

низаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж. Оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов [4].

Анализ исследований статистики роста популярности CRM-систем в мире, как программа для автоматизации бизнес-процессов показал рост числа пользователей данных программ. Динамика роста рынка с 2015 по 2025 год представлена на рис. 1 [11].

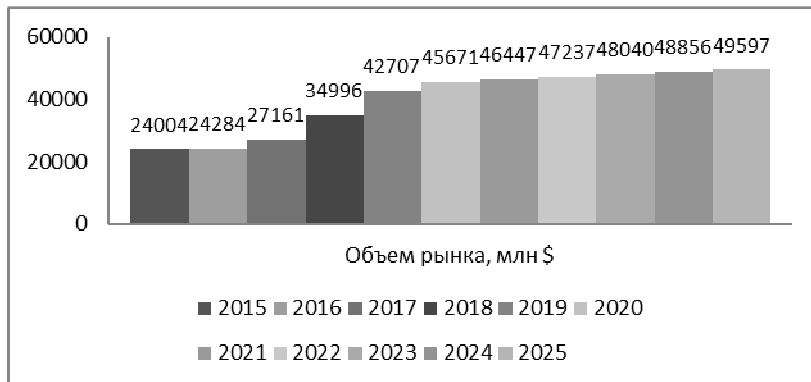


Рис. 1. Динамика роста общего объема мирового рынка CRM 2015–2025 гг.

Исходя из графика, представленного на рис. 2., в 2022 году объем мирового рынка CRM-систем составил 47237 миллионов долларов. Видно снижение темпа роста за последние года. Исходя из того, что совокупный среднегодовой темп роста составит 1,7 %, эксперты прогнозируют рост общего объема рынка в 2025 году до 49597 миллионов долларов [8].

Тенденция развития CRM-систем в России также стремительно растет. Только на 2022 год в России существует 4532 CRM-проектов.

Лидерами среди потребителей CRM-решений по отраслям являются сферы торговли, финансовых услуг и информационных технологий. Более подробное отраслевое распределение CRM-проектов представлено на рис. 2 [10].

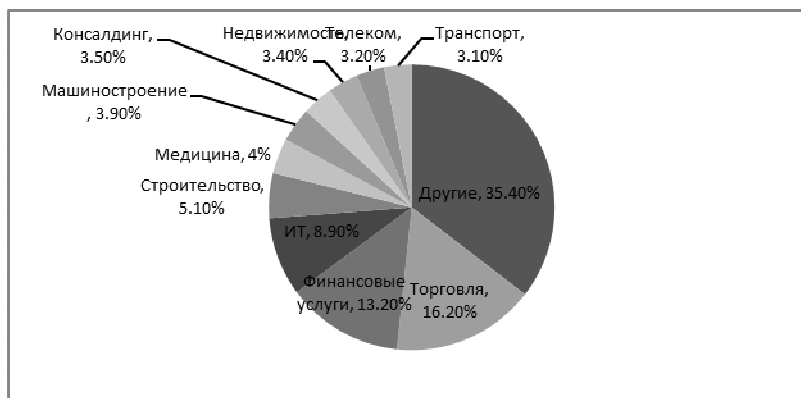


Рис. 2. Отраслевое распределение внедренных CRM-проектов на 2022 год

Таким образом, на 2022 год CRM-системы больше всего внедряются в отраслях торговли (16,2 %), финансовых услуг (13,2 %), ИТ (8,9 %) и строительство (5,1 %).

Рынок CRM-систем стремительно расширяется, все сложнее становится объективно оценить ту или иную систему и принять решение, на какой из них остановить свой выбор.

Анализируя рынок продуктов CRM-систем, были выделены и протестированы самые популярные системы (табл. 1).

В таблице сравниваются 5 CRM-систем по 9 признакам:

Megaplan CRM – корпоративная CRM-система, которая повышает продажи, позволяет настроить удаленное управление бизнесом, оптимизирует отдел маркетинга и технической поддержки. Интегрируется с различными 1С. Больше подходит для и малого бизнеса [5].

Bitrix 24 CRM – система управления продажами и взаимодействием с контрагентами. Компании внедряют данную систему, в основном, для увеличения продаж. Продажи увеличиваются с применением воронки продаж: от потенциальных клиентов, их еще называют лидами, до оформления сделки. В функционал Bitrix 24 CRM входят управление маркетингом, управление проектами и задачами, отчетность и аналитика, управление электронным документооборотом [2].

Аmo CRM – управляет взаимоотношениями с контрагентами компании. Данная программа позволяет автоматизировать продажи и организовать работу отдела маркетинга внутри малого предприятия. Главной задачей является повышение качества работы менеджеров по продажам. Такой сервис хорошо подходит для стартапов и компании без опыта работы в электронных обеспечениях, а также для работы отдела продаж в небольших компаниях. Для того, чтобы настроить бухгалтерию и другие направления необходимо внедрение дополнительных продуктов [9].

1С CRM – это система, включающая в себя пакет различных программ. В нее входят: 1С:CRM Стартовый в облаке 1С, 1С:CRM ПРОФ в облаке 1С, 1С:CRM ПРОФ, 1С:CRM КОРП, 1С:УТиВсК. Данные программы помогают организовать эффективную работу маркетинговых отделов, отделов продаж [7].

РосБизнесСофт CRM – система идеально подходит для автоматизации бизнес-процессов. Полностью интегрирована с «1С: Предприятие». В основные возможности данной CRM-системы входят работа с клиентами, управление продажами, управление складом, финансами и маркетингом. Также по желанию возможно подключение дополнительных возможностей, интеграции с мессенджерами, электронный документооборот [6].

Представлена оценка по шкале из четырех баллов:

0 – такой функции нет в системе;

1 – функция присутствует, но она примитивна и бесполезна;

2 – функция есть и ей можно пользоваться, но нужна помощь поддержки и штатного программиста;

3 – функция хорошо разработана и ей возможно пользоваться.

Таблица 1

Сравнение CRM-систем по различным признакам

Функционал	Megaplan CRM	Bitrix24 CRM	АmoCRM	1С CRM	РосБизнесСофт CRM
Работа со сделками	3	2	1	1	3
Телефония	2	1	1	2	1
Бизнес-процессы	0	3	0	1	3
Задачи	3	3	1	3	2
Email-рассылка	1	1	1	1	2
Настройка интерфейса	1	1	1	1	3
Права доступа	2	1	1	2	2
Отчетность	1	1	1	3	2
Доработки	0	1	1	3	3

Необходимо отметить, что данные CRM-системы предназначены, прежде всего, для малого и среднего бизнеса и для решения общего круга задач. У каждой из представленных систем есть свои сильные и слабые стороны. При выборе системы, прежде всего, необходимо оценить основные требования компании к CRM, на основе анализа бизнес-процессов компании и взаимодействий сотрудников друг с другом.

Таким образом, проведенное исследование показало, что внедряя любую CRM-систему, в первую очередь необходимо описать бизнес-процессы, это можно сделать визуально, с помощью различных программ по построению блок-схем. Немало важно изучить особенности работы компании, учесть все факторы, которые влияют на тот или иной процесс, выявить ключевые моменты

работы и «тонкие места» компании. И в результате всего этого получить грамотное и подробное описание бизнес-процессов, которые подлежат автоматизации.

-
1. Андерсен, Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования. – Москва: РИА «Стандарты и качество», 2013. – 355 с.
 2. Битрикс24.CRM: Описание, Функции и Интерфейс – 2022. Умный выбор систем для бизнеса. Soware.ru. – URL: <https://soware.ru/products/bitrix24crm> (дата обращения: 22.04.2023).
 3. Варзунов А. В., Горосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнеспроцессами: учебное пособие. – Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
 4. Инструкция-пособие Методология внедрения CRM. Основные этапы внедрения: [сайт]. – URL: <http://www.science-educationotnost.ru> (дата обращения: 04.04.2023).
 5. Мегарпан: Описание, Функции и Интерфейс – 2022. Умный выбор систем для бизнеса. Soware.ru. – URL: <https://soware.ru/products/megarpan> (дата обращения: 22.04.2023).
 6. Официальный сайт РосБизнесСофт CRM. – URL: <https://rbs-crm.ru/products/crm> (дата обращения: 22.04.2023).
 7. Официальный сайт 1С:CRM. – URL: <https://1crm.ru/products> (дата обращения: 22.04.2023).
 8. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность: отношения с потребителями в цифровую эпоху. – Москва: Альпина Паблишер, 2021. – 190 с.
 9. AmoCRM – что это такое? Первый Бит. Crm.ru. – URL: <https://crm.ru/blog/amocrm-что-это-такое> (дата обращения: 13.05.2022).
 10. CRM (рынок России). TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:CRM_(рынок_России)) (дата обращения: 22.04.2023).
 - 11 Customer relationship management (CRM) software market revenues worldwide from 2015 to 2025 (in million U.S. dollars). Statista.com. – URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 22.04.2023).

Секция. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ

УДК 330

SWOT-АНАЛИЗ КАК МЕТОД СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.М. Анищенко
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье рассматривается проблема стратегического планирования социально-экономического развития. На основе статистических данных, SWOT-анализа социально-экономического развития Ханкайского муниципального округа выяснилось, что цель управления социально-экономическим развитием – увеличение благосостояния граждан и обеспечение устойчивости экономического развития, посредством SWOT-анализа возможно оценить состояние развития уровня социально-экономического развития, установить главные проблемы и принять меры по их разрешению.

Ключевые слова: *социально-экономическое развитие, муниципальное образование, управление социально-экономическим развитием, стратегическое планирование, swot-анализ.*

SWOT ANALYSIS AS A METHOD OF STRATEGIC PLANNING OF A MUNICIPALITY

The article deals with the problem of strategic planning of socio-economic development. Based on statistical data, SWOT analysis of the socio-economic development of the Hankayski municipal district, it turned out that the purpose of managing socio-economic development is to increase the welfare of citizens and ensure the sustainability of economic development, through SWOT analysis it is possible to assess the state of development of the level of socio-economic development, identify the main problems and take measures to resolve them.

Keywords: *socio-economic development, municipal formation, socio-economic development management, strategic planning, swot analysis.*

В настоящее время главная цель деятельности органов муниципальной и государственной власти – это увеличение обеспеченности граждан необходимыми духовными и материальными благами. Наряду с этим существенная доля вопросов социально-экономического развития государства сконцентрирована на уровне муниципальных образований, что обуславливает необходимость постоянного развития института оценки результативности работы местных органов власти, в аспекте межбюджетного взаимодействия с органами публичной власти вышестоящих уровней бюджетной системы.

Текущее состояние развития российской экономики выявляет актуальную и нерешенную проблему разработки единой концепции управления социально-экономическим развитием территорий, которая соответствовала бы новым условиям хозяйствования. В настоящее время органы муниципального управления должны не только разрабатывать планы работы на будущее, но и мгновенно регулировать первоочередные вопросы территориального развития.

На уровне муниципальных образований вопросам стратегического планирования отводится важная роль, так как без проектирования социально-экономического развития и соответствующего менеджмента, в части организации данного процесса экономика муниципалитета не способна результативно развиваться. При этом стратегическое планирование и оценка его результативности в границах муниципалитетов всех уровней имеет существенно отличающийся по характеристикам экономический и социальный потенциал территории. Это накладывает серьезные трудности при разработке документов стратегического планирования как отраслевого спектра, так и социально-экономического развития, в целом.

Для более полной характеристики рассматриваемого вопросы были изучены работы таких авторов как Е.А. Погребцова [1], А.В. Соболева [2], О.В. Харьковца [3], Д.С. Бакунца [4] и др.

Е.А. Погребцова утверждает, что социально-экономическое развитие сельского муниципалитета является процессом экономическим, который направлен на то, чтобы достичь конкретные индикаторные характеристики для увеличения демографического, правового, национально-этнического, экономического, культурного, а также иных аспектов развития сельской местности [1].

А.В. Соболева говорит, что управление социально-экономическим развитием муниципалитета обозначает предоставление постоянного усиленного воспроизводства предприятий различных отраслей муниципальной экономики, умение муниципалитета противодействовать влияниям различного типа и непрерывное увеличение качества жизнедеятельности граждан [2].

О.В. Харьковская придерживается точки зрения, что управление социально-экономическим развитием муниципалитета содержит в себе процедуру взаимной связи органов государственного управления, местных органов власти, субъектов экономики, которые находятся на территории муниципалитета, и граждан, для того чтобы осуществлять вопросы местного значения и увеличение благосостояния граждан [3].

Д.С. Бакунц считает, что смысл управления социально-экономическим развитием муниципалитетов заключается в направленном влиянии местных органов власти на субъекты осуществления хозяйственной деятельности и социально-экономические процессы, которые обеспечивают повышение благосостояния населения на базе результативного применения территориального потенциала и гармонизации интересов граждан страны, субъектов экономики и каждого человека [4].

М.С. Козырев, Т.А. Скворцова полагают, что целью управления социально-экономическим развитием муниципалитета является обеспечение устойчивого развития экономики и увеличение на данной основе качества и уровня жизнедеятельности граждан [5].

Д.В. Васильев, Б.Р. Зайнуллин считает, что менеджмент социально-экономического развития муниципалитета совершает глава административно-территориальной единицы, либо исполнительный комитет муниципалитета, либо выборный орган местной власти.

Некоторые функции по управлению социально-экономическим развитием муниципалитета осуществляют органы государственного менеджмента, которые находятся на территории определенного муниципалитета [6].

П.В. Строев, О.В. Пивоварова утверждают, что в рамках менеджмента социально-экономического развития муниципалитетов с помощью проектного управления формируют действенную организационную базу, что необходимо при реализации стратегического планирования и осуществлении значительных инфраструктурных проектов, и кроме того позволяет повысить степень прозрачности и эффективности работы местных органов власти и осуществление социального контроля [7].

По мнению А.И. Гусаровой, в первую очередь социально-экономическое развитие муниципалитетов предлагает комплексный подход, который рассматривается поэтапно и относится абсолютно ко всем областям функционирования муниципалитета. Для стратегического планирования устанавливаются цели и аспекты их дальнейшей реализации [8].

О.В. Пивоварова подчеркивает, что стратегия социально-экономического развития муниципалитета – один из основных механизмов менеджмента муниципального образования, определяющий на долговременную перспективу задачи, цели социально-экономического развития и муниципального управления. На базе данной стратегии создаются муниципальные программы, бюджетный процесс, документы [9].

Р.А. Абрамов, Д.В. Роднянский, Г.Ф. Валеева отмечают, что создание стратегии – процедура, предполагающая увеличение заинтересованности граждан к причастности жизни муниципального образования. Данная стратегия состоит из таких этапов, как:

- анализ и оценка социально-экономического положения;
- формирование приоритетов и целей социально-экономического развития;
- подбор наиболее важных векторов осуществления стратегических целей;
- утверждение подпрограмм;
- создание системы осуществления стратегии [10].

И.В. Горелова, В.С. Красикова, А.С. Майдоров полагают, что для результативного осуществления стратегии нужно присутствие конкретных составляющих, используемых в качестве условий оценивания стратегий: существование генеральной цели, стадий осуществления стратегии, ресурсного оснащения осуществления стратегии, отличительные свойства ключевых элементов устойчивого развития – экономического, экологического и социального развития, рассчитанных опасностей и методов их устранения [11].

По мнению В.П. Бардовского, общая отличительная черта менеджмента развития муниципалитета – это цикличность, которая обуславливается сроком полномочий местных органов власти, бюджетным процессом, региональными традициями, крупными экономическими или социальными проектами, основывающихся на инвестициях [12].

Согласно представлениям В.А. Семаковой, цикл стратегического планирования состоит из таких составляющих, как:

- анализирование ситуации и наглядное проведение ценностных ориентировок, которые лежат в основании стратегии развития: создание миссии и облик будущего муниципального образования;
- формирование целевых установок стратегии;
- подготовка проектов и программ, которые направлены на осуществление стратегии;
- осуществление подготовленных проектов и программ;
- анализирование и оценивание последствий и результатов осуществления проектов и программ [13].

О.К. Платов и Д.Ю. Брюханов утверждают, что менеджмент комплексного социально-экономического развития муниципалитета неосуществим без определенного механизма его программирования.

Создание механизма менеджмента развития представляет сочетание конкретных элементов: моделирование, построение инструментов менеджмента, реализация управления развитием муниципалитета [14].

Е.В. Голопятова и Н.М. Кургузова считают, что перспективы и потенциал развития муниципалитета зависят от внешних и внутренних условий. Выделяют отличительные черты, учитываемые при создании механизма менеджмента социально-экономического развития муниципального образования:

- уровень благоустроенности муниципалитета и формирование материально-производственной области;
- масштаб местности муниципалитета;
- совершенствование общественной инфраструктуры;
- сосредоточение деятельности муниципального образования на узких направлениях [15].

С.Ю. Тарасов, М.В. Симонова утверждают, что менеджмент развития муниципального образования – согласованное влияние разных субъектов на процессы, которые протекают в муниципалитете с целью реализации стратегических целей:

- сохранность окружающей среды, качественные трансформации экономической области;
- увеличение уровня удовлетворенности потребностями населения и усовершенствования благосостояния граждан [16].

М.З. Исмаилов и А.С. Филенко подчеркивают, что актуальные способы управления общественным развитием муниципального образования могут проводиться при помощи программ, определенных действий, всевозможного многообразия стратегий, однократных управленческих решений [17].

Я.Я. Кайль, В.С. Епина говорят, что управление социально-экономическим развитием муниципалитета выражается при помощи взаимного действия таких компонентов, как:

- сочетание партнерских взаимоотношений между муниципальным сообществом и администрацией муниципального образования;
- сочетание управленческих и правовых методов, с помощью которых находят решения к вопросам по сохранению порядка в жизни местного сообщества [18].

А.В. Ерофеева описывает, что в формировании управления социально-экономическими процессами в муниципалитетах имеются определенные трудности:

- отсутствие отработанного результативного инструмента стратегического прогнозирования и планирования социально-экономического развития муниципального образования;
- нецелесообразное применение материальных и финансовых ресурсов, которое детерминировано существованием пересекающихся функций управленческих органов;
- сложности в создании обеспечения программно-целевого урегулирования проблематичных аспектов совершенствования формирования территорий [19].

М.К. Ильясова убеждена, что совершенствование управления социально-экономического развития муниципалитета должно содействовать увеличению уровня жизни и благосостояния граждан и должно находиться в соответствии со стратегическими целями муниципального образования. Исследователь различает концептуальный, системный и аспекты подход к улучшению социально-экономического развития [20].

В итоге рассмотрения вопроса управления социально-экономическим развитием муниципального образования можно отметить, что цель этого управления – обеспечение устойчивого экономического развития и повышение уровня благосостояния населения. Этот процесс осуществляется посредством комплексного подхода и стратегического планирования, он цикличен и обладает собственным механизмом.

Любой муниципалитет в обстоятельствах нынешней Российской Федерации реализует мониторинг социально-экономической ситуации и составляет стратегию социально-экономического развития, что определено некоторыми причинами. Первое, потребность глубоко комплексного исследования для обнаружения перспективных тенденций формирования территорий на законодательном уровне обусловлена федеральным нормативно-правовым актом от 28 апреля 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Второе, без исследования направлений и индикаторов развития нельзя проявить слабые и сильные стороны муниципалитета, установить угрозы и возможности, которые определяют траекторию территориального социально-экономического развития. Третье, на основании постоянного наблюдения социально-экономической ситуации возможно разделять по трудности и важности проблемы и ограничения, которые препятствуют благоприятному развитию муниципалитета. Четвертое, глубокое комплексное исследование полезно для составления стратегии (пессимистический, реалистический и оптимистический сценарии) социально-экономического развития муниципалитета, имеющей несколько вариантов. Пятое, благоприятное осуществление обдуманной стратегии социально-экономического развития оказывает содействие в увеличении конкурентной способности территорий.

С целью глубоко комплексного изучения социально-экономической ситуации муниципалитета используются разные методические инструменты, которые широко представлены в иностранной и российской экономической литературе. Но с учетом недостатков и преимуществ имеющихся методик для комплексного изучения социально-экономической ситуации муниципалитета более предпочтительным считается метод SWOT-анализа [21].

В данной работе исследование внутренней и внешней методом SWOT-анализа выполнено на примере Ханкайского муниципального округа.

Оценим социально-экономическое развитие муниципалитета.

Рассмотрим динамику численности населения Ханкайского муниципального округа по возрастным категориям. Основные данные приведены в табл. 1.

Таблица 1

Динамика численности населения Ханкайского МО по возрасту

Год	Численность населения в возрасте						
	Всего, чел.	Старше трудоспособного		Трудоспособного		Младше трудоспособного	
		Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
2019	21335	5217	24,5	11909	55,8	4209	19,7
2020	21004	5212	24,8	11639	55,4	4153	20,0
2021	20571	4907	24,0	11637	56,6	4027	19,6
2022	Не опубликован						

Численность населения Ханкайского муниципального округа за рассматриваемые отрезки времени уменьшилась на 763 человека в сравнении с 2019 годом и в 2021 году составила 20 572 человека.

По возрастным параметрам: численность населения старше трудоспособного возраста в 2021 году равна 4907 человек, что на 0,5 процентных пункта ниже, чем в 2019 году; численность населения в трудоспособном возрасте снизилась и составила 11 637 человек, что на 0,8 процентных пункта ниже, чем в 2020 году; численность населения моложе трудоспособного возраста неизменна и составляет 19,6% от общей численности всего округа.

Динамика демографии Ханкайского МО

Показатели демографии, чел.	Год			2022г. в % к 2020 г.
	2020	2021	2022	
Число умерших	374	386	333	89,0
Число родившихся	204	223	184	106,4
Естественный прирост (убыль)	-170	-163	-149	87,6
Число выбывших	969	1023	996	102,8
Число прибывших	813	753	685	84,3
Миграционный прирост	-156	-270	-311	199,4

Индикаторы динамики демографии Ханкайского муниципального округа приведены в табл. 2. Они указывают на то, что число родившихся в 2022 году составляет 106,4% от уровня 2020 года. Уменьшается число прибывших – иммигранты в 2022 году составили 93,7% от числа прибывших в 2022 году. Численность выбывших и прибывших Ханкайского муниципального округа было связано с эпидемиологической обстановкой в регионе и в стране в целом, когда были закрыты границы, при ослаблении ситуации увеличился отток населения за пределы округа.

Проанализируем динамику зарплаты сотрудников Ханкайского муниципального округа. Результаты динамики представлены в табл. 3.

Таблица 3

Динамика зарплаты работников Ханкайского МО

Показатели	Год			2022 г. в % к 2020 г.
	2020	2021	2022	
Среднесписочная численность работников, чел.	2212	2248	2275	102,8
Среднемесячная зарплата, руб.	43931	47388,6	51285,7	116,7

Степень обеспеченности необходимыми материальными и духовными благами считается показателем экономического развития. В 2022 году среднесписочная численность работников в сравнении с 2020 годом увеличилась на 0,8%. В 2022 году среднемесячная зарплата в Ханкайском муниципальном округе составила 51285,7 рублей, что на 16,7% выше по сравнению с 2020 годом.

Основные показатели развития Ханкайского муниципального округа представлены в табл. 4.

Таблица 4

Основные показатели развития Ханкайского МО

Показатели демографии, чел.	Год			2022г. в % к 2020 г.
	2020	2021	2022	
Количество организаций, ед.	79	78	77	97,5
Количество ИП, ед.	375	323	335	89,3
Прибыль прибыльных организаций	586,000	616,900	179,700	30,6
Доля убыточных организаций, %		33,3	66,7	223,1
Введено всего жилья, кв. м.	1202	2348	2422	201,5
Оборот организаций, млн руб.	1841,3	2189,9	2025,8	110,0
Объем платных услуг населению, млн руб.	135,2	141,7	149,0	110,2

В итоге при анализе различных индикаторов можно со всех сторон исследовать разные аспекты регионального развития, основные проблемы, сложившиеся на территории, а также своевременно осуществлять меры для их разрешения.

Достижение значительных социальных и экономических результатов является ключевым критерием социально-экономической эффективности в муниципалитете [22].

С целью установления экономической устойчивости муниципального образования на основании объективных данных проведем анализ слабых и сильных сторон, угроз и возможностей Ханкайского муниципального округа. Исследование данных представлено в табл. 5.

Таблица 5

SWOT-анализ социально-экономического развития Ханкайского муниципального округа

Сильные стороны	Слабые стороны
выгодное географическое положение (наличие внешней границы с КНР, округ располагается в акватории озера Ханка)	отсутствие в округе организаций по переработке и/или утилизации отходов
подходящие природно-климатические условия (песчаные пляжи, озеро Ханка, многообразие водного, животного и растительного мира) – это база для развития деятельности в сфере туризма)	большой процент износа оборудования предприятий жилищно-коммунального хозяйства
водные ресурсы (оз. Ханка подходит для рыбохозяйственной деятельности)	малоразвитость рыночных институтов – рынок сельхозпродукции (по всем видам производителей) контролируется или монополистами, или посредниками и ориентирован на сохранение неравенства цен
наличие природных ресурсов и подходящих условий для развития сельского хозяйства	отсутствие широкого спектра промышленных компаний, которые не связаны с обработкой, почти лишает округ притока инвестиций и современных технологий в данную сферу
развитый сектор малого бизнеса в области торговли	Низкая степень инновационной активности, введения современных управленческих систем, новейших производственных технологий в сельском хозяйстве и прочих сферах. Недостаточно большое введение рыночных управленческих систем, организации труда, системы оплаты и ресурсосбережения
	невысокая степень развития малого предпринимательства в сферах материального производства, области обслуживания, спортивно-развлекательных услуг
	отсутствие осуществляемых и планируемых инвестиционных проектов муниципально-частного партнерства
	недостаток кадров в здравоохранении
	естественная убыль населения, что уменьшает экономически активное население
	утечка трудоспособных жителей в наиболее крупные населенные пункты из-за присутствия там широкого спектра производственных компаний, наиболее высокого уровня оплаты труда
	отсутствие образовательных учреждений высшего профессионального образования.
Возможности	Угрозы
высокий сельскохозяйственный потенциал: возможности выращивания экспортнорезультативных культур. Перспектива производства продукции, которая ориентирована на замещение импортной	риск технического и технологического отставания вследствие существующей степени износа техники
наличие кормовой базы для развития животноводства	повышение нехватки работников сельского хозяйства вследствие угрозы «перетекания» работников в области работы с высокой заработной платой (в том числе в соседние районы)
реализация замены оборудования сельхозпредприятиями благодаря лизинговым программам, привлечения кредитных средств, с государственной поддержкой	риск отставания в технологическом совершенствовании округа

Сильные стороны	Слабые стороны
Изменение в благоприятную сторону инвестиционного климата при помощи принятия нормативных документов, которые регулируют инвестиционную работу, и благодаря условиям, формам господдержки инвестиционной работы	недостаток организационно-правовой основы для привлечения инвестиций в энергосберегающие проекты
осуществление инвестиционных проектов в области жилищно-коммунального хозяйства и сельского хозяйства с применением механизмов муниципально-частного партнерства	осложнение обстановки в жилищно-коммунальном хозяйстве из-за нарастания износа основных фондов
строительство арендного жилья для учителей и врачей	миграционная убыль населения (особенно молодых людей) в наиболее экономически благополучные районы. Увеличение безработицы
развитие туристско-рекреационного комплекса	уменьшение налогового потенциала и увеличение зависимости от регионального и федерального бюджетов
	тенденция старения населения, ухудшение демографической ситуации

Исследуя социально-экономическое развитие территории необходимо оценить проблемы, которые характерны для отдельных сфер экономики и общественной области территории, которые представим в табл. 6.

Таблица 6

Проблемы управления социально-экономическим развитием, характерные для отдельных отраслей

Отрасль экономики	Проблемы
Здравоохранение	1 дефицит медицинского персонала, незначительный уровень оплаты труда среднего медицинского персонала и младшего обслуживающего персонала 2 физически и морально устаревшая материально-техническая база лечебно-профилактических учреждений 3 дефицит современного диагностического оборудования, которое делает неосуществимым установление на раннем этапе развития многих заболеваний (особенно онкологических)
Образование	1 старение преподавательского состава и сокращение притока молодых профессионалов в учебные заведения 2 нуждаемость зданий детских садов и школ в ремонте, невзирая на достаточное техническое оснащение
Культура	1 активность граждан в посещении учреждений культуры и библиотек уменьшается по причине развития интернета и телевидения 2 изучение и сохранение самобытной народной и художественной культуры
Социальная защита	1 невысокая степень жизни неполных и многодетных семей с несовершеннолетними детьми
Занятость населения	1 недостаток рабочих мест в селах, которые удалены от административного центра муниципалитета 2 проблема устройства на работу уязвимых категорий населения 3 проблема устройства на работу выпускников образовательных учреждений 4 отток кадров в наиболее крупные районы вследствие более высокого уровня оплаты труда
Инфраструктура	дефицит электрических мощностей для бытового и промышленного применения на территории Камень-Рыболовского, Ильинского и Новокачалинского сельских поселений. Кроме того, уровень износа имеющихся мощностей приближается к 70 %, что в скором времени потребует реконструкции и замены оборудования и сетей сильная изношенность водопроводного хозяйства отсутствие газификации большей доли инвестиционных площадок, что уменьшает их привлекательность для инвесторов

Составленная SWOT-матрица устанавливает стратегические тенденции развития территории:

- улучшение энергообеспечения и развитие резерва территории;
- совершенствование кадрового потенциала территории;
- увеличение способности участвовать в конкурентной борьбе предприятий агропромышленного комплекса;
- совершенствование малого предпринимательства для создания рабочих мест и обеспечение доходами граждан.

В результате согласно проведенному SWOT-анализу и установлению ключевых проблем по отраслям округа вероятны последующие пути решения и разработки стратегии развития округа.

Эти проблемы следует решить посредством следующих мер:

- оказание мер общественной поддержки исходя из критериев нуждаемости;
- увеличение эффективности предоставления субсидий из местного бюджета при помощи мониторинга достижения индикаторов эффективности их предоставления;
- формирование условий по совершенствованию инвестиционного климата в Ханкайском муниципальном округе;
- реализация муниципальных закупок для муниципальных нужд исходя из определенных муниципалитетом правил нормирования в области закупок услуг, работ, товаров для обеспечения муниципальных нужд;
- аргументированное принятие новейших расходных обязательств, в том числе общественные расходы, при условии увеличения доходов местного бюджета.

Кроме того необходимой процедурой считается улучшение техники составления прогнозов и разработки стратегии развития округа, что подтверждается применением в ходе управления индикативного, стратегического планирования, и появление, и введение программных решений для составления прогнозов.

В итоге для улучшения механизма управления социально-экономическим развитием муниципального образования, следует сформировать условия организации высококачественного прогноза социально-экономических параметров, а конкретно введение соответствующих программ и проведение обучающих тренингов для работников по применению этих программ.

Следовательно, на базе отмеченных путей разрешения вопросов развития посредством SWOT-анализа, у округа появятся дополнительные возможности для реализации всех наиболее важных социально-экономических индикаторов и усиления положительных процессов экономического развития [23].

Диагностика состояния социально-экономического развития Ханкайского муниципального округа позволила определить основные направления совершенствования этого процесса:

1. В качестве наиболее важного административного решения рекомендуется проект муниципальной программы информатизации процедуры менеджмента социально-экономического развития в исполнительно-распорядительном органе муниципалитета. Объективная потребность информатизации менеджмента социально-экономического развития в муниципалитете определяется необходимостью в увеличении производительности труда местных органов власти. Информатизация даст возможность увеличить качество и эффективность менеджмента. Проектирование этой программы основывается исходя из концепции, сущность которой обуславливается осуществлением некоторых возможностей: упорядочение процедуры менеджмента социально-экономического развития, защита личностных данных и профессионального обучения служащих муниципального образования, увеличение степени информатизации работы исполнительно-распорядительного органа определенного муниципалитета.

2. Организация мероприятий, позволяющих заинтересовать жителей сельских поселений к менеджменту социально-экономического развития. Базой этому станет осуществление постоянных социологических опросов граждан, который учитывает итоги обсуждения вопросов и предложений по экономическому и общественному развитию муниципалитета. Сведения, полученные в процессе опросов, будут считаться основанием для выработки мероприятий по привлечению представителей общественности среди более активных местных граждан к менеджменту социально-экономического развития. Кооперацию местных граждан обеспечивают администрации сельских поселений, которые составляют муниципальное образование.

3. Изучение наилучших муниципальных практик демонстрирует, что сегодня перспективный инструмент муниципального формирования территорий – это применение форсайт-технологий. Сущность и характерные черты форсайта для достижения итогов местными органами власти проявляются в точном развитии социально-экономических приоритетов. Использование данной тех-

нологии увеличивает требования к компетентности органов местного самоуправления, общественности и стейкхолдеров к коллективному оцениванию долгосрочных перспектив развития муниципалитета [24].

4. Обнаружение методов снижения удельного веса теневых экономических взаимоотношений на товарных рынках, иначе говоря, следует сформировать конкурентные мероприятия, способствующие устойчивости насыщенного рынка муниципального образования. Однако при этой тенденции необходимо соблюдать защищенность образования свободных цен рынка от влияния теневых структур. С целью совершенствования торговли следует сформировать локальный консультационный центр, который бы давал информацию участникам оптового и розничного продовольственного рынка в муниципалитете [25].

5. Совершенствование среднего и малого бизнеса:

- заинтересовать повышение количества субъектов среднего и малого бизнеса;
- реализовать проведение коллективных мероприятий с автономной некоммерческой организацией «Региональный центр управления и культуры» по отношению сотрудничества с Центром поддержки бизнеса и Центром инноваций общественной области по предоставлению услуг для молодых бизнесменов, в том числе в режиме реального времени;
- предоставлять причастность к публичным мероприятиям, которые связаны с бизнес-тематикой;

6. Обеспечение увеличения среднемесячной начисленной заработной платы сотрудников средних и малых компаний и учреждений:

- непозволение установления задолженности по зарплате;
- увеличение оплаты труда сотрудников средних и крупных организаций и некоммерческих учреждений до среднего краевого уровня в муниципалитетах;
- обеспечение информационно-разъяснительной деятельности, включая СМИ по профилактике использования противозаконных схем заработной платы и нелегальной занятости;
- осуществление определенных для муниципалитетов индикаторов по среднемесячной оплате труда сотрудников средних и крупных организаций и компаний;
- обеспечение увеличения среднемесячной оплаты труда сотрудников средних и малых организаций и некоммерческих учреждений в сравнении с прошедшим годом;
- совершенное вовремя осуществление индексации оплаты труда работников вследствие роста потребительских цен на услуги и товары, что даст возможность предоставить увеличение степени ее реального содержания;
- обеспечение исполнения целевых индикаторов по среднемесячной оплате труда сотрудников средних и крупных компаний и учреждений по муниципалитетам и типам хозяйственной работы;

7. Повышение занятости граждан в среднем и малом предпринимательстве:

- содействие продвижению лизингового поддержания для субъектов малого и частного бизнеса;
- осуществление индикаторов, определенных для муниципалитетов в области развития среднего и малого бизнеса;
- повышение числа объектов в перечнях муниципального имущества для предоставления допуска субъектов малого и среднего предпринимательства к имуществу, которое предоставляется на льготных условиях;
- осуществление коллективных мероприятий с центром «Мой бизнес» по предоставлению услуг субъектам бизнесменов, в том числе в режиме реального времени;
- развитие мер поддержания субъектов малого и среднего бизнеса и налоговой политики для совершенствования условий ведения бизнеса;
- популяризирование образа бизнесмена муниципалитета вместе с институтами поддержания предпринимательства;
- коллективное с центром поддержания экспорта привлечение субъектов бизнеса в муниципальную работу;
- создание бизнес-сессий вместе с Фондом по отбору проектов для предоставления льготных микрораймов для открытия и формирования своей деятельности [26].

8. Привлечение инвестиций в регионы возможно достичь, применив следующие инструменты:

- право на предоставление в арендное пользование земельного участка, который находится в муниципальной или государственной собственности, без проведения торгов для резидентов ТОСЭР;
- выработка и введение муниципальных стандартов поддержки новейших инвестпроектов и совершенствование бизнеса;

– улучшение порядка субсидирования ставки по кредитам, которые выдаются резидентам СПВ и ТОСЭР на осуществление инвестпроектков на территориях субъектов России, которые входят в состав ДФО, предусмотреть при этом расширение перечня наиболее важных экономических сфер, в которых для осуществления инвестпроектков инвесторам оказывают господдержку в виде субсидирования процентной ставки по кредитам [27].

9. Повышение инвестиционной привлекательности муниципальных образований посредством использования цифровых технологий, что может быть осуществлено при помощи поэтапного введения новаторских инструментов: инвестиционный паспорт, бизнес-карта и форум инвесторов [28].

10. Для привлечения инвесторов с целью реализации проектов государственно-частного партнерства в муниципалитеты, необходимо изначально совершенствовать область государственно-частного партнерства в Приморском крае. Совершенствованию государственно-частного партнерства будет содействовать образование в сельских поселениях и регионе стимулирующего инструмента налогообложения предпринимательства в пределах соглашений о государственно-частном партнерстве [29]: предоставление конкретных льгот, налоговых каникул, уменьшения налогов [30]; дорабатывание существующего земельного законодательства по проблеме обеспечения прав и выдачи земельных участков в пределах инфраструктурных проектов государственно-частного партнерства; для привлечения частных инвесторов следует организовать образовательные центры по повышению степени профессиональной подготовленности и подготовке специалистов, обладающих основательными знаниями, из сельских поселений и муниципалитетов, которые будут способны сопровождать проекты государственно-частного партнерства [29].

11. Улучшение правовой базы в области государственно-частного партнерства в Приморье, создание общей Концепции формирования государственно-частного партнерства в Приморье; принятие нормативно-правового акта, который будет регулировать основы установления, урегулирования и контроллинга над государственно-частным партнерством в Приморье [31].

В итоге рассмотрения вопроса управления социально-экономическим развитием муниципального образования можно отметить, что цель этого управления – обеспечение устойчивого экономического развития и повышение уровня благосостояния населения. Этот процесс осуществляется посредством комплексного подхода и стратегического планирования, он цикличен и обладает собственным механизмом [32].

Таким образом, можно констатировать, что результаты проведенного стратегического анализа при помощи SWOT-анализа позволяют нам не только оценить динамику уровня социально-экономического развития, но и определить в дальнейшем ключевые проблемы развития и принять соответствующие меры по решению этих проблем.

1. Погребцова Е.А. Программа социально-экономического развития муниципального образования: особенности, тенденции и перспективы // *International agricultural journal*. – 2021. – № 4. – Т. 64. – С. 46–57.

2. Соболева А.В. К вопросу об управлении социально-экономическим развитием муниципального образования // *Наука и искусство управления: материалы IV международного конкурса работ*. – 2017. – С. 253–255.

3. Харьковская О.М. Система управления социально-экономическим развитием муниципального образования // *Наука среди нас*. – 2018. – № 4(8). – С. 572–579.

4. Бакунц Д.С. Механизм управления социально-экономическим развитием муниципального образования // *Сборник трудов магистров-2019*. – 2019. – Т. 1 – С. 68–73.

5. Козырев М.С., Скворцова Т.А. Особенности управления социально-экономическим развитием муниципального образования // *Материалы Ивановских чтений*. – 2017. – № 1-2(11). – С. 213–220.

6. Васильев Д.В., Зайнуллин Б.Р. Управление социально-экономическим развитием муниципального образования // *Интеллектуальный капитал и инновационное развитие общества, науки и образования*. – 2019. – С. 118–120.

7. Строев П.В., Пивоварова О.В. Проектный подход как необходимое условие реализации эффективного управления социально-экономическим развитием муниципального образования // *Креативная экономика*. – 2021. – № 6. – Т. 1. – С. 2661–2672.

8. Гусарова А.И. Совершенствование социально-экономического развития муниципального образования // *Гуманитарный трактат*. – 2018. – № 21. – С. 61–63.

9. Пивоварова О.В. Стратегия социально-экономического развития как инструмент совершенствования управления муниципальным образованием // *Управленческие науки в современном мире*. – 2021. – С. 115–117.

10. Стратегическое управление социально-экономическим развитием муниципального образования / Р.А. Абрамов, Д.В. Роднянский, Г.Ф. Валеева // *Муниципальная академия*. – 2021. – № 1. – С. 133–139.

11. Стратегии социально-экономического развития как показатель эффективности стратегического управления регионами и муниципальными образованиями / И.В. Горелова, В.С. Красикова, А.С. Майдоров // *Научный вестник ВФ РАНХиГС. Серия: Экономика*. – 2018. – № 1. – С. 5–10.

12. Бардовский В.П. Социально-экономические процессы как объект управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – № 5. – С. 109–114.
13. Семакова В.А. Управление муниципальным социально-экономическим развитием // Форум молодых ученых. – 2018. – № 12-3 (28). – С. 1272-1276.
14. Платов О.К., Брюханов Д.Ю. Программирование в системе управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Актуальные вопросы науки в XXI веке. – 2018. – С. 85–88.
15. Голопятова Е.В., Кургузова Н.М. Теоретические основы управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Духовная ситуация времени. Россия XXI век. – 2020. – № 1(20). – С. 11–14.
16. Тарасов С.Ю., Симонова М.В. Управление социально-экономическим развитием муниципального образования // Сборник научных статей магистрантов ММА. – 2021. – С. 87–91.
17. Исмаилов М.З., Филенко А.С. Современные методы управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Современный менеджмент и управление: тенденции и перспективы развития. – 2018. – С. 157–161.
18. Кайль Я.Я., Епинина В.С. Результативное и эффективное управление социально-экономическим развитием муниципального образования // Регулирование экономической деятельности и деловая среда: проблемы, перспективы решения. – 2017. – С. 378–388.
19. Ерофеева А.В. Особенности управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Молодой ученый. – 2021. – № 18 (360). – С. 178–180.
20. Ильясова М.К. Методологические подходы совершенствования управления социально-экономическим развитием муниципального образования // Диджитализация учетно-аналитических и контрольных процессов в экономике. – 2020. – С. 146-150.
21. Слепнева Л.Р., Турпанова Е.А. Свот-анализ муниципального образования «Кяхтинский район» // Экономика, управление и образование: материалы II национальной научно-практической конференции / Восточно-Сибирский гос. университет технологии и управления. – Улан-Уде, 2019. – С. 216–221
22. Зуйкова В.В., Соклаков А.А. Анализ показателей социально-экономического развития региона // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики: сборник научных трудов 5-й Международной научно-практической конференции: в 2 т. Т.1. – Курск, 2019. – С. 186–190
23. Вицелярова К.Н., Горовой А.А. SWOT-анализ муниципального образования Брюховецкий район и перспективы его социально-экономического развития // Вестник академии знаний. – 2021. – № 47 (6). – С. 71-74
24. Васильев Х.П., Байков Н.М. Комплексное социально-экономическое развитие муниципального района: состояние, проблемы и пути решения // Экономика, управление, общество: история и современность: материалы XVII Всероссийской научно-практической конференции / Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС. – Хабаровск, 2019. – С. 28–42
25. Колесниченко Е.А. Направления социально-экономического развития муниципального образования // На страже экономики. – 2021. – № 1 (16). – С. 48-55
26. . Направления совершенствования управления экономическим развитием муниципального образования / А.А. Ананских, П.А. Ананских, Е.А. Лукин // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика: сборник научных статей 12-й Международной научно-практической конференции / Юго-Западный государственный университет. – Курск, 2022. – С. 29-33
27. Парламентские слушания. «Новые подходы к привлечению инвестиций в регионы в рамках решения задач пространственного развития» – Текст: электронный // Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации: [сайт]. – 2022. – URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/parliamentary/139239/> (дата обращения 01.05.23)
28. Шулимова А.А., Шулимова Е.А. Экономическая целесообразность повышения инвестиционной привлекательности муниципального образования // Вестник академии знаний. – 2022. – № 52 (5). – С. 339-348
29. Мирошниченко Т.А. Роль государственно-частного партнерства в обновлении инфраструктуры сельских территорий // Вестник аграрной науки. – 2022. – № 1 (94). – С. 122-128
30. Колосова Д.М., Кузьмин К.А. Государственно-частное партнерство: проблемы и пути их решения // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 12-1 (82). – С. 189-193
31. Сапожникова Т.И. Развитие государственно-частного партнерства в Российской Федерации: региональный аспект (на примере Забайкальского края // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2022. – № 8. – Т. 28. – С. 70–80.
32. Песцов С.К., Волынчук А.Б. Стратегия развития Дальнего Востока: (не)типичный случай современной российской региональной политики // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10. № 3-1. – С. 82-92.

АНАЛИЗ ДОСТИЖЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ «СОДЕЙСТВИЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ НА 2020–2027 ГОДЫ» В ЧАСТИ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

А.Р. Волкова
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассмотрена ситуация в сфере трудоустройства молодых специалистов, выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования Приморского края, представлен анализ достижения показателей одного из мероприятий существующей государственной программы «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы». Рассматриваются варианты решения возникающих проблем в рамках процесса государственного регулирования данной сферы.

Ключевые слова: *молодой специалист, молодежь, сфера трудоустройства, Приморский край, занятость населения.*

ANALYSIS OF THE ACHIEVEMENT OF INDICATORS OF THE STATE PROGRAM «PROMOTION OF EMPLOYMENT OF THE POPULATION OF PRIMORSKY KRAI» IN TERMS OF EMPLOYMENT YOUNG PROFESSIONALS

The article considers the situation in the field of employment of young professionals, graduates of educational institutions of higher and secondary vocational education in the Primorsky Territory, presents an analysis of the achievement of indicators of one of the activities of the existing state program "Promotion of employment in the Primorsky Territory". Options for solving emerging problems within the framework of the process of state regulation of this sphere are considered.

Keywords: *young specialist, youth, employment, Primorsky Krai, employment.*

Анализируя актуальность темы занятости населения и молодых специалистов в частности, стоит отметить, что государству важно обращать внимание на проблемы молодежи и находить пути их решения, разрабатывая меры поддержки, а также реализовывать их личностные и профессиональные возможности, оказывать содействие реализации потенциала.

Так, государственное регулирование на рынке труда проявляется в рамках таких мер, как:

- минимизация социально-экономических издержек безработицы;
- повышение мобильности и конкурентоспособности рабочей силы.

Под государственной политикой содействия занятости молодежи понимают – систему мер воздействия со стороны государства, которые способствуют социальной и профессиональной самореализации молодых людей, удовлетворению их личных и общественных потребностей [1].

Основной целью государственной молодежной политики на рынке труда является создание необходимых условий для эффективной самореализации и социализации молодежи.

Поэтому, в настоящее время развивается система законодательного регулирования вопросов занятости, в частности трудоустройства молодежи. Именно правовое регулирование способно развивать социально-трудовые отношения, обеспечивать слаженность в работе и координировать трудовую деятельность людей и их объединений.

На сегодняшний день можно выделить четыре основных направления государственного регулирования рынка труда [2]:

- программы по стимулированию роста занятости и увеличению числа рабочих мест;
- программы, направленные на подготовку и переподготовку рабочей силы;
- программы содействия найму рабочей силы;
- программы по социальному страхованию и безработице (то есть по выделению средств на пособия безработным).

Важно принять во внимание, что проблема включения молодого поколения в число трудовых ресурсов страны тесно связана с проблемой их трудовых ориентаций, с определением их приоритетов, желаний и возможностей. Очень часто возникает противоречие между потребностями, запросами молодежи и конкретными предложениями рабочих мест. В результате чего, большая часть молодежи остается невостребованной на рынке труда.

На ежедневной основе органами службы занятости населения осуществляется мониторинг ситуации на рынке труда в целях своевременной разработки дополнительных мер, направленных на сохранение занятости, обеспечение стабильности на рынке труда, в том числе пристальное внимание уделяется предоставлению мест работы на предприятиях региона для выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования. В целях недопущения оттока кадров после выпуска из образовательных организаций в другие регионы страны проводится государственное регулирование и создание комфортных условий труда, стимулирование предприятий и предоставление льгот для открытия бизнеса.

Государство не должно быть исключено из регулирования и воздействия на сферу трудоустройства молодежи, тем более, что на сегодняшний день вопрос остаётся весьма актуальным для социально-экономической ситуации в России. Отсутствие целостной концепции государства и политики занятости, регулирования рынка труда и несоответствие примененного законодательства о трудовых отношениях с задачами регулирования труда во всех и определенных сферах экономики может привести к росту уровня зарегистрированной безработицы как индикатор состояния рынка труда теряет свое хозяйственное значение.

Для создания эффективных условий занятости молодежи, были созданы службы занятости, реализовывающие комплексное регулирование вопросов трудовой деятельности. А также разрабатываются региональные программы поддержки органами исполнительной власти в Правительствах субъектов страны, применяются усовершенствованные меры, одну из них в Приморском крае рассмотрим далее.

В Приморском крае одним из методов государственного регулирования сферы занятости населения и содействия трудоустройству молодых специалистов, в том числе и методом анализа достижения показателей трудоустройства, можно считать государственную программу Приморского края «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы», которая утверждена постановлением Администрации Приморского края от 24.12.2019 № 870-па.

Основные цели Программы: стабилизация численности и эффективное использование трудовых ресурсов, рост занятости населения, улучшение условий и охраны труда, достижение сбалансированности спроса и предложения на рынке труда.

Обратим внимание, что одним из мероприятий государственной программы Приморского края «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы» выступает поддержка молодых специалистов на рынке труда, содействие трудоустройству в социально значимых и приоритетных отраслях экономики Приморского края. Показатель имеет следующее наименование – «Количество победителей, призеров конкурса молодых специалистов в социально значимых и приоритетных отраслях экономики Приморского края, получивших денежную выплату», ежегодно измеряется в процентах достижения фактического значения в расчете от планового значения показателя (табл. 1).

Таблица 1

О достижении значений показателей государственной программы Приморского края «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы» [3]

Наименование показателей государственной программы	Значения показателей государственной программы, %				Алгоритм формирования (формула) и методологические пояснения к показателю, метод сбора информации
	2020	2021	2022		
			план	факт	
Доля трудоустроенных выпускников образовательных организаций в общей численности выпускников, обратившихся за содействием в поиске подходящей работы	40,0	41,0	41,0	37,0	Доля труд.=Труд.вып/Обрат.вып.*100% Показатель рассчитывается как отношение численности трудоустроенных выпускников образовательных организаций к общей численности выпускников, обратившихся в органы службы занятости за содействием в поиске подходящей работы, выраженное в %. Доля труд.вып. за 2022 год=(184/497)*100%=37%

Наименование показателей государственной программы	Значения показателей государственной программы, %				Алгоритм формирования (формула) и методологические пояснения к показателю, метод сбора информации
	2020	2021	2022		
			план	факт	
Количество победителей, призеров конкурса молодых специалистов в социально значимых и приоритетных отраслях экономики Приморского края, получивших денежную выплату	20	16	100	6	Фактическая численность победителей, призеров конкурса молодых специалистов в социально значимых и приоритетных отраслях экономики Приморского края, получивших денежную выплату Коэффициент выполнения показателя – 0,06, что существенно ниже прогнозируемого количества победителей (на 94,0% ниже прогнозного значения). Недостижение данного показателя обусловлено тем, что итоги конкурса не гарантируют трудоустройство победителей конкурса на предприятия. "

Организация мероприятий активной политики занятости населения нацелена на предотвращение роста напряженности на рынке труда, поддержание социальной стабильности в обществе, минимизацию уровней общей и регистрируемой безработицы, развитие государственной службы занятости населения как эффективного посредника между работодателями и гражданами, ищущими работу.

Результаты проведения мероприятия за 2020–2022 год в ходе анализа достижения показателей данной государственной программы отображаются в следующих значениях.

В ходе анализа применяемых для содействия трудоустройству молодых специалистов в Приморском крае мер и поддержки выпускников службами занятости, можем обратить внимание на необходимость совершенствования существующих мер и применение новых мер поддержки от государства и более интересных предложений от работодателей.

Например, внедрение таких мер поддержки как предусмотренные целевые места для трудоустройства выпускников на предприятиях в социально значимых и приоритетных отраслях экономики региона с предоставлением материальной выплаты в течение первого года трудоустройства для молодых специалистов положительно скажется на тенденции оттока выпускников в западную часть страны и другие регионы. Согласно применяемым нормативным актам регионов страны можем судить об эффективности применяемых мер.

Так, для молодого специалиста в Самарской области, имеющего среднее профессиональное или высшее образование, принятого на работу по трудовому договору в соответствии с уровнем профессионального образования и квалификацией реализуется материальная поддержка.

Разработаны несколько проектов поддержки молодых специалистов: денежные выплаты, стимулирующие доплаты, возможность получения личного жилья на льготных условиях, субсидии и льготные кредиты на покупку и строительство жилья по программам для работников образования, здравоохранения и сельского хозяйства, компенсации расходов на переезд, транспортных расходов – в зависимости расстояния переезда, возмещение затрат на содержание детей в детских садах [4].

На федеральном уровне уделяется пристальное внимание поддержке молодых специалистов, стимулированию работодателей в рамках возможности предоставления льгот для данной категории сотрудников. Перечисленные льготы оказываются молодым специалистам в следующих формах:

- в виде помощи государства в рамках реализации федеральных целевых программ;
- в виде региональных подпрограмм, установленных субъектами Федерации;
- федеральными ведомствами, где меры указаны в отраслевых соглашениях и договорах;
- конкретными предприятиями и организациями, прописываются в уставах.

Многие отраслевые соглашения дополняют условия, по которым относят работников к молодым специалистам и осуществляют подъемные выплаты. Они отражают специфику сферы занятости, текущие и стратегические задачи работодателя и распространяются только на работников конкретной отрасли. Так, на предприятиях региона АО ААК «Прогресс», ООО «Грин Агро-Приморье», ОАО «РЖД» разработаны положения о молодом специалисте, где указаны как требо-

вания к сотруднику, образованию, так и предусмотренные предприятиями льготы в рамках предоставления жилья для иногородних и другое.

Нормативно-правовыми актами утверждены такие программы поддержки, как:

– Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1640 (ред. от 16.12.2022) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения»;

Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 № 717 (ред. от 07.12.2022) «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия»;

Постановление Правительства РФ от 09.11.2019 № 1430 «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие образования».

Также в рамках исследования был проведен анализ текущей ситуации среди выпускников образовательных организаций Приморского края, поступающих в колледжи и высшие учебные заведения, по вопросу наличия мест для трудоустройства после выпуска по приобретенной специальности, анализ заинтересованности в трудоустройстве в Приморском крае и переезда в другой регион страны для трудоустройства. Данные представлены по результатам исследования за 2020–2022 гг. (табл. 2).

Таблица 2

Количество выпускников образовательных организаций общего образования, поступивших в образовательные организации высшего образования.

Данные о количестве выпускников, оставшихся после выпуска в регионе/переехавших, чел [5]

Показатели	2020 год	2021 год	2022 год
Сдавали ЕГЭ, поступили	1797	1729	1782
Остались после выпуска	886	807	857
Приехали в регион для обучения	659	770	1001
Переехали для трудоустройства в другой регион	911	922	925

Также, вопрос о заинтересованности в местах трудоустройства в Приморском крае показал, что лишь 51 % опрошенных респондентов хотели бы работать на предприятиях в Приморском крае.

На выбор предприятий именно Приморского края по результатам социологического опроса влияют следующие факторы, расположенные в порядке приоритетности, определённой респондентами.

- Высокая заработная плата (40 чел)
- Интересная работа (29 чел)
- Преференции в доп ЗП (22 чел)
- Компенсация расходов на перелет (21 чел)
- Корпоративное жильё (13 чел)
- Назначение наставника на новом месте работы (10 чел)
- Помощь в поиске жилья (9 чел)
- Дополнительно выпускник ответил – Целевой набор.

Как стоит отметить, работа по формированию кадрового потенциала региона и поддержке молодых специалистов не может быть эффективна без квалифицированной и всесторонней подготовки выпускников образовательными организациями. Важна реструктуризация образовательной деятельности современных образовательных учреждений. В современных условиях высшим учебным заведениям необходимо:

1. Помогать формировать четкую стратегию карьерного роста для выпускников;
2. Ориентировать на уверенность в востребованности их навыков;
3. Сосредоточиться на успешном выпуске и подготовке квалифицированных молодых специалистов, а не на наборе в учебные заведения;
4. Поддерживать и содействовать развитию талантливой молодежи.

Содействие развитию талантливой молодежи в настоящее время является важной частью молодежной политики регионов, а также требует значительных изменений и пристального внимания.

Помимо системы конкурсов необходимо развивать и методические инструменты работы с талантливыми молодыми людьми, образовательные сети. Кроме того, возникает необходимость в создании системы поддержки, которая обеспечит не только выявление и развитие способностей молодых людей, но и преемственность между дошкольным, школьным, профессиональным и академическим образованием [6].

Так, одной из мер поддержки усматривается рассмотрение возможности об увеличении количества мест в образовательных организациях высшего образования для целевого обучения с последующим гарантированным трудоустройством на предприятия и отработкой в течение нескольких лет по трудовому договору. В рамках такого проекта студенты получают высшее образование бесплатно. Однако не вся современная молодежь готова ехать в отдаленные села и малые города для профессионального развития после выпуска из образовательных организаций, что также важно предусмотреть [7].

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что в сфере поддержки молодых специалистов важны скоординированные действия как со стороны государственного регулирования, так и образовательных организаций, предприятий региона с целью сокращения оттока кадров в другие регионы страны. Большая часть молодого поколения в состоянии самостоятельно справиться с выбором места работы и адаптироваться к изменившейся ситуации, не остаться без работы, но так же много и таких, кто не может обойтись без помощи [8].

Функция поддержки и помощи в трудоустройстве возложена на государственную службу занятости населения, при обращении к которой возможно решить проблему с безработицей, приобрести профессию и навыки, востребованные производством. Органам государственной власти целесообразно эффективнее использовать трудовой потенциал молодого поколения, для этого необходимо решать проблемы молодежи, развивать и реализовывать их личностные и профессиональные возможности.

Также, для решения проблемы безработицы молодежи, государству необходимо предлагать и финансировать программы по профессиональной переподготовке кадров по приоритетным направлениям, с учетом потребностей рынка труда. Так, ведущими задачами государственного регулирования трудоустройства молодых специалистов могут стать: профессиональная адаптация молодежи к рынку труда и повышение конкурентоспособности молодого поколения на трудовом рынке путем предложения образовательных программ и целевого обучения.

1. Молчанова Б.Н., Минаева Л.А. Государственное регулирование трудоустройства молодежи в России // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: Сборник материалов IX Международной заочной научно-практической конференции, посвященной 165-летию В.Г. Шухова. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2017. – С. 29-33.

2. Елисеев А.Л. Государственная молодежная политика: от прошлого к настоящему // Вестник государственного и муниципального управления. – 2017. – №1.

3. Отчет о достижении значений показателей государственной программы Приморского края «Содействие занятости населения Приморского края на 2020–2027 годы», 2022. – С. 25–28.

4. О программах государственной поддержки молодых специалистов на рынке труда: [сайт]. – URL: <https://ppt.ru/art/podderzhka/podderzhka-molodykh-spetsialistov-kakie-est-programmy-i-dlya-kogo> (дата обращения: 06.05.2023).

5. Социологический опрос среди выпускников образовательных организаций Приморского края, 2023.

6. Табатадзе Г.С., Шерер И.Н. Государственная молодежная политика в области трудоустройства // Вестник Евразийской академии административных наук, 2021. – № 1. – С. 47-53.

7. Кузуб Е.В. Государственное регулирование занятости молодых специалистов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление, 2017. – № 2. – С. 60-65.

8. Волынчук Я.А., Вакалюк А.А. Муниципальные целевые программы в сфере молодежной политики: проблемы и перспективы реализации (на примере г. Владивостока) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 12-7. С. 1253-1257.

ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА

А.В. Газзаев, А.В. Левченко, А.М. Назарова
бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

В современной экономике, в условиях глобализации и ускоряющихся темпах развития технологий, бизнес-процессов и управленческих методов, все более растет потребность в сравнительном анализе своей компании с лучшими практиками в отрасли и с другими странами, а также в использовании этой информации для увеличения эффективности деятельности. Одним из эффективных инструментов для достижения этих целей является бенчмаркинг.

Ключевые слова: бенчмаркинг, сравнительный анализ, компания-эталон, глобализация, экономические стратегии, конкуренция, коммерческая деятельность.

FOREIGN AND RUSSIAN EXPERIENCE OF USING BENCHMARKING

In the modern economy, in the context of globalization and the accelerating pace of development of technologies, business processes and management methods, there is an increasing need for a comparative analysis of your company with the best practices in the industry and with other countries, as well as the use of this information to increase efficiency. One of the effective tools to achieve these goals is benchmarking.

Keywords: benchmarking, comparative analysis, benchmark-company, globalization, economic strategies, competition, commercial activity.

Новизна: В работе проведен сравнительный анализ бенчмаркинга в России и зарубежных странах, в том числе были определены особенности использования данного инструмента в России.

Цель: Данная работа направлена на изучение опыта бенчмаркинга в России и зарубежных странах с целью выявления особенностей его использования, преимуществ и ограничений.

Задачи: Провести обзор научной литературы по теме бенчмаркинга и его использования в России и зарубежных странах; – Изучить опыт бенчмаркинга в России и зарубежных странах, сравнить его особенности и эффективность; – Выявить возможности и ограничения использования бенчмаркинга в России; – Определить перспективы использования бенчмаркинга в России.

Методы исследования: В работе были использованы следующие методы исследования: – Обзор научной литературы; – Сравнительный анализ данных о бенчмаркинге в России и зарубежных странах; – Анализ применения бенчмаркинга на примере российских компаний; – Статистический анализ данных.

История зарождения бенчмаркинга за рубежом



Рис. 1. Хронология применения бенчмаркинга зарубежными компаниями

По официальной версии, бенчмаркинг был создан в США в 1972 году. Организация PIMS (воздействие маркетинговой стратегии на прибыль) пришла к выводу, что в целях достижения эффективности в конкурентной среде необходимо изучать опыт других компаний, которые добились успеха в схожих условиях. На тот момент они применяли только конкурентный тип бенчмаркинга. С тех пор, прошло более 40 лет, и этот метод анализа проделал огромный путь развития, сейчас же существует множество его разновидностей и методов использования. Как видно из данного рисунка, первой компанией, оценившей по достоинству возможности, и применившей инструмент бенчмаркинга является – Xerox (Ксерокс). Впервые на западе бенчмаркинг в современной его формулировке был использован именно этой корпорацией в 1979 г., с целью увеличения их «рыночной доли» и расширения сфер влияния на рынке.

Для борьбы с конкурентами, предлагавшими товары такого же качества, но по более низким ценам, было проведено исследование сравнительного анализа товаров конкурентов, в результате которого были оценены технические характеристики. Это позволило разработать уникальное рыночное предложение. Сотрудники корпорации сильно вдохновились полученными результатами и начали подробно изучать опыт японской компании Fujifilm (Фуджифильм), что привело к успеху и дальнейшему процветанию компании «Xerox». В результате концепция бенчмаркинга стала неотъемлемой частью ее бизнес-стратегии. После этих событий, бенчмаркинг начал стремительно набирать популярность.

В 1982 году компания General Motors начала проводить бенчмаркинговое исследование с целью найти альтернативные методы управления качеством и безопасностью. В то время качество стало главным отличительным признаком продукции с высокой конкурентоспособностью, а многие менеджеры приняли вызов Эдварда Деминга: «Если Япония может, почему не можем мы?». В проведении исследования были задействованы известные компании, такие как Hewlett-Packard, Triple M и Deere & Company. Бенчмаркинг позволил General Motors комплексно оценить системы менеджмента качества организаций, принявших участие в исследовании, а также объективно определить зависимость общей эффективности деятельности компании от управления качеством.

Общепризнанная на сегодняшний день компания Ford была печально известна своей не удовлетворяющей нормам продукцией и имела очень низкую конкурентоспособность. Для определения оптимальной конструкции автомобиля Ford провела анализ конкурентов и выявила 400 элементов, критически важных для общего успеха модели. Нельзя не отметить, что компания не упустила возможность изучить способы производства новой продукции и организации производства с минимальными затратами у своих соперников. Для каждого элемента, который был выявлен после проведения анализа конкурентных компаний, был подобран свой эталон. На основе собранной информации были сформированы рабочие группы в каждой функциональной области для достижения реалистичной цели «Достичь или превзойти лучшие показатели в классе в этих областях». Результаты превзошли ожидания. К моменту запуска модели в производство Ford превзошел своих конкурентов по 77 процентам из этих 400 элементов.

В 1999 году, когда бенчмаркинг получил широкое распространение среди различных компаний, Global Intelligence Alliance Group собрала людей, руководителей рыночных исследований, для обсуждения и обмена передовым опытом, связанным с различными аспектами управления маркетинговыми исследованиями. Начали возникать «кружки» бенчмаркинга, и с 1999 года группа организовала более 40 семинаров по данной теме. В этих мероприятиях приняли участие специалисты по маркетинговым исследованиям из 30 различных организаций.

Hewlett-Packard и Nokia, как и компании, указанные выше, использовали бенчмаркинг в своей деятельности, но в отличие от вышесказанных они приняли решение исследовать на рынке не только фирмы, достигшие успеха и признания от аудитории, но и компании, работающие в сфере инноваций и активно развивающиеся в соответствии с современными требованиями рынка. Анализ деятельности конкурентов позволил Hewlett-Packard сосредоточиться на необходимости повышения качества своей продукции и выбрать направление дальнейшего развития.

На основе результатов этого исследования и собственного бенчмаркинга компания Nokia разработала стратегию, основанную на качестве продукции как наиболее важном факторе конкурентоспособности. Имея самый широкий ассортимент продукции и множество конкурентов, выпускающих аналогичные товары, Nokia сделала ставку на качество и оставалась единоличным лидером на рынке мобильных телефонов в течение почти десяти лет.

Зарубежный опыт использования бенчмаркинга

Компания	Год	Опыт	Результат
PIMS	1972	—	Было выявлено, что для того, чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, необходимо знать лучший опыт других предприятий, имеющих успех в похожих условиях.
Xerox	1979	Был проведён сравнительный анализ товаров конкурентов: были выявлены и оценены их технические характеристики и на этой основе было разработано уникальное рыночное предложение.	Успех и процветание компании; Концепция бенчмаркинга стала неотъемлемой частью ее бизнес-стратегии.
General Motors	1982	Проведено бенчмаркинговое исследование, цель которого была найти альтернативные методы управления качеством и безопасностью.	Бенчмаркинг позволил General Motors объективно и комплексно оценить системы менеджмента качества организаций, принявших участие в исследовании. Сотрудники компании выяснили, какова зависимость общей эффективности деятельности компании от управления качеством.
Ford	1990	Был проведен анализ конкурентов для выявления оптимального дизайна автомобиля. Для каждого из 400 элементов был выбран лучший в отрасли производитель.	Результат превзошел ожидания. При запуске модели в производство Ford превосходил конкурентов в 77 процентах из указанных 400 элементов.
GIA	1999	Встречи руководителей рыночных исследований, обсуждение и обмен передовыми методами работы, которые связаны с разными аспектами управления этими исследованиями.	Число проведенных семинаров по бенчмаркингу составляет более. Участвовали специалисты по проведению рыночных исследований из 30 организаций.
HP	2000-е	Анализ деятельности лучших предприятий, проверка принципа «качество продукции повышает конкурентоспособность», выявление отличительных характеристик компаний-эталонов и потенциальных лидеров рынка.	—
Nokia	2000-е	Анализ результатов исследований корпорации HP и собственные бенчмаркинговые исследования.	Nokia сделала ставку на качество и в течение почти 10 лет сохраняла единоличное лидерство на рынке мобильных телефонов.

Появление бенчмаркинга среди российских предприятий



Нельзя точно сказать, когда российские компании начали использовать бенчмаркинг, но одной из первых стала **Ирбитский мотоциклетный завод**. После изучения опыта европейских компаний, завод реорганизовал свое производство и начал использовать аутсорсинг. Руководством завода принято решение о внедрении этого опыта и о реорганизации собственного производства.

Позже, **Газпром** также стал крупным пользователем бенчмаркинга, создав независимую компанию Бургаз для бурения скважин. При изучении западного опыта организации нефтяного бизнеса специалистами компании было выявлено, что услуги по бурению скважин в большинстве случаев предоставляются сторонними независимыми компаниями, в то время как российские нефтяные компании бурили их своими силами. Газпром взял западный опыт на вооружение, и для бурения скважин была создана независимая компания Бургаз. Компания Газпром Нефть – одна из крупнейших компаний в России по добыче нефти также в своей практике использует бенчмаркинг.

Компания **Невская косметика** также использует эту систему для улучшения процессов внутри компании. Компанией создана специальная служба для изучения зарубежного опыта и его адаптации под свои нужды. Они изучают зарубежный опыт и адаптируют его под свои нужды, выбирая в качестве объектов эталонного сопоставления четыре лидирующие западные компании в производстве и реализации парфюмерно-косметической продукции: Procter&Gamble, L’Oreal, Unilever и Henkel.

Таблица 4

Российский опыт использования бенчмаркинга

Компания	Год	Опыт	Результат
Ирбитский мотоциклетный завод	—	Изучение опыта европейских компаний аналогичного профиля (Ducati, Malagatti, Paioly).	Руководством завода принято решение о внедрении иностранного опыта и о реорганизации собственного производства.
Газпром	—	Изучение западного опыта организаций нефтяного бизнеса; Газпром взял западный опыт на вооружение.	Была создана независимая компания Бургаз.
Невская косметика	—	Активно используется система эталонного сопоставления.	—
Сбербанк	2008	На первом этапе в качестве компании-эталона выступала компания Toyota. Вторым этапом преобразований стала отстройка банковских процессов. Здесь основой выступила американская система shared service centers.	Сбербанк: Выстроил собственную управленческую платформу Создал собственную систему центров сопровождения клиентских операций.
Северсталь	2008	Применение сравнительного бенчмаркинга. В качестве компании-эталона выбрана японская компания Nippon Steel Corporation. Была изучена продукция компании, производственные и управленческие процессы, организация сервисного обслуживания.	Специалисты японской компании, помимо доступа в документации и консультирования, также предоставили «Северстали» по окончании работы пакет рекомендаций по усовершенствованию исследуемых процессов.

Преобразование одного из крупнейших российских банков – **Сбербанка** было осуществлено непосредственно с помощью бенчмаркинга. Toyota выступила на первом этапе в качестве компании-эталона. Сбербанк создал собственную управленческую платформу на базе японской модели. Следующим этапом преобразований стало отстройка банковских процессов. Основой американской системы Shared, service, centers – стала американская система. Сбербанк создал собственную систему центров сопровождения клиентских операций.

Преобразования на основе бенчмаркинга, начатые в 2008 году, продолжают по настоящее время. Сбербанк добавил сравнительный бенчмаркинг к внешнему конкурентному бенчмаркингу. В конце декабря 2016 года было объявлено о проведении сравнительного исследования показателей эффективности работы подразделений Сбербанка.

Компания **Северсталь** также применяет сравнительный бенчмаркинг в своей деятельности. Японская компания Nippon Steel Corporation (NSC) выбрана в качестве компании-эталона. В процессе сопоставления изучена продукция компании, производственные и управленческие процессы, организация сервисного обслуживания. Специалисты японской компании предоставили «Северстали» пакет рекомендаций по усовершенствованию исследуемых процессов по окончании работы. Российские специалисты «Северстали» неоднократно посещали Японию для изучения системы тотального управления качеством.

Полученные результаты

В результате исследования были получены следующие результаты: – Бенчмаркинг является эффективным инструментом для сравнения своей компании с лучшими практиками в отрасли и за ее пределами; – В России существуют определенные ограничения для использования бенчмаркинга, связанные с недостаточной культурой измерения и контроля результатов; – В зарубежных странах бенчмаркинг является более распространенным и эффективным инструментом, даже несмотря на наличие своих ограничений; – Бенчмаркинг может быть применим не только в бизнесе, но и в других сферах деятельности, таких как образование и здравоохранение.

Заключение

Бенчмаркинг очень известен среди предпринимателей по всему миру, и многие предприятия используют его в условиях конкуренции. Бенчмаркинг, это не только заимствование идей у конкурента, это более обширное понятие, обозначающее, скорее, взаимодействие обеих сторон – компании эталона и предприятия, которое обратилось к бенчмаркингу – для общего блага и улучшения положения на рынке. Порой бенчмаркинг может являться ключевым инструментом по достижению величия или успеха компании. В России, как известно, бенчмаркинг развит не настолько хорошо, он в основном используется на производственных предприятиях, финансовых институтах. Отечественным предприятиям есть куда стремиться, однако развитие бенчмаркинга в России не стоит на месте, сферы его влияния расширяются всё больше и больше, это положительно влияет на дальнейшее развитие и, возможно, выход на международный уровень российских предприятий.

Несмотря на развитие бенчмаркинга в России, в логистических предприятиях такого опыта не было установлено, поэтому поиск лидера именно в этой сфере с помощью инструмента бенчмаркинга является наиболее актуальной задачей и требует продолжения.

1. Лин Вектор. Нужно ли равняться на конкурентов или что такое бенчмаркинг простыми словами? – URL: <http://vc.ru/u/1743126-lin-vektor/665973-nuzhno-li-ravnya...ing-prostymi-slovami>

2. Колодезникова. И. В. Опыт применения бенчмаркинга в российских компаниях // Маркетинг и логистика, 2017. – №5. – 2017, – 129 с

3. Бенчмаркинг компании: примеры из зарубежной и российской практики. – Текст: электронный. – URL: <http://sales-generator.ru/blog/benchmarking-kompanii/>

4. История возникновения бенчмаркинга. – Текст: электронный. – URL: http://studopedia.ru/5_19290_istoriya-vozniknoveniya-benchmarkinga.html

5. Стратегический бенчмаркинг: от понимания до внедрения. – Текст: электронный. – URL: <http://sales-generator.ru/blog/strategicheskij-benchmarking/>

6. Бенчмаркетинг и его применение на предприятии. – Текст: электронный. – URL: http://www.referatmix.ru/referats/53/referatmix_51240.htm

7. Конкурентный бенчмаркинг в Ford. – Текст: электронный. – URL: <http://studfile.net/preview/4437125/page:6/>

8. Бенчмаркетинг в системе управления предприятием. – Текст: электронный. – URL: <http://pandia.org/text/81/227/19932.php>

9. Социальные медиа и бенчмаркинг в компании Nokia. – Текст: электронный. – URL: <http://poisk.ru.ru/s24779t27.html>

10. Примеры использования бенчмаркинга. – Текст: электронный. – URL: http://studwood.net/1748621/marketing/primery_iskpolzovaniya

11. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований. – Текст: электронный. – URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m9/14.htm>

12. Бенчмаркинг. – Текст: электронный. – URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

З.В. Глухова
магистрант
Н.Г. Ивельская
канд. экон. наук

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Важную роль в выстраивании современной системы государственного управления сыграли развитие научно-технического прогресса, цифровая экономика, информационно-коммуникационные технологии, которые с помощью цифровых платформ, расширили сферу предоставления публичных электронных услуг, обеспечивая физическим и юридическим лицам эффективное взаимодействие с органами публичной власти. В академическом сообществе, среди авторов соотносящих себя к различным научным школам и исследующих данную тематику, наблюдается активная дискуссия в отношении используемых терминов, их содержания, сущности, составных элементов, функций, характеристик, противоречий.

Ключевые слова: *система государственного и муниципального управления, информационные технологии, цифровые платформы, электронное правительство.*

USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE SYSTEM OF STATE AND MUNICIPAL GOVERNMENT

An important role in building a modern system of public administration was played by the development of scientific and technological progress, the digital economy, information and communication technologies, which, using digital platforms, expanded the scope of the provision of public electronic services, providing individuals and legal entities with effective interaction with public authorities. In the academic community, among authors who identify themselves with various scientific schools and research this topic, there is an active discussion regarding the terms used, their content, essence, constituent elements, functions, characteristics, contradictions.

Keywords: *system of state and municipal government, information technology, digital platforms, e-government.*

Трансформация социально-экономических процессов современного общества, произошедшая в конце XX – начале XXI вв., связанная с проведением кардинальных преобразований, разрушением сложившихся форм и методов государственного устройства, дала импульс развитию новых форм и видов управления в деятельности органов публичной власти всех уровней.

Важную роль в выстраивании современной системы государственного управления сыграли развитие научно-технического прогресса и научно-техническая революция, цифровая экономика (далее – ЦЭ), информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ), которые с помощью цифровых платформ (далее – ЦП), расширили сферу предоставления публичных электронных услуг, обеспечивая физическим и юридическим лицам эффективное взаимодействие с органами публичной власти и возможность:

- доступа к нормативно-правовой базе и принятым решениям;
- участия в подготовке, обсуждении, принятии и исполнении решений;
- проводить выборы, электронные голосования, референдумы, опросы;
- формирования общественного мнения;
- подавать заявления, декларации и т.д.

ИКТ, как один из феноменов ЦЭ XXI века, усилили результативность бизнес-процессов, обеспечили эффективность коммуникаций, электронного документооборота, снижая при этом роль административных, географических, временных и иных факторов, повышая доступность и качество

предоставляемых публичных электронных услуг, что особенно важно для удаленных территориальных субъектов.

Благодаря активному распространению мобильных и стационарных компьютерных устройств, ИКТ и ЦП применяются во многих сферах жизнедеятельности современного общества, в том числе и в системе государственного управления, что привело к развитию новых управленческих технологий, решений и сервисов, успешно реализуемых на практике, дополняя и оптимизируя существующие способы, формы и методы работы органов публичной власти.

В Российской Федерации использование ИКТ в обеспечении жизнедеятельности социально-экономических процессов на уровне страны в целом, и в системе государственного управления в частности закреплено федеральными и региональными законами, указами, распоряжениями, регламентами, программами и т.д.

Государство, посредством создания и постоянного обновления нормативно-правовой базы, определяет цели, задачи, меры, направления и приоритеты внедрения ИКТ в деятельность системы государственного и муниципального управления, при предоставлении публичных электронных услуг, акцентирует внимание на необходимость и актуальность цифровизации системы государственного управления.

Развитие электронного государственного управления осуществляется в соответствии с принятыми нормативными актами на федеральном и региональном уровнях, на основании которых создан портал публичных услуг, обеспечивается прозрачность деятельности органов публичной власти, активно развивается межведомственное взаимодействие, основанное на принципе «одного окна». Их применение осуществляется в сфере предоставления государственных услуг, исполнения контрольно-надзорных функций, освоения принципа управления по результатам [5].

Существовавшие в XX веке концепции развития высокотехнологичного, телематического, технотронного и т.д. общества нашли свое воплощение в концепции информационного (гибридного, компьютерного, цифрового или электронного) общества, напрямую связанного с развитием ИКТ и ЦП.

Под влиянием цифровых технологий изменяется само понятие «государство», появляется термин «государство-сервис», под которым понимается совокупность цифровых государственных институтов, предоставляющих физическим и юридическим лицам комплекс электронных государственных услуг при помощи ИКТ [4].

Развитие электронных государственных институтов, все более активная практика оказания государственных и муниципальных услуг в электронном виде свидетельствует о необходимости совершенствования механизмов и инструментов «электронного государства», являющего одним из современных направлений процесса информатизации государственного управления [7].

В различных странах активно внедряется концепция «государство как платформа», объединяющая ресурсы органов публичной власти как поставщиков услуг (информации), физических и юридических лиц как потребителей,

Внедрение ЦП в деятельность органов публичной власти, приведет к принципиальным изменениям:

1) *модель государственного участия*. Позволит внедрять модель сервисного государства, государство как координатор возьмет на себя управление взаимодействием всех участников платформы;

2) *государственные процессы*. Государственная инфраструктура выступает единым центром для всех обращений за государственными сервисами; позволит использовать достоверные и единые данные для принятия решений;

3) *государственная служба*. Развитие «цифрового менталитета», принятие цифровой реальности, цифровых навыков, в результате чего возникнет единая цифровая платформа взаимодействия для государственных служащих, бизнеса и граждан [3, с. 20].

Платформенная трансформация системы государственного управления направлена на внедрение принципиально новых подходов в ее работе – высокую скорость внесения изменений в ее процессы, минимизацию человеческого фактора, автоматизацию сбора необходимой отчетности (управленческой, статистической, налоговой и т.д.), что станет возможным за счет построения гибкой современной архитектуры, использования новейших методологий, фреймворков, технологий и инструментов, которые определяют архитектуру государственной ЦП [2].

Концепция е-правительства появилась как результат научно-технической революции и научно-го прогресса, активного внедрения ИКТ во все сферы жизнедеятельности современного общества, в том числе и в системе государственного управления и в дальнейшем трансформировалась в модель сервисно-ориентированного государства.

В настоящее время в научном и академическом сообществе идет активная дискуссия, направленная на обсуждение концепции «Государство (правительство) как платформа» (Государство 2.0, Сервисное (сервисно-ориентированное) государство 2.0, Электронное (информационное, открытое, умное, цифровое) правительство и т.д.) ориентированной на:

- предоставление посредством ЦП физическим и юридическим лицам более качественных публичных электронных услуг;
- создание национальной системы управления данными;
- применение платформенных решений в государственном управлении.

Анализ информационных источников, посвященных ИКТ, ЦП показал актуальность, востребованность и широкую вариативность данной тематики как в части общих вопросов влияния цифровизации на систему государственного управления, так и получаемых преимуществ, и возникающих при этом рисков.

Р.В. Ерженин отмечает, что цифровизация управления стала предметом пристального внимания со стороны как различных экспертов, так и исследователей из академического сообщества, результатом которого стало увеличение количества публикаций по данной тематике, так и их разнообразие. Повышенный уровень сложности современных исследований э-правительства, связанных с их инновационностью и одновременно с фрагментарностью научного знания, при фактическом отсутствии теоретической базы, обуславливает актуальность задач классификации, анализа и мониторинга проводимых исследований [6, с. 206].

Активное использование ИКТ, функционирующих на базе различных ЦП в системе государственного управления, привело к необходимости понимания их всестороннего изучения и определения понятийного аппарата, т.к. в академическом сообществе, среди авторов соотносящих себя к различным научным школам и исследующих данную тематику, наблюдается активная дискуссия в отношении используемых в системе государственного управления терминов, их содержания, сущности, составных элементов, функций, характеристик, противоречий:

- под «*информационно-коммуникационными технологиями*» понимается: Интернет, в том числе и Интернет вещей (Internet of Things), искусственный интеллект, обработка больших данных (Big Data), технологии распределенных реестров (блокчейн), облачные вычисления и т.д.

- под «*цифровыми платформами*» понимаются информационные формы взаимодействия между потребителями и поставщиками услуг, направленные на снижение сопутствующих издержек (временных, бюрократических и т.д.) с учетом организационных и технологических изменений.

Все это подчеркивает не только важность цифровизации деятельности органов публичной власти, усиления степени доверия к ним со стороны населения и определение перспектив дальнейшего развития сферы электронных публичных услуг, но и также отражает *актуальность* данной тематики.

При этом, среди академического сообщества нет единых подходов к научной трактовке понятия «электронное правительство», и каждый исследователь акцентирует внимание лишь на каком-либо отдельном аспекте его деятельности, рассматривая теоретические, технические и/или прикладные аспекты его функционирования.

В информационных источниках представлено большое количество определений термина «электронное правительство» (е-правительство), различие между которыми не только в семантике, принадлежности исследователя к определенной научной школе, но и в приоритетных государственных стратегиях, которые они характеризуют, но, несмотря на это, их объединяет то, что главной характеристикой е-правительства является наиболее полная и максимально эффективная реализация возможностей современных ИКТ для формирования сервисно-ориентированного государства, обладающего возможностью предоставлять государственные электронные услуги обществу [1].

В то же время, несмотря на эффективность и преимущества, привносимые ИКТ в работу органов публичной власти различных уровней, процесс «оцифровки» предоставляемых публичных услуг в территориальных субъектах осуществляется неравномерно, зависит от многих факторов (административных, временных, кадровых, технических, технологических, человеческих и т.д.) и внедрение ИКТ и ЦП, не всегда оправдывает ожидаемые от них результаты даже в развитых государствах.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- анализ основных нормативно-правовых актов, определяющих цели и задачи цифровой трансформации российского общества, направленных на внедрение ИКТ и ЦП в системе государственного управления и «электронного правительства», позволил сделать вывод о приоритетности их реализации среди других направлений государственной политики, важности их значения и роли

в повышении эффективности механизма оказания публичных услуг государством физическим и юридическим лицам;

– развитие ЦП и ИКТ в Российской Федерации носит системный характер, на федеральном и региональном уровне создана система нормативного правового обеспечения;

– существующая нормативно-правовая база, регламентирующая использование ИКТ и ЦП в системе государственного управления и развитие электронного правительства, сохранение «бумажного документооборота» без изменения принципов организации административных процессов пока не могут принести запланированных результатов от их внедрения в полном объеме.

– несмотря на заявленные цели, соответствующее финансирование, пока не решены отдельные задачи в части цифровизации повышения качества оказания публичных услуг в системе государственного управления;

– вследствие не завершения (не реализации в полном объеме) отдельных реформ (в том числе и программы электронное правительство), невыполнения принятых нормативно-правовых актов не осуществлено внедрение в полном объеме современных цифровых технологий.

1. Бестолкова Г.В. Государственные электронные услуги: виды и особенности // Государственное управление. Электронный вестник. – 2017. – Вып. 65. – С. 23-44

2. Буров В.В., Петров М.В., Шклярчук М.С. Шаров А.В. «Государство-как-платформа»: подход к реализации высокотехнологичной системы государственного управления // Государственная служба. – 2018. – № 3. – С. 6–17.

3. Государство как платформа: Люди и технологии. (Кибер) государство для цифровой экономики. Цифровая трансформация: доклад / М. Петров, В. Буров, М. Шклярчук, А. Шаров. – URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/313/3132b2de9cccf0db1eecd56071b98f5f.pdf> (дата обращения: 20.04.2020).

4. Гришко Н. В., Степанова Ю. Л. Цифровые технологии в государственном управлении // Экономический вестник ДонГТИ.– 2022. – № 12. – С. 32-38.

5. Цифровое будущее государственного управления по результатам / Добролюбова Е.И., Южаков В.Н., Ефремов А.А. [и др.]. – Москва: Дело РАНХиГС, 2019.

6. Ерженин Р.В. Электронное правительство России: обзор научных публикаций и исследований // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2018. – № 3. – С. 205–228

7. Косоруков А.А. Электронное государство в процессах информатизации государственного управления: Опыт российской федерации // Право и политика. – 2016. – № 8 (200). – С. 993–1005

УДК 36

СОСТАВЛЯЮЩЕЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И РАСПОРЯЖЕНИЯ ИМУЩЕСТВОМ, НАХОДЯЩИМСЯ В СОБСТВЕННОСТИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Д.О. Горбачева, В.А. Череватая
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В процессе реформирования рыночной экономики сложились такие организационно-правовые формы хозяйствования, в которых осуществляется функционирование объектов государственного имущества. В статье рассмотрены органы управления государственным (муниципальным имуществом), методы управления. Представлены условия эффективного управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края.

Ключевые слова: управление, распоряжение, имущество, Приморский край, государственная собственность.

COMPONENTS OF THE SYSTEM OF MANAGEMENT AND DISPOSAL OF PROPERTY OWNED BY PRIMORSKY KRAI

In the process of reforming the market economy, such organizational and legal forms of management have developed in which the functioning of state property objects is carried out. The article discusses the

management bodies of state (municipal property), management methods. The conditions of effective management of property owned by Primorsky Krai are presented.

Keywords: *management, disposal, property, Primorsky Krai, state property.*

Актуальность темы исследования. На местном уровне решения большинства экономических, социальных, экологических и политических вопросов зависит от местного самоуправления, которое является важным институтом гражданского общества. Экономической основой местного самоуправления являются имущественные права муниципальных образований, средства местного бюджета, а также имущество, находящееся в муниципальной собственности. Таким образом, от эффективности управления муниципальной собственностью во многом будет зависеть состояние муниципального хозяйства, сбалансированность бюджета, и в целом процесс социально-экономического развития территории.

В процессе написания работы был использован комплекс различных методов, таких как: исторический и системный метод, метод анализа и синтеза, методы сравнения, ранжирования, и обобщения.

Цель статьи – исследование составляющих системы управления и распоряжения имуществом, находящимся в собственности Приморского края.

Согласно анализу законодательства РФ [1,2] регулирующего имущественные отношения отмечается, что государственная собственность может содержать любую собственность, что понятия «объекты государственной собственности» и «государственная собственность» являются по сути синонимами. Кроме того, подчеркиваются различия между государством как субъектом права государственной собственности и другими субъектами права собственности. В основном это отражается в том, что он сочетает в себе свойства субъекта политической власти и субъекта права собственности, содержание субъективного права которого имеет ряд важных характеристик. Таким образом, государство определяет параметры государственного управления в сфере управления государственным имуществом. Кроме того, государственная собственность присуща общественной собственности. В отличие от других субъектов собственности, государство обязано владеть, использовать и распоряжаться имуществом в общественных интересах, и, следовательно, свобода государства владельца не может быть неограниченной. Региональные власти управляют своими активами в конкретных формах, не свойственных отношениям гражданской собственности. Сочетая признаки субъекта власти и субъекта государственной собственности, государство действует не только на предмет права собственности, но и на управление государственным имуществом, что преимущественно опосредуется нормами административного права.

Содержание управления имуществом следует определять в рамках традиционных полномочий собственника. Вместе с тем, учитывая достижения теории государственного управления и науки об административном праве, считает, что содержание управления государственным имуществом можно раскрыть через цели и задачи, функции и методы управления в этой области. Таким образом, основные стратегические цели государственного управления (включая имущество, находящиеся в собственности Приморского края) определены прежде всего в Конституции РФ [1]. Что касается конкретных целей управления государственным имуществом, тезис касается, в частности, увеличения поступлений в государственный бюджет, обеспечения предпосылок для экономического роста, оптимизации количества объектов государственной собственности, повышения конкурентоспособности государственных бюджетов предприятий, создавая материальную базу для предоставления государственных социальных услуг и тому подобное.

Конкретное содержание соответствующих функций и методов управления в сфере управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края опосредуется полномочиями (правами и обязанностями), наделенные государственными органами, компетентными в этой области соответствующими правовым актами.

Важной особенностью управления муниципальным имуществом является дифференцированность подхода к формулированию целевых установок управления различными объектами недвижимости. Обусловлено это необходимостью нахождения оптимального соотношения между обеспечением реализации социальных функций местного самоуправления и обеспечением прибыльности муниципального имущества, достаточности базы для развития и нормальной жизнедеятельности муниципалитетов и хозяйствующих субъектов. Учитывая это, объекты муниципального имущества могут быть условно разделены на две группы: некоммерческие и коммерческие. Таким образом, управление муниципальным имуществом должно учитывать как соци-

альные, так и инвестиционные цели, реализовать которые возможно, если будет выполнен ряд условий, а именно [2]:

- созданы условия для инвестиционной привлекательности муниципального имущества;
- разработана эффективная система учета, аудита, контроля сохранности и целевого назначения муниципального имущества;
- разработаны научно обоснованные критерии социальной эффективности использования муниципального имущества.

Содержательный смысл управления муниципальным имуществом раскрывается в конкретных формах его организации и выбранной системе действий и зависит от особенностей конкретного населенного пункта. При этом управление муниципальным имуществом имеет ярко выраженную социальную направленность, проявляется в формулировке миссии: достижение максимально возможного уровня удовлетворения социальных запросов населения. Такая направленность управления муниципальным имуществом на удовлетворение потребностей людей, решение их социальных проблем, обеспечение роста жизненного уровня, заботе о попавших в тяжелое положение, достигается только непосредственной увязкой системы управления муниципальным имуществом с социальными результатами [3]. Причем важно, чтобы управление муниципальным имуществом не приводило к негативным социальным последствиям, таким как расслоение населения по уровню доходов, имущественному цензу, снижению уровня жизни различных слоев населения. Поэтому необходимо, во-первых, чтобы любое важное решение, связанное с изменением форм и отношений собственности, принималось только после анализа и учета его социальных последствий; во-вторых, чтобы при наличии противоречий между чисто экономическими критериями результативности данного варианта решений и социальным критериям предпочтение отдавалось последним.

Институт управления государственной собственностью – система органов исполнительной власти, представляющих интересы государства как собственника (российского народа) представляет Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации, которая корреспондирует соответствующие полномочия другим государственным органам власти; субъектами управления объектами государственной собственности являются: Кабинет Министров РФ; Федеральное агентство по управлению государственным имуществом; министерства и другие органы исполнительной власти; органы, осуществляющие управление государственным имуществом в соответствии с полномочиями, определенными отдельными законами; государственные хозяйственные объединения, государственные холдинговые компании, другие государственные хозяйственные организации; юридические и физические лица, выполняющие функции по управлению корпоративными правами государства [4].

В новых экономических условиях хозяйствования возникла проблема методов управления государственным имуществом, которая требует надлежащего теоретического осмысления и практической проработки.

Нет сомнения, что система управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края, может быть построена только с учетом стратегических целей и приоритетов, которые стоят перед органами управления, и должна основываться на определенных общих принципах, которые и являются основой для формирования концепции управления. При этом стратегическая задача управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края, заключается в обеспечении наиболее эффективного использования его объектов в интересах края, которое позволяет не только увеличивать доходы бюджета, но и способствует росту местной экономики [5].

Решение этой задачи возможно только через использование комплексного подхода к управлению, реализации совокупности нормативно-правовых, организационно-экономических механизмов. Исходя из этого, система управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края, должна базироваться на следующем (рис. 1).

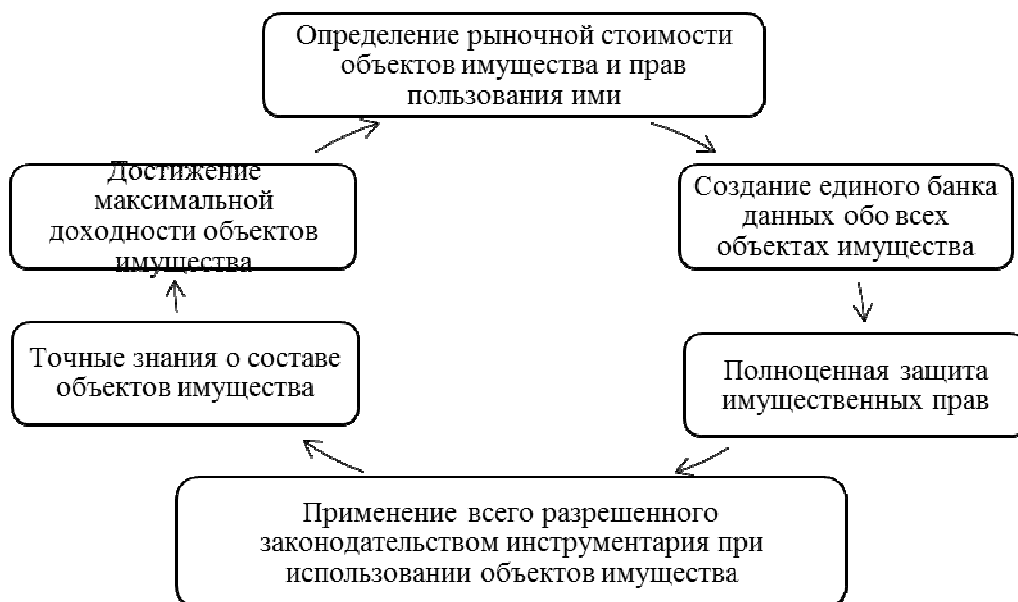


Рис. 1. Система управления имуществом

Условия эффективного управления имуществом, находящимся в собственности Приморского края:

- точные знания о составе объектов имущества;
- определение рыночной стоимости объектов имущества и прав пользования ими;
- создание единого банка данных обо всех объектах имущества;
- применение всего разрешенного законодательством инструментария при использовании объектов имущества;
- полноценная защита имущественных прав;
- достижение максимальной доходности объектов имущества

Таким образом, для повышения эффективности принятия решений в отношении отдельных объектов нужен механизм, позволяющий организовать систему управления объектами имущества, находящегося в собственности Приморского края с учетом уровня их физического и морального износа, потребности в капиталовложениях, сроках окупаемости вложений, социальной значимости, соотношению доходности и затрат по содержанию и других характеристик. В соответствии с этим объекты могут быть разделены, исходя из возможных действий с ними: по отчуждению (продажа или передача объекта) по сохранению прямого управления объектами (оперативное управление, безвозмездное пользование, аренда); по делегированию функций управления (доверительное управление, управление и эксплуатация).

Непосредственное участие общественности в процессе управления муниципальным имуществом, возможно обеспечить благодаря организации и формированию институтов общественных кураторов, которые являются представителями территориальной общины и контролируют использование коммунальной собственности, а также посредством повышения ответственности должностных лиц в этом процессе [6].

Для построения системы управления муниципальным имуществом нужно разработать стратегию, позволяющую координировать действия по управлению муниципальным имуществом. Также нужно определить принципы согласованного взаимодействия управленческого и предпринимательского секторов, сформировать механизм координации управления таким имуществом, который бы строился на базе теоретических исследований и реальной социально-экономической ситуации.

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). – Текст: электронный. – URL: <https://www.consultant.ru>

2. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ (последняя редакция). – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_44571/

3. Государственное и муниципальное управление собственностью / под ред. П.В. Кухтина, А.Б. Моттаевой. – Москва: Мир науки, 2019. – 143 с.

4. Государственное управление региональным развитием Российской Федерации: монография / под общ. ред. А.В. Косевича. – Москва: МИЭП, 2019. – 212 с.

5. Орешин В.П. Государственное и муниципальное управление: учеб. пособие. – 2-е изд. – Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 178 с.

6. Андреев В.А., Волынчук Я.А., Султанова Е.В. Исследование пространственной и функциональной моделей развития Владивостокской городской агломерации // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 12-4. – С. 821–825.

УДК 658.3.07

АБСЕНТЕИЗМ В РАБОЧЕЙ СРЕДЕ И ПУТИ ЕГО УСТРАНЕНИЯ

Д.Б. Диков

бакалавр

М.Г. Масилова

канд. социол. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается проблема абсентеизма как халатного отношения работников к своему рабочему времени в компании, раскрываются причины его появления, приводится пример его исследования на конкретной организации, а также предлагаются меры по решению данной проблемы.

Ключевые слова: абсентеизм, использование рабочего времени, мотивация работников.

ABSENTEEISM IN THE WORK ENVIRONMENT AND WAYS TO ABSORB IT

The article deals with the problem of absenteeism as a negligent attitude of employees to their working time in a company, reveals the reasons for its occurrence, provides an example of its study on a specific organization, and also suggests measures to solve this problem.

Keywords: absenteeism, use of working time, employee motivation.

Проблема абсентеизма является серьезной для бизнеса и организаций в современном мире. Абсентеизм может быть определен как отсутствие работников на рабочем месте без уважительной причины или разрешения [1].

Существуют различные факторы, которые могут вызывать абсентеизм среди работников. Один из таких факторов – это болезнь. Работники могут страдать от физических или психических заболеваний, что делает невозможным для них появление на работе. Другой фактор, который может вызывать абсентеизм, это личные проблемы. Работники могут иметь проблемы с семьей, друзьями или финансами, что может отвлечь их от работы.

Однако, одним из основных факторов, который вызывает абсентеизм, является низкий уровень мотивации у работников. Если работники не чувствуют заинтересованности, то они могут опоздать, уйти пораньше, либо имитировать деятельность. Это может быть вызвано различными причинами, такими как недостаток вознаграждения, отсутствие возможностей для карьерного роста или несправедливое отношение со стороны начальства.

Кроме того, некоторые работники могут хитрить, уваливать, чтобы избежать неприятных задач или конфликтов на работе. Они могут считать, что лучше просто не являться на работу, чем сталкиваться с неприятными ситуациями.

В целом, абсентеизм – это серьезная проблема в бизнесе и организациях, которая может иметь негативное воздействие на производительность, эффективность и финансовые показатели. Решение этой проблемы требует учета всех факторов, вызывающих абсентеизм, и принятия соответствующих мер для повышения мотивации работников и создания условий для более эффективной работы.

Абсентеизм может привести к значительным потерям для компаний и организаций. Во-первых, отсутствие работников может привести к задержкам в проектах и увеличению времени

выполнения работ. Это может в свою очередь повлиять на время поставки продукции или услуг и дать конкурентам преимущество [2].

Во-вторых, абсентеизм может иметь негативные последствия, проявляющиеся в ухудшении качества работы. Работники, которые постоянно отсутствуют на рабочем месте, не могут выполнять свои обязанности на должном уровне, способствуют появлению дисциплинарных нарушений, повышению нагрузки на других коллег, созданию напряженной психологической ситуации в коллективе [6].

Наконец, абсентеизм может привести к увеличению затрат на замещение отсутствующих сотрудников. Это может включать в себя выплаты за сверхурочную работу, найм новых сотрудников или временных работников, обучение новых сотрудников и т.д.

Таким образом, проблема абсентеизма остается актуальной в наше время, и компании должны предпринимать меры для ее решения.

Абсентеизм бывает открытым и скрытым.

Открытым абсентеизмом называется такое поведение сотрудника, при котором он явно демонстрирует свое отсутствие на рабочем месте. Например, сотрудник может приходить на работу позже установленного времени, уходит раньше окончания рабочего дня, часто прерывает работу для курительных перерывов или длительных обеденных перерывов.

Также, открытый абсентеизм может проявляться в том, что сотрудник часто болеет и не является на работу без уведомления, игнорирует важные деловые задачи, не выполняет поставленные перед ним задачи в срок или совсем не выполняет их.

Скрытым абсентеизмом называется такое поведение сотрудника, при котором он является на рабочем месте, но не занимается работой и тратит время на другие занятия. Такой сотрудник может проводить много времени за компьютером, но не выполнять поставленные задачи.

Вместо работы, скрытый абсентеизм проявляется в интернет-серфинге, частых походах на кухню за перекусом, бесцельном общении с коллегами или в социальных сетях, играх на компьютере или просто отсутствию на месте работы. Его сложнее распознать.

Опасность этого явления заключается в том, что сотрудник начинает работать медленнее, ухудшаются результаты. А наиболее негативным эффектом является то, что он заражает своим поведением более ответственных сотрудников, а также расходует деньги компании, занимаясь в рабочее время посторонними вещами.

Кроме того, скрытый абсентеизм может нести риски для самого сотрудника. Если он не выполняет свои обязанности в срок, это может привести к конфликтам со старшими руководителями и негативно сказаться на его карьерном росте.

Причинами данного явления могут послужить несколько факторов:

- 1) низкие планы;
- 2) неосведомленность руководства о количестве времени, которое необходимо сотруднику для выполнения задачи.

Изучением данного вопроса занимались многие авторы, такие как Дуглас Макгрегор, Аврам Ноэм, Фредерик Херцберг, Поворотина Е.В., Киселева А.О и др.

Дуглас МакГрегор, известный американский психолог и менеджер, был одним из первых, кто обратил внимание на проблему абсентеизма в рабочей среде. Он говорил о том, что абсентеизм может быть связан с недостаточным мотивированием сотрудников или неудовлетворенностью их работой. Он также отмечал, что руководители должны стремиться создать благоприятную и поддерживающую среду в организации, чтобы уменьшить количество случаев абсентеизма. Кроме того, МакГрегор предлагал использовать методы межличностного взаимодействия, такие как так называемый "теоретический X-синдром", чтобы помочь сотрудникам стать более мотивированными и эффективными в своей работе.

Аврам Ноэм – это известный американский психолог, который занимался исследованиями в области организационной психологии и управления персоналом. Он предполагал, что абсентеизм может быть вызван нежеланием сотрудников приходить на работу по разным причинам, таким как неприятие руководства, неудовлетворенность условиями работы или боязнь конфликтных ситуаций.

А. Ноэм также указывал на то, что причины абсентеизма могут быть связаны с заботами о здоровье и благополучии семьи, личными проблемами и стремлением к саморазвитию. Поэтому, чтобы уменьшить количество случаев абсентеизма в организации, автор рекомендовал создавать гибкие условия работы, которые позволяют сотрудникам балансировать между работой и личной жизнью, а также обеспечивать поддержку и помощь в решении личных проблем [5].

Фредерик Херцберг, американский психолог, известный своими исследованиями в области управления и мотивации к трудовой деятельности. В частности, его теория двух факторов (факторы гигиены и факторы мотивации) стала одной из самых известных в этой области.

Согласно Херцбергу, факторы гигиены (например, зарплата, условия работы, политика компании) не могут служить источником мотивации, но их отсутствие может привести к неудовлетворенности работников. С другой стороны, факторы мотивации (например, признание, достижения, возможность роста и развития) способны действовать как мощный источник мотивации и повышения производительности.

Херцберг также подчеркивал, что мотивация является индивидуальным феноменом и что менеджеры должны принимать во внимание потребности и интересы каждого работника, чтобы создать условия для их максимальной мотивации и эффективности.

"Абсентеизм – это не только проблема с производительностью, но и с культурой организации... Если у компании есть высокий уровень абсентеизма, это может говорить о недостатке лояльности, доверия, мотивации и эффективности", – утверждает А.О. Киселева [4].

Исследование уровня абсентеизма проводилось в компании ООО «ПРОМРЕЗЕРВ», находящейся в городе Владивосток. Для этого был использован метод фотографии рабочего дня – это метод оценки эффективности, который используется для определения того, как работник проводит свой рабочий день.

Суть метода заключается в том, что сотрудник должен вести подробный журнал своей работы, отмечая каждую задачу, которую он выполняет, и время, затраченное на ее выполнение. Кроме того, сотрудник должен снимать фотографии своих рабочих мест и мест, где он исполняет свои обязанности. Это позволяет руководству убедиться, что сотрудник действительно работает и не занимается чем-то личным во время рабочего дня.

Этот метод может быть полезен как для работодателей, так и для работников, которые хотят следить за своей производительностью и улучшать свою работу. В исследовании, которое продолжалось в течение пяти рабочих дней, приняли участие 10 сотрудников.

Проведя исследование, было выявлено, что большинство сотрудников подвержены абсентеизму. Простыми словами – синдрому уклонения от выполнения работы без уважительных причин. У сотрудников наблюдается оба из возможных видов абсентеизма.

Коэффициент абсентеизма в компании можно рассчитать по формуле:

$$КА = \frac{Тор}{Тр} \times 100 \%$$

ТОР в формуле означает время отсутствия сотрудника на работе, а ТР – длительность рабочего дня (в часах) [7].

При расчете коэффициента следует учитывать следующие моменты:

- 1) данные должны браться за одинаковый промежуток времени;
- 2) можно рассчитывать не только время отсутствия, но и промежутки времени, когда сотрудник был занят не трудовой деятельностью, помимо положенного перерыва на обед.

Рассчитывать коэффициент можно в отношении как отдельно взятого сотрудника, так и целого отдела или компании. Этот показатель не имеет определенного норматива по определению, но условно он должен равняться нулю.

По результатам исследования был рассчитан коэффициент абсентеизма на каждого из десяти сотрудников, для удобства восприятия имена сотрудников были заменены на порядковые номера от одного до десяти. Рабочий день в компании начинается в 9:00 и продолжается до 18:00, таким образом общее время работы каждого сотрудника за время исследования составило 40 часов.

Коэффициент абсентеизма в компании ООО «ПРОМРЕЗЕРВ» представлен в табл. 1.

Таблица 1

Коэффициенты абсентеизма в компании ООО «ПРОМРЕЗЕРВ»

№ сотрудника	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тр	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Тор	7.5	5.25	1.5	4.5	6	4.3	5.5	2	9	4
КА	18,75	13,12	3,75	11,25	15	10,75	13,75	5	22,5	10

Во время изучения результатов исследования были выявлены схожие процессы, не относящиеся к трудовым обязанностям. Наиболее чаще повторяющиеся из них, а также процент сотрудников подверженных им представлен табл. 2.

Таблица 2

Наиболее частые процессы уклонения от работы

Наименование процесса	% подверженных сотрудников
Серфинг интернета в личных целях	70
Опоздания	50
Перерыв на курение	40
Общение в мессенджерах	40

Согласно данным в таблице, наиболее частыми причинами уклонения сотрудников от трудовых обязанностей является серфинг интернета и опоздания. Покидания рабочего места с целью курения и общение в мессенджерах делят между собой третью позицию. Однако не стоит упускать тот факт, что общение в мессенджерах может быть вызвано рабочей необходимостью. Поэтому третьей строчкой было указано курение. Проведя исследования с помощью метода фотографии рабочего дня, удалось выяснить, что из десяти сотрудников трое подвержены абсентеизму в скрытой форме, пять сотрудников подвержены открытой форме, и двое подвержены обоим видам абсентеизма. Исследованию подверглись десять сотрудников разных подразделений, за каждым из них наблюдали на протяжении пяти рабочих дней.

Проведя расчеты, удалось выяснить, что в пересчете на месяц, время, которое сотрудники потратили не на выполнение своих прямых должностных обязанностей, стоило компании девяносто тысяч восемьсот тридцать один рубль, а коэффициент абсентеизма составил 12,39 %.

Для уменьшения количества случаев абсентеизма в организации можно рассмотреть следующие возможности:

1) Улучшение условий труда: это может включать в себя создание комфортной и безопасной рабочей среды, установление четких правил и процедур, связанных со здоровьем и безопасностью на рабочем месте, обеспечение должного уровня освещения и вентиляции, использование эргономических мебели и оборудования.

2) Мотивация работников: повышение мотивации работников может уменьшить количество случаев абсентеизма. Это может быть достигнуто путем предоставления возможностей карьерного роста, увеличения заработной платы, развития личности и профессиональных навыков.

3) Оценка и поддержка здоровья работников: организация может проводить периодические проверки здоровья своих сотрудников, предоставлять бесплатную или дешевую медицинскую помощь, а также информировать о здоровом образе жизни и заботиться о физическом и психологическом здоровье своих работников.

4) Обучение и развитие: организация может предоставлять обучение и развитие сотрудников, что повысит их квалификацию и уверенность в своих профессиональных навыках, что, в свою очередь, может уменьшить частоту случаев абсентеизма.

5) Управление конфликтами: организация должна иметь эффективную систему управления конфликтами для решения проблем, которые могут привести к абсентеизму, таким как неудовлетворенность работников условиями труда, конфликты с коллегами или руководством.

Эти меры помогут уменьшить количество случаев абсентеизма в организации и повысить производительность и эффективность работы.

Кроме того, для борьбы с абсентеизмом необходимо проводить регулярные мотивационные мероприятия, обучения и тренинги для сотрудников, чтобы повысить их уровень заинтересованности в работе, сплочение коллектива и улучшить качество выполнения задач. Также стоит организовывать систематические проверки рабочих мест и создавать благоприятные условия для работы, чтобы снизить вероятность появления причин для отсутствия на работе. Важно также обеспечивать своевременные профилактические меры для снижения риска возникновения заболеваний. В целом, применение комплексных мер позволит уменьшить количество случаев абсентеизма и повысить эффективность работы организации.

На данный момент из-за халатного отношения сотрудников компания несет убытки. Некоторые сотрудники тратят двадцать процентов своего рабочего времени впустую. Для исправления ситуации необходимо провести более подробные исследования с учетом специфики деятельности каждого отдельно взятого сотрудника и, возможно, пересмотреть нормирование труда работников.

Также может быть полезно провести анализ эффективности рабочих процессов, чтобы выявить возможные проблемы, которые могут приводить к потере времени и ресурсов. Важно также обратить внимание на коммуникацию между сотрудниками и отделами, чтобы устранить возможные задержки в работе.

Наконец, важно создать подходящую корпоративную культуру, которая будет способствовать повышению ответственности и профессионализма сотрудников. Это может включать в себя установление четких правил и процедур, награды за достижения и стимулы для повышения эффективности работы.

1. Абсентеизм. – Текст: электронный. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Абсентеизм>
2. Абсентеизм в управлении персоналом: его причины и опасность.– Текст: электронный. – URL: <https://www.hr-director.ru/article/67736-absenteizm-v-upravlenii-personalom-20-m7>
3. Абсентеизм: диагностика и профилактика. – Текст: электронный. – URL: <https://kr.by/read/absenteizm-diagnostika-i-profilaktika/>
4. Абсентеизм персонала в компании: причины появления и профилактика. – Текст: электронный. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28895443>
5. Масилова М.Г. Методологические основы изучения эмоционального выгорания как основа профилактической работы // АНИ: педагогика и психология. – 2022. – Т. 11, № 3 (40). – С. 49–53.
6. Масилова М.Г., Нестерова А.Ю. Современные подходы к управлению дисциплиной труда // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2018. – № 2 (41). – С. 80-91.
7. Что такое коэффициент абсентеизма. – Текст: электронный. – URL: <https://hr-portal.ru/article/chto-takoe-koefficient-absenteizma>

УДК 332.146

ВЛИЯНИЕ МЕХАНИЗМА НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» НА ЦИФРОВУЮ ТРАНСФОРМАЦИЮ ЭКОНОМИКИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

О.А. Казарова
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье описаны результаты исследования о влиянии механизма национального проекта «Национальная программа "Цифровая экономика"» на цифровую трансформацию региональной экономики на примере Приморского края. Проведена проверка гипотезы о наличии когерентности между основными экономическими показателями и результатами реализации проектов по цифровой экономике в Приморском крае.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровая трансформация, национальная программа, региональная экономика.

THE IMPACT OF THE MECHANISM OF THE NATIONAL PROJECT "DIGITAL ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION" ON THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY OF PRIMORSKY KRAI

The article describes the results of a study on the impact of the mechanism of the national project "National Program "Digital Economy" on the digital transformation of the regional economy on the example of Primorsky Krai. The hypothesis of the presence of coherence between the main economic indicators and the results of the implementation of digital economy projects in the Primorsky Krai was tested.

Keywords: digital economy, digitalization, digital transformation, national program, regional economy.

В настоящее время большое количество проектов, направленных на развитие различных отраслей экономики, связаны с процессом цифровой трансформации экономики. Переход к цифровой экономике в перспективе позволит обществу развиваться на качественно новом уровне. Однако, несмотря на значимость данного направления, по-прежнему остаётся множество недостаточно раскрытых вопросов в части терминологии, нормативной правовой базы, а также оценки влияния процесса цифровой трансформации на основные экономические показатели, что подтверждает актуальность исследования в данной области.

Целью исследования является изучение влияния механизма национального проекта «Национальная программа "Цифровая экономика"» на цифровую трансформацию экономики Приморского края.

Предметом исследования является процесс цифровой трансформации экономики.

В качестве объектов исследования выступают национальный проект «Национальная программа "Цифровая экономика"», а также экономика Приморского края.

Задачи:

1. Охарактеризовать процесс цифровой трансформации экономики с точки зрения имеющейся нормативной правовой терминологии, а также с точки зрения используемых инструментов (механизмов) влияния на экономику.

2. Охарактеризовать результаты процесса цифровой трансформации экономики Приморского края.

3. Выявить влияние процесса цифровой трансформации экономики на основные экономические показатели.

Гипотеза исследования заключается в предположении о наличии некоторого набора показателей, которые позволяют оценить влияние механизмов цифровой трансформации на повышение конкурентоспособности региональной экономики.

В контексте изучения цифровой экономики понятие «цифровая трансформация» являются одним из ключевых, однако его определение в российском законодательстве и в научной литературе на данный момент отсутствует. Более узкий, но близкий по смыслу термин – «цифровая трансформация региона» – имеется в Методических рекомендациях по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», утверждённых приказом Минкомсвязи России № 428 от 01.08.2018 года. Под цифровой трансформацией региона понимаются глубокие и всесторонние изменения в производственных и социальных процессах, связанные с заменой аналоговых технических систем цифровыми и широкомасштабным применением цифровых технологий. Цифровая трансформация охватывает не только производственную деятельность, но и изменение организационных структур компаний и бизнес-моделей, а также процессы жизнедеятельности населения [3]. Схожее определение предлагает коллектив учёных НИУ ВШЭ, по мнению которых цифровая трансформация – это качественные изменения в бизнес-процессах или способах осуществления экономической деятельности (бизнес-моделях) в результате внедрения цифровых технологий, приводящие к значительным социально-экономическим эффектам [5].

Как следует из определений, цифровая трансформация – это не только внедрение цифровых технологий, но и формирование в связи с этим нового социально-экономического уклада. Для выявления категорий используемых инструментов влияния на экономику, а также для оценки промежуточных результатов цифровой трансформации экономики Приморского края, в первую очередь необходимо определить, на достижение каких целей направлен процесс цифровой трансформации экономики (как региона, так и государства в целом), т.е. к каким именно социально-экономическим эффектам, как ожидается, приведёт цифровая трансформация. В соответствии со стратегическим направлением в области цифровой трансформации государственного управления, утверждённым распоряжением Правительства РФ от 22 октября 2021 г. № 2998-р, целями цифровой трансформации государственного управления являются социально-экономическое развитие Российской Федерации (управление отраслями экономики и социальной сферы), выраженное в росте реальных доходов и повышении покупательской способности граждан Российской Федерации, повышение инвестиционной привлекательности государства, обеспечение национальной безопасности и личной безопасности граждан Российской Федерации [4].

С целью определения долгосрочного вектора развития российской экономики с учётом внедрения информационных технологий Правительством РФ в период с конца 2021 г. по начало 2022 г. утверждены стратегические направления цифровой трансформации экономики РФ до 2030 г. по 11 ключевым отраслям:

- агропромышленный и рыбохозяйственный комплексы;
- государственное управление;
- здравоохранение;
- наука и высшее образование;
- образование (в сфере деятельности Министерства просвещения РФ);
- обрабатывающие отрасли промышленности;
- социальная сфера;
- строительная отрасль, городское и жилищно-коммунальное хозяйство;
- топливно-энергетический комплекс;
- транспортная отрасль;
- экология и природопользование.

Данные стратегические направления определяют приоритетные технологии для последующего внедрения их в отраслях экономики с учётом вызовов (задач) развития отраслей, а также ключевые показатели цифровой трансформации отраслей, по которым будет оценена эффективность реализации запланированных мероприятий.

Как следует из представленного перечня, политика Правительства РФ в области цифровой трансформации не затрагивает (по крайней мере, напрямую) такие отрасли как лесное хозяйство, торговля, геология и разведка недр, финансы и страхование, физическая культура и спорт, искусство и культура. Несмотря на то, что существует ряд ведомственных проектов по цифровизации в данных отраслях, очевидно, что они не являются приоритетными на федеральном уровне, и, в целом, в меньшей мере подвержены влиянию механизмов цифровой трансформации.

В отношении Приморского края основным документом, характеризующим долгосрочное планирование в области цифровизации является Стратегия в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления Приморского края. Стоит отметить, что в данном документе описаны проблемы и вызовы цифровой трансформации для 13 отраслей экономики Приморского края, в том числе для сфер культуры и физической культуры.

Помимо долгосрочной Стратегии, в области цифровизации существует также инструмент среднесрочного стратегического планирования – национальный проект «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"» (далее – национальный проект «Цифровая экономика»). В состав национального проекта «Цифровая экономика» входят следующие федеральные проекты:

- «Нормативное регулирование цифровой среды»;
- «Кадры для цифровой экономики»;
- «Информационная инфраструктура»;
- Информационная безопасность»;
- «Цифровые технологии»;
- «Цифровое государственное управление»;
- Искусственный интеллект»;
- «Обеспечение доступа в Интернет за счет развития спутниковой связи»;
- «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» [1].

В Приморском крае реализуется 4 региональных проекта в рамках национального проекта «Цифровая экономика»: «Информационная безопасность», «Информационная инфраструктура», «Цифровое государственное управление», «Цифровые технологии», а также в конце 2022 года завершился региональный проект «Кадры для цифровой экономики» [2]. Таким образом, мероприятия, реализуемые в рамках национального проекта «Цифровая экономика», по своей цели можно разделить на два основных направления: формирование необходимых для развития цифровой экономики институтов и методов управления, а также формирование основных элементов цифровой экономики, таких как инфраструктура и технологии.

На основании имеющейся нормативной правовой основы цифровой трансформации и реализуемых в настоящий момент проектов в области информационных технологий, в качестве используемых инструментов влияния на экономику можно выделить следующие:

1) организационные меры, включающие в себя разработку и утверждение нормативных правовых актов с целью регулирования различных вопросов в сфере информатизации, а также управленческие решения, касающиеся внедрения и использования цифровых технологий в государственном и муниципальном управлении;

2) кадры для цифровой экономики, причём не только специализированные кадры для ИТ-отрасли, но и формирование компетенций для работы с новыми технологиями у специалистов иных отраслей;

3) инвестиции, включающие в себя как финансовые вложения в IT-компании и проекты, так и инвестиции в реальные активы, такие как современное оборудование и коммуникации;

4) инновации – несмотря на то, что инновационную деятельность можно также считать инвестициями в реальные активы, однако, ввиду широкого распространения и большой значимости для цифровой экономики, предлагается выделить инновации как отдельный инструмент влияния на экономику, ведь именно разработка и внедрение инновационных технологий (например, распространение достижений робототехники и искусственного интеллекта) способно привести к качественно новому развитию экономики.

Для того, чтобы охарактеризовать текущие результаты процесса цифровой трансформации экономики Приморского края, необходимо рассмотреть реализованные проекты, которые оказывают наибольшее влияние на развитие экономики.

В первую очередь, рассмотрим уже завершённый региональный проект – «Кадры для цифровой экономики». Согласно опубликованным отчётам, в период реализации проекта, с 2019 года по 2022 год, общее количество государственных (муниципальных) служащих и работников учреждений, прошедших обучение в сфере цифровой трансформации государственного и муниципального управления, составило 9000 человек [2]. В то же время, согласно официальной статистике Росстата, численность работников государственных органов и органов местного самоуправления Приморского края составило около 34 тысяч человек в среднем за рассматриваемый период [6]. Таким образом, доля специалистов, прошедших обучение, составила около 26% от общей численности специалистов, что, по мнению автора, является недостаточным. Кроме того, большая часть программ, по которым проводилось обучение, относятся к краткосрочным онлайн-программам, в связи с чем также возникает вопрос о том, достаточно ли данного вида обучения для подготовки кадров к эффективной работе в условиях нового социально-экономического уклада.

В рамках регионального проекта «Цифровые технологии» в Приморском крае разработан, введён в эксплуатацию и ежегодно актуализируется портал, предназначенный для информирования о мерах государственной поддержки организаций Приморского края, разрабатывающих или внедряющих отечественное программное обеспечение, сервисы и платформенные решения на базе цифровых технологий. Согласно отчётам о реализации проекта, с 2020 года по 2022 год включительно была направлена 131 заявка на получение государственной поддержки в форме грантов из средств федерального бюджета от организаций Приморского края [2]. Безусловно, формирование любых дополнительных официальных источников, предназначенных для информирования граждан и представителей бизнеса – это важный шаг на пути к сближению государства и общества и формированию положительного образа органов государственной власти, однако стоит отметить, что в данном случае невозможно однозначно оценить, насколько существенно создание нового портала повлияло на популяризацию мер поддержки среди представителей IT-бизнеса.

В условиях действующего внешнеполитического и социально-экономического положения России формирование цифрового суверенитета и защита значимой информации становится ещё более приоритетной задачей, чем ранее. На выполнение данной задачи направлены мероприятия регионального проекта «Информационная безопасность» в Приморском крае, такие как внедрение SIEM для обеспечения мониторинга в реальном времени событий информационной безопасности, процедуры по импортозамещению программного обеспечения, используемого региональными органами исполнительной власти, проектирование центра обработки данных (ЦОД) Правительства Приморского края с последующим переносом оборудования и вводом ЦОД в эксплуатацию. Выполнены и организационные меры, направленные на повышение уровня защищённости региональных ресурсов: организовано взаимодействие для оперативного обмена информацией об инцидентах информационной безопасности в системе ГосСОПКА, определён перечень объектов критической информационной инфраструктуры и выполнено их категорирование, организовано повышение квалификации по образовательным программам в области информационной безопасности. Несмотря на то, что данные мероприятия по информационной безопасности практически невозможно оценить в количественных параметрах, их реализация выступает в качестве базы для формирования защищённой инфраструктуры в целом, а инфраструктура, в свою очередь, необходима для реализации иных проектов в сфере цифровизации и является основой цифровой экономики.

Наиболее значимым и представляющим интерес для исследования по мнению автора является проект «Цифровое государственное управление». В ходе реализации данного проекта установлено большое количество показателей, связанных с цифровизацией процессов государственного управления и предполагающих внедрение лучших практик в данной сфере.

Одним из важнейших промежуточных результатов реализации проекта является создание в 2019 году регионального портала государственных и муниципальных услуг Приморского края

(РПГУ) и его дальнейшее развитие. Появление регионального портала позволяет органам государственной власти и органам местного самоуправления Приморского края предоставлять государственные и муниципальные услуги в электронном виде и не зависеть при этом от требований и функционала федерального Единого портала государственных и муниципальных услуг (ЕПГУ). По состоянию на конец 2022 года количество услуг, предоставляемых в электронном виде на региональном портале составило 382 услуги [2]. Вместе с тем, во исполнение Указа Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», в Приморском крае организованы мероприятия по предоставлению массовых социально значимых услуг на ЕПГУ с использованием типового облачного решения «Платформа государственных сервисов», предоставляемого Минцифры России в качестве сервиса для всех регионов РФ. По состоянию на конец 2022 года обеспечено предоставление массовых социально значимых государственных и муниципальных услуг в электронном виде на ЕПГУ в количестве 92 штук, что соответствует установленному плановому значению. Таким образом, параллельная работа по двум направлениям – единый и региональный портал – позволяет наиболее эффективно организовать взаимодействие граждан и ведомств Приморского края, предоставляющих услуги: использование ЕПГУ обеспечивает исполнение требований федерального уровня и даёт возможность гражданам работать с уже привычным электронным ресурсом, а использование РПГУ даёт большую гибкость в предоставлении услуг, не относящимся к массовым социально значимым с точки зрения федерального законодательства (например, различные региональные выплаты). Кроме того, в целях повышения уровня доступности взаимодействия граждан и органов государственной власти организовано взаимодействие с использованием платформы обратной связи на базе ЕПГУ, позволяющей гражданам быстро и легко подать обращение по любому интересующему вопросу в зоне ответственности органа государственной власти.

В рамках проекта «Цифровое государственное управление» внедряются и развиваются также и другие, более узко специализированные, информационные системы, такие как «Региональная информационная система обеспечения градостроительной деятельности», «Агроуправление», «Гостехнадзор» и другие. Информационная система министерства образования Приморского края «Региональное образование», получившая в 2022 году статус государственной информационной системы, активно используется как гражданами, так и муниципальными служащими Приморского края в сфере образования. Регулярно дорабатываются и эксплуатируются информационные системы, позволяющие сотрудникам Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края наиболее эффективно организовать внутреннее и межведомственное взаимодействие. «Региональная система межведомственного электронного документа оборота» обеспечивает электронный документооборот с использованием электронной подписи, в том числе для взаимодействия с федеральными органами государственной власти. Автоматизированная информационная система в сфере закупок «ВебТорги» обеспечивает реализацию и проведение государственных закупок на территории Приморского края».

Таким образом, по результатам детального изучения вышеуказанных проектов и отчётов об их промежуточной реализации, имеются основания утверждать о положительном влиянии реализованных мероприятий на цифровую трансформацию экономики Приморского края. Вместе с тем, по имеющимся данным невозможно рассчитать коэффициент корреляции между результатами реализации данных мероприятий и основными экономическими показателями. Данный результат исследования обусловлен тем, что в паспортах исследуемых проектов практически отсутствуют количественные показатели. Показатели проектов в сфере цифровой экономики направлены не на быстрые количественные изменения в экономических показателях, а на качественные изменения в долгосрочной перспективе. Результаты цифровой трансформации экономики постепенно приводят к изменению инновационно-технологического уклада и управленческих технологий.

1. Описание Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» на официальном сайте Минцифры России. – Текст: электронный. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>

2. Отчёты о реализации проекта «Цифровая экономика» на официальном сайте Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://primorsky.ru/regionalnye-proekty/tsifrovaya-ekonomika/>

3. Приказ Минкомсвязи России от 01.08.2018 № 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы "Цифровая экономика Российской Федерации»

4. Распоряжение Правительства РФ от 22.10.2021 № 2998-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации государственного управления»

5. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Г.И. Абдрахманова, К.Б. Быховский, Н.Н. Веселитская, [и др.]; рук. авт. кол. П. Б. Рудник; науч. ред. Л.М. Гохберг, П.Б. Рудник,

УДК 658.628

ОЦЕНКА АКТУАЛЬНОСТИ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ В ПРОЕКТЕ «РИТЕЙЛ» НА ПРИМЕРЕ ООО «СПКМ»

Е.В. Киселева

бакалавр

О.В. Недолужко

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Актуальность ассортимента продукции, предлагаемого к продаже, лежит в основе успешности продаж и определяет эффективность предпринимательской деятельности. Целью настоящего исследования является проведение оценки ассортимента продукции компании ООО «СПКМ», предлагаемого к продаже на рынке города Владивостока. В результате исследования будут предложены рекомендации, которые поспособствуют увеличению эффективности продаж ООО «СПКМ» в направлении «ритейл».

Ключевые слова: *ассортимент, продажи, предпринимательская деятельность, ритейл, актуальность.*

ASSESSMENT OF THE RELEVANCE OF THE PRODUCT RANGE IN THE RETAIL PROJECT ON THE EXAMPLE OF LLC SPKM

The relevance of the product range offered for sale underlies the success of sales and determines the effectiveness of entrepreneurial activity. The purpose of this study is to evaluate the range of products of LLC "SPKM" offered for sale in the market of the city of Vladivostok. As a result of the study, recommendations will be proposed that will contribute to increasing the sales efficiency of LLC "SPKM" in the direction of "retail".

Keywords: *assortment, sales, entrepreneurial activity, retail, relevance.*

Проведение оценки актуальности ассортимента продукции – одно из ключевых действий успешного старта продаж и развития компании. Эффективность продаж складывается из знания целевой аудитории, актуальности предлагаемых товаров, качественного маркетингового плана и бизнес-плана.

Целью работы является анализ ассортимента продукции организации и формирование рекомендаций по результатам анализа.

Задачи данной работы включают в себя:

1. Характеристику анализируемой организации.
2. Выявление ассортимента продукции, предлагаемой к продаже.
3. Оценку уровня продаж каждой позиции в отдельности.
4. Разработку рекомендаций по повышению эффективности продаж.

Основным видом деятельности ООО «СПКМ» по ОКВЭД является 56.10 «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания». Основную часть доходов предприятия приносит сеть авто-кафе «CoffeeMachine» в городе Владивостоке, которые пользуются большой популярностью у водителей города. В данной статье мы рассмотрим дополнительный источник дохода предприятия – проект «ритейл», виды деятельности по ОКВЭД: 47.22 «Торговля розничная мясом и мясными продуктами в специализированных магазинах»; 47.29 «Торговля розничная прочими пищевыми продуктами в специализированных магазинах»; 47.25 «Торговля розничная напитками в специализированных магазинах».

Проект «ритейл» был разработан для расширения возможностей предприятия для перехода на федеральный уровень, повышения уровня дохода и роста статуса компании среди конкурентов. Старт проекта произошел в октябре 2022 и уже показывает высокие результаты, однако теперь нужно направить много ресурсов на его развитие, чтобы достичь поставленной цели.

Рассмотрим понятие «ритейл». Данный термин означает розничную продажу товаров для личного или семейного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Основным отличием ритейла от оптовой торговли является то, что товары, предлагаемые ритейлом, не предусматривают их дальнейшую перепродажу, а рассчитаны на конечного потребителя. [1, с. 6]

Результаты продаж товаров ООО «СПКМ» в проекте «ритейл» за период с декабря 2022 года по март 2023 года представлены в табл. 1

Таблица 1

Результаты продаж товаров ООО «СПКМ» в проекте «ритейл» за 12.2022-03.2023

Товар	Продажи (тыс.руб) 12.2022	Продажи (тыс.руб) 01.2023	Продажи (тыс.руб) 02.2023	Продажи (тыс.руб) 03.2023	Относительное отклонение %		
					12.2022- 01.2023	01.2023- 02.2023	02.2023- 03.2023
Сырники	270	270	303	398	0	12	31
Кофе в зернах	75	80	76	90	7	-5	18
Кофе в банках	98	102	105	132	4	3	26
Куриные крылья	56	58	42	45	3	-27	7
Кофе молотый	81	85	82	90	5	-4	10
Супы	120	131	124	143	9	-5	15
Люля-кебаб	42	38	25	27	-10	-34	8
Какао	73	78	90	93	7	15	3
Стейки	53	50	41	42	-6	-18	2

Исходя из таблицы 1, можно сделать следующие выводы: наибольшую прибыль приносят такие позиции, как: сырники, супы, кофе в банках, кофе в зернах, кофе молотый и какао. Как было сказано ранее, основной доход предприятию приносит сеть авто-кафе под названием «Coffee-Machine», данный бренд довольно узнаваем на территории города Владивостока и основной поток гостей заезжает за кофе и перекусом, очевидны товары с наибольшим спросом. В обеденное время большой популярностью пользуются супы, по утрам на завтрак люди берут сырники. За счет того, что люди знакомы с данными продуктами, они приобретают их и в супермаркетах, так как это обходится дешевле, чем в кафе.

Что касается куриных крыльев, люля-кебабов и стейков, такая продукция не имеет никакого отношения к авто-кафе, это абсолютно новые продукты, разработанные для проекта «ритейл», с ними потребители еще не знакомы, однако продажи данных позиций были выше в декабре и январе, чем в феврале и в марте. Это может быть обусловлено праздниками и продолжительными выходными, которые люди привыкли отмечать большими застольями. Помимо этого, имеются конкуренты, которые долгие годы занимают лидирующие позиции по производству такой продукции.

Данные по конкурентным позициям других производителей представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ продукции ООО «СПКМ» с конкурентами

Производитель	Наименование продукта	Стоимость (руб/кг)	Количество лет на рынке
ООО «СПКМ»	Люля-кебаб	465	Менее года
	Стейки	523	
	Куриные крылья	358	

Окончание табл. 2

Производитель	Наименование продукта	Стоимость (руб/кг)	Количество лет на рынке
ООО «Ратимир»	Люля-кебаб	537	26 лет
	Стейки	579	
	Куриные крылья	325	
ОАО «Мясокомбинат Находкинский»	Люля-кебаб	453	74 года
	Стейки	550	
	Куриные крылья	370	
ООО ТД «ВИК»	Люля-кебаб	315	24 года
	Стейки	477	
	Куриные крылья	328	

Исходя из таблицы 2, можно сделать следующие выводы: в среднем, продукция четырех анализируемых производителей находится в одной ценовой категории, соответственно, ценовой показатель незначительно влияет на выбор потребителя. Однако все предприятия, кроме ООО «СПКМ», находятся на рынке более 20 лет, поэтому покупатель с большей вероятностью выберет товар производителя, которого он знает много лет, чем что-то совершенно новое и не знакомое.

Рассматривая данную ситуацию со стороны ценовой категории товара, стоит задуматься о проведении акций и временном снижении цен на продукцию с целью продвижения среди конкурентов, чтобы потребители по доступной цене смогли познакомиться с продуктом и в дальнейшем сделать выбор в пользу продукции ООО «СПКМ».

Возвращаясь к главному вопросу об актуальности ассортимента, можно сделать следующие выводы:

1. Как уже говорилось выше, такие позиции, как сырники, супы, кофе в банках, кофе в зернах, кофе молотый и какао являются актуальными для продажи в супермаркетах, так как множеству жителей Владивостока уже знакома эта продукция и в магазинах ее можно приобрести по более выгодной стоимости, поэтому продажи этих товаров растут с каждым месяцем.

2. Позиции, занимающие последние места по выручке, такие, как: куриные крылья, люля и стейки, нельзя назвать актуальными для жителей Владивостока, так как на рынке уже имеется большая конкуренция по таким продуктам от производителей, к которым потребители привыкли. С данными продуктами от ООО «СПКМ» покупатели не знакомы и могут просто не обратить внимание на эти товары.

Для повышения эффективности продаж в рамках ритейла необходимо сделать упор на продукцию, которая знакома потребителям благодаря посещению авто-кафе. В большей степени именно знакомые продукты по выгодной цене будут привлекать покупателей, к тому же, это в том числе шанс привлечь новых посетителей в авто-кафе.

Для повышения продаж продукции, которая не пользуется большим спросом, предполагается провести следующие мероприятия:

1) необходимо познакомить потребителя с новым продуктом, эффективным решением будет проведение дегустаций на территории супермаркетов, в которых реализуется продукция ООО «СПКМ», а также в авто-кафе;

2) для наибольшей узнаваемости бренда необходимо разработать POS-материалы. POSm (point of sales-«точка продаж») – это рекламные материалы, размещаемые в местах продаж, которые являются важным элементом взаимодействия участников товарообращения, что объясняется высокими возможностями POSm воздействовать на принятие решений о покупке [2, с. 7].

В ООО «СПКМ» хорошо развита программа лояльности к посетителям авто-кафе, на постоянной основе ведется сбор обратной связи. То же самое необходимо сделать и в ритейле, на упаковках с продукцией указать контакты отдела контроля качества, чтобы выяснить, что потребителей не устраивает, что они бы хотели изменить. Таким же путем, посредством размещения информации на упаковках, можно оставить информацию об опросе, в котором потребители смогут указать свои предложения и пожелания, касаемо, вкуса, состава и ассортимента предлагаемой продукции.

1. Авдеева Ю.А. Анализ Российского рынка ритейла // Экономика и бизнес. □ 2021. □ №1. □ С. 54-59

2. Карашук О.С. POS-материалы розничных организаций и их трансформация в цифровой экономике // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. □ 2019. □ № 2. □ С. 7-13

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ФЕСКО»

А.А. Косован, Н.О. Жижина
бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

В современном мире мы уже не можем представить свою жизнь без услуг морского, железнодорожного и автомобильного транспорта. В связи с этим актуальной становится проблема анализа бухгалтерской отчётности транспортно-логистической компании, задачей которой является принятие решений по оптимизации.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, оптимизация, финансовое состояние, прибыль, динамика.

COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF A TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANY ON THE EXAMPLE OF FESCO LLC

In the modern world, we can no longer imagine our life without the services of sea, rail and road transport. In this regard, the problem of analyzing the accounting statements of a transport and logistics company, whose task is to make optimization decisions, becomes relevant.

Keywords: accounts receivable, optimization, financial status, income, dynamics.

Транспортная группа ФЕСКО является крупнейшей российской компанией, оказывающей услуги морского, железнодорожного и автомобильного транспорта. Представляет собой группу компаний, обладает собственным флотом, железнодорожным подвижным составом, портовыми, морскими и сухопутными терминальными комплексами, а также сетью офисов во многих странах мира. В группу компаний входит крупнейший порт города Владивостока – публичное акционерное общество «Владивостокский морской торговый порт».

Целью комплексного анализа бухгалтерской отчётности организации является выявление ухудшения финансового состояния, и разработка предложений по его оптимизации.

Задачи исследования:

- провести горизонтальный анализ бухгалтерской отчётности;
- выявить слабые стороны;
- предложить пути оптимизации слабых сторон.

Для исследования выбрана одна из компаний, входящих в группу – ПАО «ВМТП». Таким образом, объектом исследования является бухгалтерская отчетность Владивостокского морского торгового порта.

Владивостокский морской торговый порт – это крупнейший универсальный порт во всем Дальневосточном регионе с ежегодным грузооборотом более 12,9 миллионов тонн [7].

Полное наименование: Публичное акционерное общество «Владивостокский морской торговый порт», сокращённое: ПАО «ВМТП» [9].

Основной вид деятельности – 52.22 Деятельность вспомогательная, связанная с водным транспортом. Миссия организации: устойчивое развитие и социальная ответственность.

В порту имеется 15 причалов общей протяжённостью 3,2 км. Глубина на подходе – 25–30 м и у причалов – 10-15 м, более 200 ед. кранов и прочей спецтехники. Производственные мощности ВМТП позволяют переваливать все виды генеральных, навалочных и контейнерных грузов, а также нефтепродукты, автомобили, тяжелую технику, негабаритные и крупнотоннажные грузы. Ежегодная пропускная способность ВМТП 5 млн тонн генеральных грузов и нефтепродуктов, 82 тыс. единиц автомобилей и колесной техники и более 768 тыс. TEU контейнерных грузов. Один из основных транспортных узлов Дальнего Востока РФ, играющий важную роль в международных перевозках в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Также является ключевым звеном во внутрироссийских каботажных перевозках [1].

ВМТП входит в группу компаний FESCO, являющуюся одной из крупнейших частных транспортно-логистических компаний в России с активами в сфере портового, железнодорожного и интегрированного логистического бизнеса.

Юридический адрес Общества: 690095, Приморский край, г. Владивосток, ул. Стрельникова, 9 [7].

У ПАО «ВМТП» отсутствуют сведения о суммах недоимки и задолженности по пеням и штрафам, что говорит о своевременном погашении компанией всех задолженностей. Также, отсутствует информация и о налоговых правонарушениях. Если говорить о системе налогообложения Владивостокского морского порта, то обществом не применяется специальный налоговый режим, а также организация не является участником консолидированной группы налогоплательщиков [10].

Главной целью организации является извлечение прибыли. Если рассматривать основные технико-экономические показатели, характеризующие деятельность организации, можно отметить, что компания имеет достаточно высокую прибыль, а именно – 20810149 тыс. руб., 14533569 тыс. руб. и 13684680 тыс. руб. в 2021, 2020 и 2019 годах, соответственно.

Проведем комплексный анализ бухгалтерской отчетности ПАО «ВМТП». Первым этапом проанализируем динамику активов организации. Делать это будем частями – отдельно проанализируем внеоборотные активы, затем оборотные.

Горизонтальный анализ – это оценка темпов роста показателей бухгалтерского баланса за отчетный период. Данный вид анализа заключается в определении динамики показателей, помогает оценить темпы роста по каждой группе средств организации и их источников за конкретный период [6. с. 11].

Горизонтальный анализ внеоборотных активов ПАО «ВМТП» приведен в табл. 1.

Таблица 1

Анализ динамики внеоборотных активов организации за 3 последующих года

Показатели	На 31.12.2019, тыс. руб	На 31.12.2020, тыс. руб	На 31.12.2021, тыс. руб	Отклонение 2020 к 2019		Отклонение 2021 к 2020	
				Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %	Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %
Нематериальные активы	1834	161	66	-1 673	-91,221	-1 768	-96,401
Основные средства	6603183	7576156	8086482	972 973	14,735	1 483 299	22,463
Доходные вложения в материальные ценности	161599	156108	152597	-5 491	-3,398	-9 002	-5,571
Финансовые вложения	35839741	39153344	5463965	3 313 603	9,246	-30 375 776	-84,754
Отложенные налоговые активы	132963	185442	187425	52 479	39,469	54 462	40,960
Прочие внеоборотные активы:	12568044	16758025	1737335	4 189 981	33,338	-10 830 709	-86,177
Расходы будущих периодов	83532	77022	65775	-6 510	-7,793	-17 757	-21,258
Прочие дебиторы	1671560	16681003	4 163 333	15 009 443	897,930	2 491 773	149,069
Итого	55307364	63829236	15627870	8 521 872	15,408	-39 679 494	-71,7436

Анализируя динамику внеоборотных активов за 3 года, можно заметить резкое снижение внеоборотных активов в 2021 году. По сравнению с базовым годом, показатель снизился на 39679494 тысячи рублей или на 71,7436 процент. В 2020 году наоборот же наблюдается положительная динамика, прирост составил 8521872 тысяч рублей или 15,408 процентов по сравнению с базовым годом. Наиболее значительные изменения динамики произошли в статье «Финансовые вложения», а именно 84,754 процента снижение в 2021 году по сравнению с базовым годом. Более наглядно изменения основных строк видны на рис. 1.

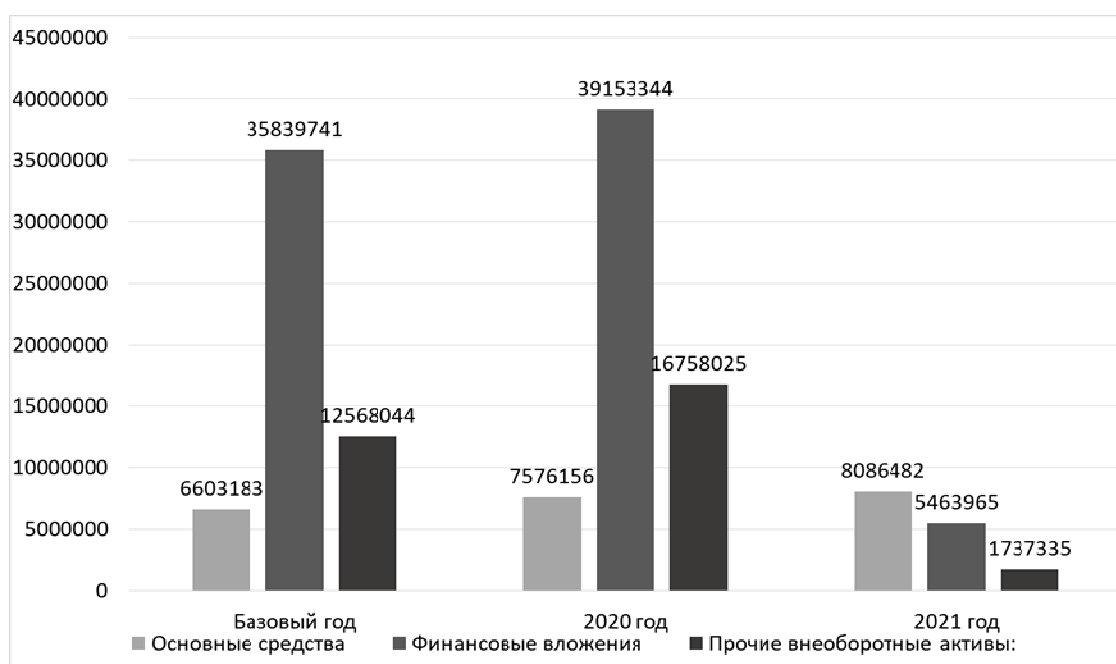


Рис. 1. Динамика внеоборотных активов 2019-2021 гг.

Проведем горизонтальный анализ оборотных активов организации за 3 года. Данные представлены в табл. 2.

Таблица 2

Анализ динамики оборотных активов организации за 3 последующих года

Показатели	На 31.12.2019, тыс. руб	На 31.12.2020, тыс. руб	На 31.12.2021, тыс. руб	Отклонение 2020 к 2019		Отклонение 2021 к 2020	
				Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %	Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %
Запасы	372536	298846	345066	363 173	278,96	249 854	191,91
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	43010	124935	118186	81 925	190,479	75 176	174,787
Дебиторская задолженность	4331523	2995370	22601669	-1 336 153	-30,847	18 270 146	421,795
Краткосрочные финансовые вложения	6781330	3526992	35699497	-3 254 338	-47,990	28 918 167	426,438
Денежные средства и денежные эквиваленты	131968	264296	3754484	132 328	100,273	3 622 516	2744,996
Прочие оборотные активы	2979	4742	6175	1 763	59,181	3 196	107,284
Итого	11663346	7215181	62525077	-4 448 165	-38,138	50 861 731	436,082

Анализируя динамику оборотных активов организации, можно отметить рост величины оборотных активов, на 436,082 процентов в сравнении с базовым годом. Больше всего положительная динамика заметна в строках Денежные средства и денежные эквиваленты (с 131968 тысяч рублей до 3754484 тысяч рублей), Краткосрочные финансовые вложения (с 6781330 тысяч рублей до 35699497 тысяч рублей). На 18 270 146 тысяч рублей увеличилась сумма дебиторской задолженности, что в будущем может послужить причиной возникновения денежных проблем при кризисах, спаде в экономике и других внешних неблагоприятных факторах [5]. Но, так как дебиторская задолженность относится к краткосрочной, то погашение ее произойдет в срок до года. Наглядно изменения в оборотных активах видно на рис.унке 2.

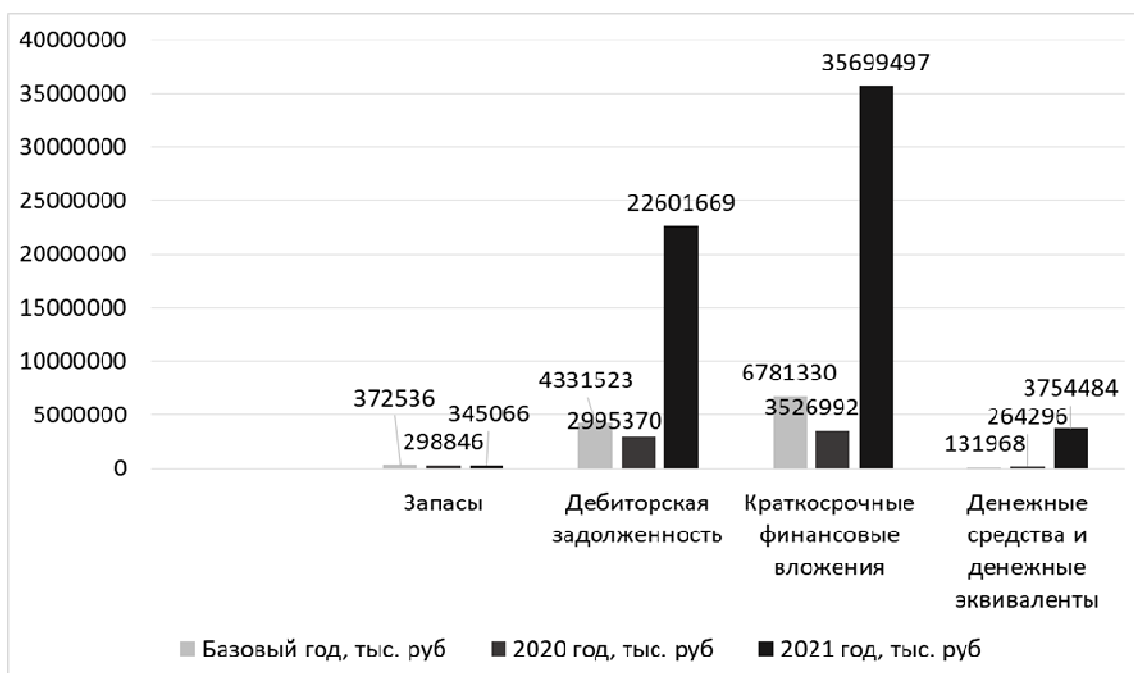


Рис. 2. Динамика оборотных активов 2019-2021 гг.

Следующим этапом анализа бухгалтерского баланса является горизонтальный анализ пассива бухгалтерского баланса исследуемой организации. В таблице 3 был приведён перечень показателей капитала и резервов организации, а также их динамика за три последующих года.

Таблица 3

Анализ динамики капитала и резервов организации за 3 последующих года

Показатели	На 31.12.2019, тыс. руб	На 31.12.2020, тыс. руб	На 31.12.2021, тыс. руб	Отклонение 2020 к 2019		Отклонение 2021 к 2020	
				Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %	Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %
Уставный капитал	247031	247031	247031	0	0,000	0	0,000
Собственные акции, выкупленные у акционеров	-81005	-81005	-81005	0	0,000	0	0,000
Переоценка внеоборотных активов	50477	50462	45346	-15	-0,030	-5131	-10,165
Добавочный капитал (без переоценки)	73952	73952	73952	0	0,000	0	0,000
Резервный капитал	44183	44183	44183	0	0,000	0	0,000
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	29246380	35075728	45611725	5829348	19,932	16365345	55,957
Итого	29581018	35410351	45941232	5829333	19,706	16360214	55,306

Анализируя динамику капитала и резервов ПАО «ВМТП», можно отметить ежегодный рост нераспределенной прибыли, что является положительным показателем. В 2020 году нераспределенная прибыль выросла на 19,93 процента или 5 829 348 тысяч рублей. В 2021 году отклонение от базового года по данной статье было 55,96 процентов или на 1 636 534 тысяч рублей. Данные изменения говорят о том, что предприятие генерирует прибыль. Из остальных изменений можно отметить то, что выкупа собственных акций у акционеров не было вообще. Помимо таблицы, изменения можно отследить на рисунке 3. Из неё можно увидеть, что нераспределенная прибыль намного больше остальных показателей.

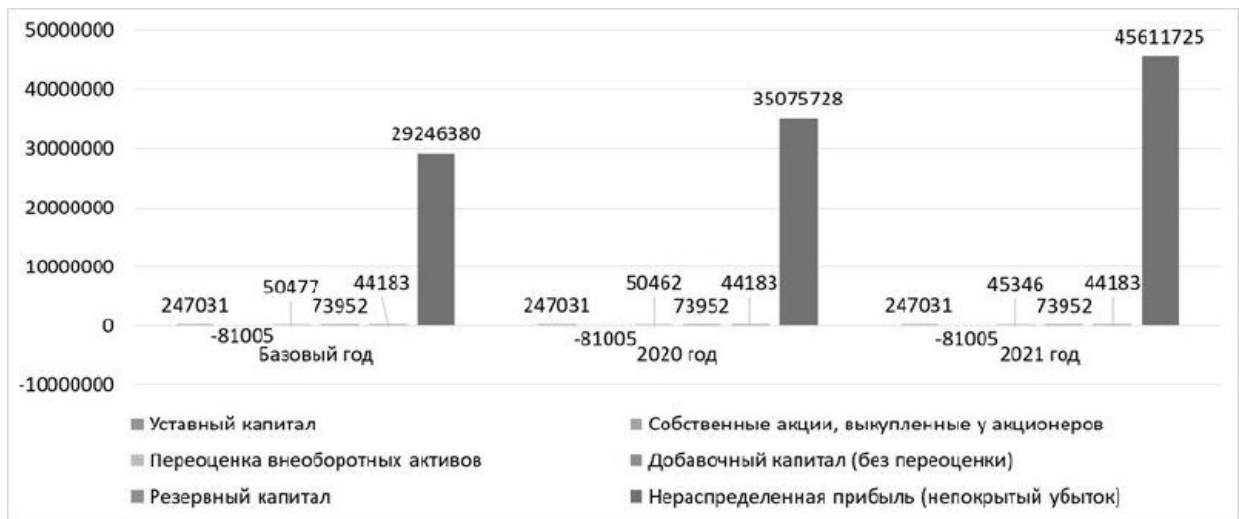


Рис. 3. Динамика капитала и резервов организации за 3 года

Продолжим исследования динамики пассивов организации, анализируя долгосрочные обязательства. Данные представлены в табл. 4.

Таблица 4

Анализ динамики долгосрочных обязательств организации за 3 года

Показатели	На 31.12.2019, тыс. руб	На 31.12.2020, тыс. руб	На 31.12.2021, тыс. руб	Отклонение 2020 к 2019		Отклонение 2021 к 2020	
				Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %	Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %
Заемные средства	27157169	22216561	24549301	-4 940 608	-18,19	-2 607 868	-9,60287
Отложенные налоговые обязательства	240201	273063	246832	32 862	13,68	6 631	4,72
Прочие обязательства	209431	553783	300406	344 352	164,42	90 975	130,81
Итого	27606801	23043407	25096539	-4 563 394	-16,53	-2 510 262	18444,05

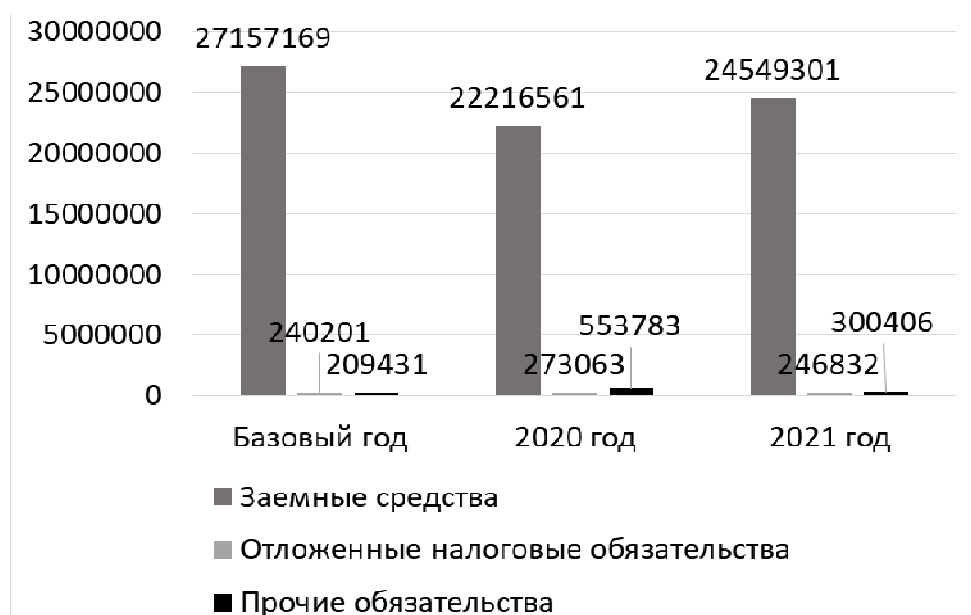


Рис. 4. Динамика долгосрочных пассивов организации за 3 года

Из таблицы можно сделать выводы о том, что в 2020 произошло уменьшение заемных средств с 27 157 169 тысяч рублей до 22 216 561 тысяч рублей в 2020 году. В 2021 году наоборот наблюдается положительная динамика данного показателя. Размер статьи отложенные налоговые обязательства к 2021 году почти не изменился, наблюдается рост за 3 года на 4,72 процентов. Также прочие обязательства увеличились с 209 431 тысяч рублей до 300 406 тысяч рублей. Строка итого изменилась в отрицательную сторону за счет снижения долгосрочных заемных средств. Скорее всего, это погашение банковского кредита, что не является негативным явлением. Выше, на рисунке 4 представлена гистограмма динамики за 3 года.

Проанализируем краткосрочные обязательства ПАО «ВМТП», динамика которых приведена в табл. 5.

Таблица 5

Анализ динамики краткосрочных обязательств организации за 3 года

Показатели	На 31.12.2019, тыс. руб	На 31.12.2020, тыс. руб	На 31.12.2021, тыс. руб	Отклонение 2020 к 2019		Отклонение 2021 к 2020	
				Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %	Абсолютное, тыс. руб	Темп роста, %
Заемные средства	6139833	8142783	3447174	2 002 950	32,62	-2 692 659	-43,86
Кредиторская задолженность	3052388	3581381	2824522	528 993	17,33	-227 866	-7,47
Доходы будущих периодов	1650	458	315	-1 192	-72,24	-1 335	-80,91
Оценочные обязательства	589020	866037	843165	277 017	47,03	254 145	43,15
Итого	9782891	12590659	7115176	2 807 768	28,70	-2 667 715	-27,27

Наибольшие изменения в таблице произошли по статьям заемные средства – увеличение суммы статьи на 32,62 процента в 2020 году, а также уменьшение на 43,86 процентов в 2021 году по сравнению с базовым годом. Данные изменения могут быть связаны с погашением кредитов в 2021 году. Также можно отметить изменения в статье доходы будущих периодов: с 2019 года до 2020 года сумма уменьшилась на 72,24 процента, и в следующем году продолжила падать, уже на 80,91 процент от 2019 года. В то же время, сумма кредиторской задолженности растет на 17,33 процента в 2020 году, но при этом снижается на 7,47 процентов в 2021 году. Если обратить внимание на статью оценочные обязательства, то можно увидеть стремительный рост в 2020 году на 47,03 процента, а в дальнейшем, в 2021 году, небольшое уменьшение данного показателя, после чего он составил 43,15 процента. В графе итого, несмотря на положительную динамику в 2020 году (плюс 28,70 процентов), в 2021 темп роста уменьшился на 27,27 процентов, по сравнению с 2019 годом. На гистограмме (рис. 5) представлены данные изменения.

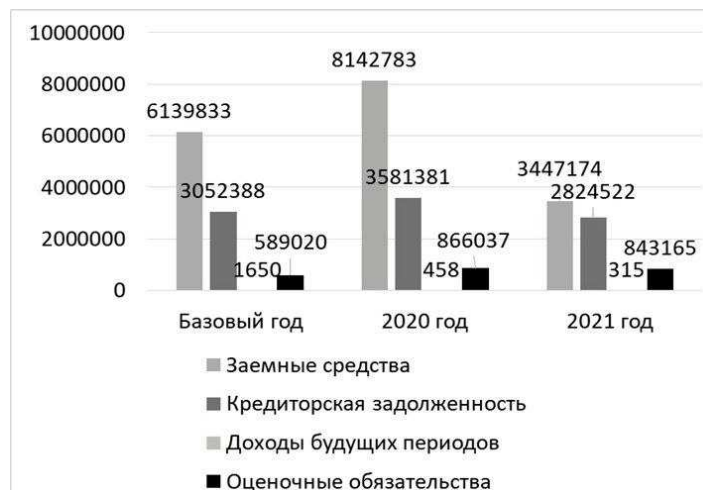


Рис. 5. Динамика краткосрочных пассивов организации за 3 года

Следующим этапом анализа бухгалтерского баланса организации является вертикальный анализ активов ПАО «ВМТП». Вертикальный анализ позволяет проанализировать удельный вес каждой статьи в общем итоге бухгалтерского баланса организации, определить структуру средств и произошедшие в структуре изменения [3]. Во время проведения этого анализа выполняется проверка соотношения одних показателей с другими.

В таблице 6 представлена структура активов за 3 года, а также отклонения от базового года.

Таблица 6

Анализ структуры актива бухгалтерского баланса организации за 3 года

Показатели	Сумма, тыс. руб			Удельный вес, %			Отклонение удельного веса, пункты	
	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020	На 31.12. 2021	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020	На 31.12. 2021	2020 к 2019	2021 к 2019
Внеоборотные активы	55307364	63829236	15627870	82,58	89,84	20,00	7,26	-62,58
Оборотные активы	11663346	7215181	62525077	17,42	10,16	80,00	-7,26	62,58
Итого	66970710	71044417	78152947					

Как становится видно из таблицы, с 2019 года до 2020 года наблюдается рост удельного веса внеоборотных активов организации (на 7,26 процентов), в 2021 году же удельный вес внеоборотных активов снизился, и теперь значительно преобладают именно оборотные активы.

Следующим этапом анализа бухгалтерского баланса организации является вертикальный анализ пассивов исследуемой организации, который поможет увидеть, какую долю занимает та или иная статья в общем итоге.

Таблица 7

Анализ структуры пассивов организации за 3 года

Показатели	Сумма, тыс. руб			Удельный вес, %			Отклонение удельного веса, пункты	
	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020	На 31.12. 2021	На 31.12. 2019	На 31.12. 2020	На 31.12. 2021	2020 к 2019	2021 к 2019
Капитал и резервы	29581018	35410351	45941232	44,17	49,84	58,78	5,67	14,61
Долгосрочные обязательства	27606801	23043407	25096539	41,22	32,44	32,11	-8,79	-9,11
Краткосрочные обязательства	9782891	12590659	7115176	14,61	17,72	9,10	3,11	-5,50
Итого	66970710	71044417	78152947	100	100	100		

Анализируя данную таблицу, можно сказать, что в основном изменения в структуре пассивов произошли из-за роста капитала и резервов на 14,61 процентов в 2021 году в сравнении с базовым годом, а также снижения долгосрочных обязательств на 9,11 процентов. В анализируемых периодах наименьшая доля приходилась на краткосрочные обязательства. Наибольшую долю во все года занимали капитал и резервы.

Несмотря на то, что по произведенным расчетам и анализу видно, что деятельность ПАО «ВМТП» является достаточно эффективной, организации следует произвести оптимизацию определенных процессов в организации своей деятельности.

Оптимизация деятельности компании – это совокупность различных действий, благодаря которым, деятельность компании станет более результативной, а также избежит возможные финансовые потери. Зачастую, оптимизацию деятельности можно проводить ещё до того, как компания понесла убытки [8].

Для оптимизации деятельности предприятия следует провести изменение в порядке выполнения различных процессов. Например, необходимо обеспечить работу с дебиторской задолженностью, разобраться в причинах её возникновения. Так как самой главной целью анализа финансового состояния организации является определение того, как дебиторская задолженность влияет на компанию [2]. Стоит выполнять услуги лишь по предоплате, чтобы избежать возможных убытков. Помимо этого, можно ввести предоставление скидок за досрочное погашение дебиторской задолженности, так как это как раз поможет её снизить, а также предотвратит возникновение долгосрочной дебиторской задолженности [4].

В целом, организация развивается и ежегодно увеличивает свою прибыль. Для неё характерна большая величина заемных средств, но это не означает, что платежеспособность организации находится под угрозой. Это наоборот увеличивает рентабельность собственного капитала компании.

ПАО «ВМТП» стабильно увеличивает объемы перевалки. На момент 2021 года, общий грузооборот составил почти 13 тонн, а также второй год подряд порт занимает первую строку рейтинга российских портов по контейнерообороту. ВМТП сделал ставку на развитие контейнерной составляющей и последовательно наращивает объёмы контейнерооборота. Он внедряет новые технологии в производство, закупает технику, что хорошо видно в балансе в основных средствах. В 2020 году можно заметить резкий рост зданий, машин и оборудования, и других основных средств, которые составили 6199438 тысяч рублей, увеличившись в сравнении с 2019 годом на 24,5 процента.

Для обеспечения эффективной обработки растущего объема грузопотока ВМТП реализует комплексную программу модернизации производственных мощностей. В частности, в конце декабря 2021 года «Владивостокский морской торговый порт» заказал 8 кранов на пневматическом и рельсовом ходу в рамках развития порта до 2025 года.

Анализ финансовых результатов организации дает возможность определить наиболее рациональные ресурсы и сформировать структуру средств предприятия. Кроме того, он может выступать в качестве инструмента прогнозирования отдельных показателей предприятия и финансовой деятельности в целом, чтобы в случае чего, можно было своевременно принять определённые меры. Также, анализ – это изучение информации о прибыли и убытках компании, с целью понимания эффективности её работы. Все выше сказанное подтверждает важность анализа финансовых результатов на предприятии. Как видно из новостного сообщения, компания активно развивается и ежегодно улучшает свои показатели.

1. Владивостокский морской торговый пор. – Текст: электронный. – URL: <https://www.fesco.ru/ru/clients/terminals/vmtp/>.

2. Влияние расчётов с дебиторами и кредиторами на финансовое состояние предприятия. – Текст: электронный. – URL: <https://web.snauka.ru/issues/2017/03/80419>.

3. Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса. – Текст: электронный. – URL: <https://www.b-kontur.ru/enquiry/1060-analiz-buhgalterskogo-balansa>.

4. Задолженности: преимущества и недостатки. – Текст: электронный. – URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2015/10/9891>.

5. Как управлять дебиторской (кредиторской) задолженностью БУ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.audit-it.ru/articles/account/contracts/a68/967579.html>.

6. Крылов С.И. Финансовый анализ: учебное пособие для студентов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та 2016. – 160 с.

7. Общая информация Владивостокский морской торговый порт. – Текст: электронный. – URL: <https://vmtp.ru/o-kompanii>.

8. Оптимизация бизнес-процессов: как настроить компанию на работу. – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/33goYp>.

9. Организация ПАО «ВМТП». – Текст: электронный. – URL: <https://www.list-org.com/company/348/>.

10. ПАО «ВМТП». – Текст: электронный. – URL: <https://clck.ru/33g8CU/>.

ВЛИЯНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНО ОБЩЕСТВЕННОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ И СОХРАНЕНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ В АСПЕКТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

К.Ф. Крючкова

магистрант

Н.Г. Ивельская

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Создание комфортной городской среды является одним из приоритетных целей национальной политики Российской Федерации, которое непосредственно влияет на уровень жизни населения. Цель данного исследования состоит в выявлении роли территориального общественного самоуправления в формировании комфортной городской среды, а также в возможности принимать ответственность за развитие своего муниципалитета. Вовлеченность граждан в создание объектов благоустройство, не только повлияет на качество городской среды, но и повысит инвестиционную привлекательность самого муниципального образования. Использование методов инициативного бюджетирования увеличило потенциальные возможности муниципалитетов в части привлечения бюджетных ассигнований не только за счет местных бюджетов, но и субсидиарной поддержки региона и иных внебюджетных источников.

Ключевые слова: *комфортная городская среда, инициативное бюджетирование, территориальное общественное самоуправление, инициативность населения, местное самоуправление.*

THE INFLUENCE OF TERRITORIAL PUBLIC SELF-GOVERNMENT ON THE DEVELOPMENT AND PRESERVATION OF A COMFORTABLE URBAN ENVIRONMENT IN TERMS OF THE USE OF METHODS OF INITIATIVE

Creating a comfortable urban environment is one of the priorities of the national policy of the Russian Federation, which directly affects the standard of living of the population. The purpose of this study is to identify the role of territorial public self-government in the formation of a comfortable urban environment, as well as the ability to take responsibility for the development of their municipality. The involvement of citizens in the creation of landscaping facilities will not only affect the quality of the urban environment, but also increase the investment attractiveness of the municipality itself. The use of initiative budgeting methods has increased the potential of municipalities in terms of attracting budget allocations not only from local budgets, but also from subsidiary support of the region and other extrabudgetary sources.

Keywords: *comfortable urban environment, initiative budgeting, territorial public self-government, initiative of the population, local government.*

Правительством Российской Федерации на период до 2024 года определены основные меры государственной политики по достижению национальных целей развития, одной из которых, является повышение качества государственного управления путем вовлечение граждан в государственное и муниципальное управление в целях обеспечения принятия взвешенных и социально-ответственных решений по вопросам социально-экономического развития, в первую очередь на региональном и местном уровнях и повышение эффективности их реализации, которая будет обеспечена, в том числе путем развития механизмов территориального общественного самоуправления.

Территориальное общественное самоуправление – это самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории поселения, внутригородской территории города федерального значения, городского округа, внутригородского района для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения (ст. 27 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации») [1].

Основной задачей общественного самоуправления является обустройство и благоустройство мест проживания, создание развитой инфраструктуры для безопасного перемещения людей, парковки автотранспортных средств, мест организации отдыха и развития детей, размещение физкультурно-оздоровительных комплексов, объектов складирования и утилизации бытовых отходов. Для этой цели ТОС вправе создавать объекты коммунально-бытового и социально-культурного назначения. ТОС разрабатывает проекты и программы развития своей территории.

В 2021 году вступили в силу Федеральный закон от 20 июля 2020 года № 236-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и Федеральный закон от 20 июля 2020 года № 216-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации», что стало дополнительным и необходимым импульсом по вовлечению граждан в бюджетный процесс [2]. На примере региональной столицы Приморского края – Владивостокского городского округа, рассмотрим реализацию права населения на территориальное самоуправление (далее ТОС).

Правовая природа данного процесса имеет логически и процессуально отработанный механизм. Институциональное развитие ТОС во Владивостокском городском округе отражено в Уставе Владивостокского городского округа статьями 7 и 13 и закреплено в следующей редакции: «...под территориальным общественным самоуправлением понимается самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории города Владивостока для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения» [3].

Далее правовая конфигурация развития данного института представлена муниципальной программой «Развитие территориального общественного самоуправления на территории Владивостокского городского округа» на 2018 – 2023 годы (далее – Программа) [4]. Основные мероприятия данной программы, цели и ожидаемые результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Структурные блоки МП «Развитие территориального общественного самоуправления на территории Владивостокского городского округа» на 2018 – 2023 годы

Блоки МП	Описание
Отдельные мероприятия	– оказание финансовой поддержки территориальным общественным самоуправлениям (далее – ТОС) города Владивостока; – оказание консультативно-методической поддержки представителям ТОС, жителям по вопросам создания и организации деятельности ТОС города; – реализация мероприятий, имеющих приоритетное значение для жителей Владивостокского городского округа
Цели муниципальной программы	– создание благоприятных условий для развития и осуществления деятельности ТОС города Владивостока; – поддержка общественно значимых инициатив ТОС города Владивостока по вопросам местного значения; – создание условий для реализации мероприятий, имеющих приоритетное значение для жителей Владивостокского городского округа, по вопросам местного значения.
Задачи муниципальной программы	– выявление общественно значимых инициатив ТОС города Владивостока и создание условий для их реализации; – повышение уровня знаний инициативных граждан по вопросам создания ТОС города Владивостока; – повышение уровня знаний представителей ТОС города Владивостока по вопросам эффективной организации деятельности ТОС города Владивостока; – реализация проектов инициативного бюджетирования на территории Владивостокского городского округа.

Программные мероприятия обеспечивают ТОСам финансовый и ресурсный потенциал. Реализуемые мероприятия, представленные в Программе, направлены на увеличение количества ТОС с 3 в 2017 году, до 46 в 2023 году. При этом из общего количества запланированных в регистрации ТОСов 32 должны получить финансовую поддержку из средств бюджета ВГО. И конечно, основная результативность данной муниципальной программы оценивается количеством реализованных проектов ИБ. Данный показатель по 2022 году представлен 10 проектами. На основании данных сводного отчета о реализации муниципальных программ в ВГО в 2021 и 2022 годах определена тенденция к снижению бюджетных расходов на данную программу в 2022 году (рис. 1) [5; 6].

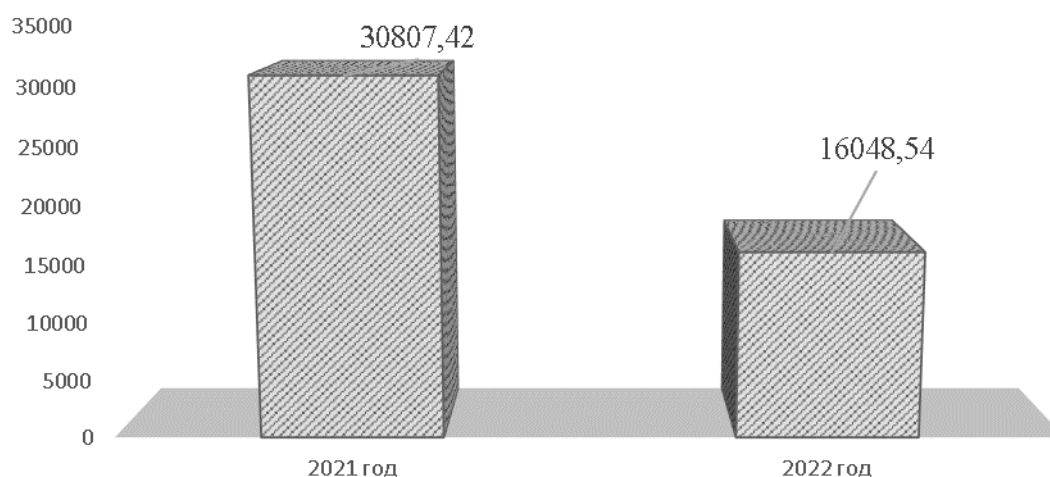


Рис.1. Кассовое исполнение расходов на мероприятия МП «Развитие территориального общественного самоуправления на территории Владивостокского городского округа» за 2021–2022 годы, в тыс. рублей

Данные рисунка 1 отражают существенное снижение финансирования МП в 2022 году на 49,67%. Это снижение обусловлено сокращением активности населения в части реализации проектов ИБ. При этом, что правовой контур и этого процесса имеет четкую конфигурацию и прозрачное его трактование. В целях реализации мероприятий, имеющих приоритетное значение для жителей Владивостокского городского округа или его части, по решению вопросов местного значения или иных вопросов, право решения, которых предоставлено органам местного самоуправления города Владивостока, в администрацию города Владивостока может быть внесен инициативный проект [7].

Благодаря участию в конкурсах инициативного бюджетирования граждане могут реализовать свои проекты, направленные на ремонт, реконструкцию или благоустройство территорий, а также установку детских и спортивных площадок [8].

Механизм инициативного бюджетирования в городе Владивостоке реализуется посредством участия граждан в конкурсах, проводимых как самим муниципалитетом, так и региональными ОГВ, в частности, в конкурсе «Твой проект», организованный Министерством финансов Правительства Приморского края (рис. 2) [9].

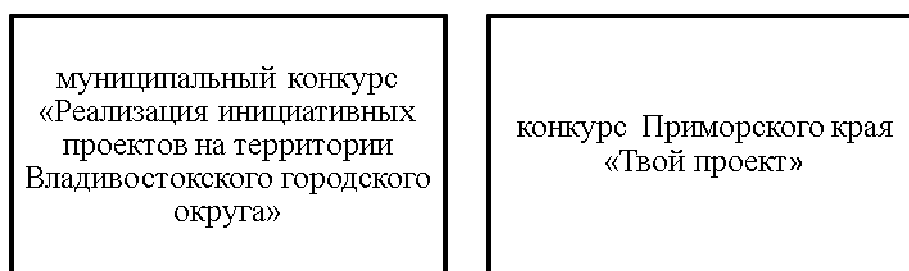


Рис. 2. Конкурсы инициативного бюджетирования, реализуемые на территории Владивостокского городского округа

На региональном уровне также доступны следующие формы поддержки деятельности ТОС: создание правовой базы, организация конкурсов на получение грантов, развитие совещательных форматов или ресурсных программ [10]. У ТОС есть возможности участия в программах, в формате инициативного бюджетирования на уровне региона. Что в свою очередь усиливает потенциальные возможности в части ресурсного обеспечения инициатируемых проектов, тем самым усиливая роль территориального общественного самоуправления, так как участие в проектах, в том числе и в формате ИБ, обеспечивает право распоряжаться частью бюджетных средств и определять приоритеты их расходования.

В разрезе проводимых публичных слушаний при обсуждении проектов бюджетов муниципалитетов на текущие периоды бюджетного планирования по вопросам финансирования проектов ИБ часто возникает дискуссионный формат обсуждения, в части объемов бюджетных средств на их реализацию и их обоснование в аспекте приоритетности. В практиках ИБ механизм ТОС позволяет

выдвигать инициативы, организовывать процедуры обсуждения, контролировать ход выполнения проектов, таким образом активно участвуя в решениях местных проблем.

В первую очередь, прямое участие жителей в территориальном общественном самоуправлении посредством участия в конкурсах, проводимых двумя уровнями бюджетной системы, является обучающей платформой для развития института ТОС, в том числе, и в аспекте ресурсного обеспечения проектов за счет бюджетных источников двух уровней бюджетной системы. Также цель этой платформы не только выступить с инициативой, подкрепленной проектным решением, но и разделить ответственность за реализацию проекта. Совместное участие в решении вопросов местного значения позволяет аккумулировать человеческие и финансовые ресурсы муниципалитета и субъекта, особенно с учетом того, что Владивосток является не только столицей региона, но и всего ДФО. Это в свою очередь накладывает особую ответственность в оба уровня власти и население столицы. Данные о реализации регионального проекта «Твой проект» отражают положительную тенденцию к привлечению населения в проекты такого формата, не только с позиции их иницирования, но и контроля за их реализацией уполномоченными на то структурами [11].

В рамках постановления администрации города Владивостока от 03.10.2018 № 2656 «Об утверждении муниципальной программы «Развитие территориального общественного самоуправления на территории Владивостокского городского округа» на 2018–2023 годы в 2022 году управлением содержания жилищного фонда администрации города Владивостока успешно реализованы 18 проектов, на общую сумму субсидий – 17,05 млн. рублей. Для сравнения в 2021 году было реализовано всего 5 проектов.

В соответствии с постановлением администрации г. Владивостока от 19.02.2021 № 579 «О расходовании субсидий из краевого бюджета на реализацию проектов инициативного бюджетирования по направлению «Твой проект» реализованы такие проекты, как: благоустройство придомовой территории по ул. Каплунова, 8 в г. Владивостоке; сквер «Сочинский оазис». Общая сумма субсидий составила 6,059 млн рублей.

Инициативные проекты реализованы путем предоставления субсидий из бюджета ВГО управляющим организациям, обслуживающим придомовые территории, в границах которых реализовывались проекты. Контроль за реализацией данных проектов осуществляли и представители ТОСов. В 2021 году также успешно реализованы проекты инициативного бюджетирования: территория спорта на Патрокле (г. Владивосток, Можайская, 20); спортивная многофункциональная площадка (г. Владивосток, ул. Гризодубовой, 53). Общая сумма субсидий составила 17,54 млн. рублей. Примерно в объемах 2022 года [11].

Формирование комфортной среды для жизнедеятельности населения Владивостока также имеет программный формат. Создание условий для участия населения, общественных формирований и гражданских институтов в реализации муниципальной программы «Формирование современной городской среды на территории Владивостокского городского округа» на 2018–2022 годы возложено на администрацию ВГО [12]. При этом учитываются потребности самих жителей, а территориальное общественное самоуправление, как институциональная основа системы местного управления способствует не только вовлечению населения в реализацию проектов ИБ и иного характера, но и формированию патриотического настроения и активной гражданской позиции, особенно у молодежи, посредством совместной реализации данных инициатив [13].

Опора на мнение и ожидания жителей при принятии решений минимизирует социальную напряженность в муниципалитете. Таким образом, эффективная деятельность территориального общественного самоуправления позволяет повысить не только инвестиционную привлекательность муниципального образования в вопросах создания комфортной среды проживания, но и сформировать у населения ответственность за сохранение полученных результатов от реализованных проектов.

В свою очередь для эффективного развития территориального общественного самоуправления в конкретно взятом муниципальном образовании органы местного самоуправления должны приложить не только усилия организационно-управленческого плана, но и иметь высокий уровень мотивации и осознавать полезность территориального общественного самоуправления для развития муниципального образования.

ТОС повышает степень организованности и структурированности местных сообществ, что имеет положительные эффекты для муниципалитета. Эффективная деятельность ТОС позволяет повысить инвестиционную привлекательность муниципального образования посредством создания комфортной среды проживания и снижения уровня социальной напряженности.

Институционально деятельность ТОС ограничена вопросами местного значения, но потенциал ТОС может быть существенно увеличен и может стать мощным ресурсом социально-экономического развития муниципалитетов, в том числе, и посредством привлечения дополнительных источников финансирования иницируемых проектов за счет субсидий бюджетов вышестоящей бюджетной системы, а также добровольных пожертвований, не только финансовой природы, но и интеллектуального и материального свойства.

Выполнение ТОСами своих функций зависит от множества факторов. Важнейшая роль принадлежит инициативам, побуждениям членов территориальных сообществ, мотивации участвовать в территориальном общественном самоуправлении. Однако решение проблем зависит не только от активности этих людей, но и от усилий органов местной власти, от их готовности вовлекать в процесс управления дополнительные общественные формирования, тем самым несколько усложняя «логистику» в принятии, реализации и контроле тех или иных управленческих решений.

Таким образом, можно сделать вывод, что непосредственное участие жителей в осуществлении местного самоуправления через институциональную основу ТОС повышает вовлеченность населения в жизнь отдельно взятой территории в границах муниципалитета, а опыт непосредственного сотрудничества с органами местного самоуправления ведет к пересмотру у жителей отношения к их деятельности.

В результате жители лучше могут понять всю сложность стоящих перед местными властями проблем. Что может повлиять на увеличение степени доверия между жителями и органами местного самоуправления, а также обеспечит для них возможность опираться на поддержку населения в своих начинаниях. Прямое участие жителей в ТОС приводит к снижению иждивенческих настроений – жители начинают разделять ответственность за развитие своего района (микрорайона) с органами местного самоуправления.

Кроме того, повышается гибкость в осуществлении местного самоуправления. Активность жителей (в отличие от деятельности органов местного самоуправления) не имеет жестких правовых ограничений и может более свободно использовать различные формы и методы работы, что зачастую осложнено в силу разных причин для органов местного самоуправления.

Территориальное общественное самоуправление является эффективной платформой для привлечения к местному самоуправлению молодежи. На практике именно молодежь является наиболее деятельной частью ТОС, получая опыт социальной активности в раннем возрасте, что помогает им сохранить активную жизненную позицию в дальнейшем. Территориальное общественное самоуправление – это важный механизм решения вопросов местного значения, разрешения выявленных проблем, самореализации гражданами собственных запросов и инициатив.

Исходя из вышеизложенного следует сделать следующие выводы:

1. Развитие института территориального общественного самоуправления в региональном центре имеет ряд существенных особенностей, а именно:

– оформленную правовую платформу для реализации прав населения ВГО на территориальное общественное управление, с финансовым обеспечением инициатив населения на решение отдельных вопросов местного значения, особенно в сфере благоустройства мест проживания и мест общего пользования;

– расширение финансовых возможностей ТОСов в части реализации проектов ИБ за счет субсидий регионального бюджета;

– представители ТОСов максимально привлечены в осуществление контрольных функций за реализацией проектов, связанных в формированием комфортной городской среды и проектов, участвующих в региональном конкурсе «Твой проект».

2. Институциональная природа ТОСов позволяет привлекать к решению вопросов местного значения иные гражданские формирования и общественные структуры, объединение которых позволяет получить максимальный синергетический эффект. Это относится к вопросам патриотического воспитания молодежи и подростков, оценки экологических факторов, состояния рекреационного потенциала ВГО, его рационального использования.

3. Относительно вовлечение населения в процесс инициативного бюджетирования, как в рамках ТОСов, так и вне данных структур, следует отметить повышение активности населения ВГО в инициировании проектов, связанных с благоустройством придомовых территорий и мест общего пользования. Благодаря реализации инициативных проектов на придомовых территориях осталось меньше необустроенного и неосмысленного пространства, пространство стало насыщено новыми объектами для отдыха и спорта, что повысило комфорт проживания жителей. Реализация проектов

позволило жителям проводить больше времени на улице, что обеспечило социализацию граждан всех возрастных групп – от детей, до пожилых. Наладились связи между соседями при прогулках и совместном занятии спорта. Кроме того, реализация проектов повысила общий уровень удовлетворенности населения от проживания в городе. Этому способствует также и развитие институциональной основы местного самоуправления – территорий общественного самоуправления.

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения 20.04.2023).

2. О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 20 июля 2020 года № 216-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.04.2023).

3. Об утверждении Устава города Владивостока: решение Думы города Владивостока от 03.03.2005 № 49 (в ред. от 22.06.2022 № 266-МПА) // СПС «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.04.2023).

4. Об утверждении муниципальной программы «Развитие территориального общественного самоуправления на территории Владивостокского городского округа» на 2018 – 2023 годы: постановление Администрации города Владивостока от 3.10. 2018 года № 2656 // СПС «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 20.04.2023).

5. Отчет об исполнении муниципальных программ Владивостокского городского округа за 2021 год. Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru> (дата обращения 20.04.2023).

6. Отчет об исполнении муниципальных программ Владивостокского городского округа за 2021 год. Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru> (дата обращения 20.04.2023).

7. О порядке реализации инициативных проектов на территории Владивостокского городского округа и о внесении изменений в отдельные муниципальные правовые акты города Владивостока: Муниципальный правовой акт города Владивостока от 03.03.2021 № 197-МПА // ИК «Консорциум Кодекс». URL: <https://docs.cntd.ru/document/574643598>(дата обращения 20.04.2023).

8. О создании комиссии по проведению конкурсного отбора инициативных проектов: Постановление администрации города Владивостока от 11.05.2021 №1740 // СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://kprim.ru/vo-vladivostoke-opredeleny-kriterii-konkursnogo-otbora-inicziativnyh-proektov-i-utverzhdensostav-konkursnoj-komissii/> (дата обращения 20.04.2023).

9. Краевой конкурс «Твой проект». – Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru/city-environment/blagoustroystvo-obshchestvennykh-prostranstv/Iniciativnoe-byudzhetrovanie/61367/> (дата обращения 20.04.2023).

10. Об отдельных вопросах реализации в Приморском крае проектов инициативного бюджетирования по направлению «Твой проект»: Постановление Правительства Приморского края от 10.11.2020 №955-пп – Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru> (дата обращения 20.04.2023).

11. Отчет о реализации инициативных проектов на территории Владивостокского городского округа. – Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru/city-environment/housing-and-utilities/realizatsiya-initsiativnykh-proektov-na-territorii-vladivostokskogo-gorodskogo-okruga/> (дата обращения 20.04.2023).

12. Об утверждении Порядка общественного обсуждения проекта муниципальной программы «Формирование современной городской среды на территории Владивостокского городского округа» на 2018 – 2022 годы и создании общественной комиссии для организации общественного обсуждения проекта муниципальной программы «Формирование современной городской среды на территории Владивостокского городского округа» на 2018 – 2022 годы и рассмотрения предложений заинтересованных лиц «О внесении изменений в постановление администрации города Владивостока от 14.09.2017 № 2247: Постановление администрации города Владивостока от 22.02.2018 №906 «» // ИК «Консорциум Кодекс». URL: <https://docs.cntd.ru/document/446661491> (дата обращения 20.04.2023).

13. Инициативное бюджетирование. – Текст: электронный // Администрация ВГО [сайт]. – Владивосток, 2023 – URL: <https://www.vlc.ru/city-environment/blagoustroystvo-obshchestvennykh-prostranstv/Iniciativnoe-byudzhetrovanie/61366/> (дата обращения 20.04.2023).

ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ООО «МАСИС»

Д.А. Липенит
бакалавр
Г.А. Петрова
канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Эффективная работа предприятия, в условиях рыночных отношений, невозможна без создания механизма управления развитием его кадрового потенциала, а также научной проработки методов кадрового обеспечения. Для оценки кадрового потенциала был проведен анализ его состояния, по результатам которого был сделан ряд выводов.

Ключевые слова: *кадровый потенциал, предприятие общественного питания, оценка, метод, балл.*

EXPERT ASSESSMENT OF THE PERSONNEL POTENTIAL OF THE CATERING COMPANY MASIS LLC

The effective operation of the enterprise, in the conditions of market relations, is impossible without the creation of a mechanism for managing the development of its human resources, as well as scientific study of methods of staffing. Due to the low level of professional training of personnel at enterprises, the theoretical development of socio-economic mechanisms for the reproduction of specialists of the enterprise is particularly significant.

Keywords: *personnel potential, catering company, assessment, method, score.*

Исследование распространенных методов оценки кадрового потенциала в научных источниках показало [1,2], что наиболее эффективным и актуальным к анализу кадрового потенциала предприятия общественного питания можно считать метод комплексного анализа кадрового потенциала с точки зрения эффективности достижения организационных целей.

Нами был проведен анализ на примере ресторана «Рица» в г. Находка. Анализ проведен методом комплексной оценки с помощью исследования уровня сложности трудовых функций работников и уровня ответственности их профессиональной деятельности.

По отзывам потребителей в сети Интернет, мы сделали вывод о том, что большинство недостатков предприятия связано с неквалифицированным персоналом. Для того, чтобы то достоверно выяснить, проведем анализ кадрового потенциала ООО «Масис».

Для начала проанализируем кадровый состав ресторана «Рица». Для исследования учитывается персонал контактной зоны (табл. 1).

Как мы видим по таблице 1, уровни образования разделились почти поровну. У двоих работников среднее образование, у двоих неоконченное высшее, у двоих среднее профессиональное.

В процессе анализа применена матричная модель [3], разработанная авторами по двум ключевым параметрам оценки: сложность профессиональной деятельности и степень ответственности.

Таблица 1

Кадровый состав ресторана «Рица»

Работник	Должность	Возраст, лет	Стаж работы, лет	Образование
1	Управляющий	36	6	Высшее
2	Администратор	24	3	Неоконченное высшее
3	Администратор	36	6	Среднее профессиональное
4	Официант	23	6	Неоконченное высшее

Работник	Должность	Возраст, лет	Стаж работы, лет	Образование
5	Официант	17	1	Среднее
6	Официант	19	2	Неполное средне- профессиональное
7	Бармен	21	3	Среднее профессиональное
8	Бармен	19	1	Среднее

Составлено автором.

Сложность профессиональной деятельности определяется видом деятельности, разнообразием работ, самостоятельностью выполнения работ, масштабом и сложностью руководства. По каждому параметру (сложность профессиональной деятельности, степень ответственности) выделяется высокий и низкий уровень. В зависимости от сочетания результатов оценки формируется четыре группы персонала.

Первая группа характеризуется высоким уровнем ответственности и высокой сложностью выполняемых трудовых функций. Вторая группа персонала характеризуется высокой сложностью работ при относительно низком уровне ответственности. Третья группа – высокая ответственность при низком уровне сложности. Четвертая категория персонала характеризуется низким уровнем ответственности и низкой сложностью исполняемых работ. Основная работа представителей данной категории – рутинные, повторяющиеся процессы, которые могут быть оптимизированы или исключены [4].

Сложность выполняемых задач или трудовых функций определяется такими компонентами, как: вид деятельности, разнообразие работ, самостоятельность выполнения работ, масштаб и сложность руководства.

Для того, чтобы объективно оценить уровень сложности, предлагается использовать метод балльной оценки. По каждому из компонентов оценки определено три характеристики, каждой из которых присвоен балл в зависимости от сложности от 1 – минимальный уровень сложности, до 3 – высокая сложность.

Изучив методику оценки кадрового потенциала, можно провести оценку трудовых ресурсов ресторана «Рица» (табл. 2).

Таблица 2

Оценка уровня сложности трудовых функций, в баллах

Работник	Должность	Вид деятельности	Разнообразие работ	Контролируемость выполнения работ	Масштаб и сложность руководства	Итого
Работник 1	Администратор	2	2	2	2	8
Работник 2	Официант	1	1	1	1	4
Работник 3	Бармен	1	1	1	1	4
Работник 4	Хостес	2	1	1	1	5
Работник 5	Повар	1	2	2	2	7

Составлено автором.

Суммируя оценки по всем компонентам, можно определить уровень сложности работ. Предлагается установить следующую шкалу оценок: 8–12 баллов – высокая сложность работ; 4–7 баллов – низкая сложность работ.

Из данных таблицы 2 можно сделать вывод, что администратор выполняет работу высокой сложности. Обслуживающий, а также производственный персонал выполняет работы низкой сложности.

Все работники обладают определенным уровнем ответственности. Ответственность является признаком сложности работы и неотделима от содержания труда. Чем сложнее трудовые функции

работника, тем выше уровень ответственности. Ответственность связана с влиянием трудовой деятельности на эффективность производства и возможные негативные последствия в случае допущения ошибки работником.

Таблица 3

Оценка уровня ответственности персонала, в баллах

Работник	Должность	Самостоятельность	Инициативность	Обязательность за результат	Значимость результатов работ	Итого
Работник 1	Администратор	2	2	3	2	9
Работник 2	Официант	1	1	1	1	4
Работник 3	Бармен	1	1	1	1	4
Работник 4	Хостес	2	1	1	1	5
Работник 5	Повар	1	1	2	2	6

Составлено автором.

Для оценки уровня ответственности предлагается использовать следующую шкалу: 8–12 баллов – высокий уровень ответственности; 4-7 баллов – низкий уровень ответственности.

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что у персонала, выполняющего более сложную работу, также больше и ответственности. Администратор несет высокий уровень ответственности, все остальные работники- низкий.

Далее предлагаем снова обратиться к нормативным стандартам и требованиям, и выяснить, соответствует ли уровень подготовки персонала ресторана «Рица» требованиям законодательства.

Согласно профессионального стандарта официанта/ бармена, к персоналу, занимающему данную должность, предъявляется ряд требований к уровню образования, опыту, уровню квалификации и т.д. Квалификация официанта/ бармена предполагает 4 уровня (с третьего по шестой) [5]. Для каждого уровня требования отличаются, поэтому для ясности и эффективности оценки рассмотрим требования к третьему (низшему) уровню квалификации. Предлагаем сравнить уровень фактической подготовки персонала ресторана «Рица» с требованиями профессионального стандарта официанта/бармена в табл. 4.

Таблица 4

Соответствие уровня профессиональной подготовки персонала ресторана «Рица» требованиям профессионального стандарта

Наименование требования	Профессиональный стандарт	Соответствие проф. стандарту
Задачи работника	Прием заказа на бронирование столика и продукцию на вынос и доставку	Соответствует
	Обслуживание гостей в зале ресторана	Соответствует
	Выполнение вспомогательных работ по обслуживанию гостей зале и баре ресторана	Выполнение основных работ по обслуживанию гостей в зале и баре ресторана
Профессиональное обучение	Программы профессиональной подготовки по профессиям рабочих	Отсутствие профессиональной подготовки
Наименование требования	Профессиональный стандарт	Соответствие проф. стандарту
Медицинская книжка	Наличие медицинской книжки, прохождение обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров	Соответствует
Возраст	Для реализации и хранения алкоголя- от 18 лет	Соответствует
Знания	Нормативно- правовые акты РФ, регулирующие деятельность организации питания	Соответствует

Наименование требования	Профессиональный стандарт	Соответствие проф. стандарту
	Порядок и процедура приема	Соответствует
	Правила регистрации заказа на бронирование столиков и продукции на вынос и доставку	Соответствует
	Стандарты приема входящих звонков	Не соответствует
	Стандарты приема входящих сообщений, полученных через мессенджеры	Не соответствует
	Этикет телефонного разговора и общения в мессенджерах	Не соответствует
Умения	Осуществлять прием заказов по телефону, через веб-ресурсы, мобильные приложения	Соответствует
	Использовать мессенджеры для приема заказа и первичного консультирования	Соответствует
	Вносить и редактировать данные в систему управления взаимоотношениями с клиентами	Соответствует

Составлено автором.

Проанализировав данные таблицы 4, можем сделать вывод о недостаточной профессиональной подготовке официантов/ барменов ресторана «Рица». Персонал не обучается основам обслуживания заблаговременно, а узнает нюансы сервиса уже в процессе работы, отсюда и пробелы в области необходимых знаний основ сервиса, такие как: этикет общения с потребителем (гостем), стандарты приема входящих звонков, сообщений. Также, сотрудники не соответствуют наиболее важному требованию: они не имеют профессиональной подготовки путем профессионального обучения, что требуется профессиональным стандартом официанта/ бармена.

Таким образом, оценка кадрового потенциала, в том числе подход, предложенный авторами, позволяет определить неблагоприятное текущее состояние кадровых ресурсов ресторана «Рица» и разработать мероприятия, направленные на повышение эффективности работы организации за счет более качественного использования кадрового потенциала. Из этого вытекает необходимость разработки системы обучения персонала ресторана «Рица» и работников сферы общественного питания в целом.

1. Горина, М. С. Управление персоналом предприятия и методы оценки его эффективности // *Modern Economy Success*. – 2019. – № 3. – С. 15-22.

2. Петухова Ж.Г. Методы оценки эффективности организации труда в системе менеджмента предприятия / Ж.Г. Петухова // *Инновации. Наука. Образование*. – 2022. – № 49. – С. 484-491.

3. Титаренко Д.В. Методологические подходы к оценке производительности труда на предприятии // *Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»*. – 2021. – Т. 3. – № 13. – С. 267-275.

4. Скорик А.А. Оценка эффективности труда как составляющей кадрового потенциала через формализацию экономических показателей // *Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности*. – 2021. – № 10. – С. 48–52.

5. Реестр профессиональных стандартов: [сайт]. – URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/> (дата обращения: 15.03.2023).

6. Петрова Г.А., Малахова А.А Исследование предпочтений потребителей корейской кухни в г. Владивостоке // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. – 2021. – Т. 13. № 3. – С. 40-52.

РОЛЬ ИНСТИТУТА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РФ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

А.С. Лукьянова
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В настоящее время эффективная система управления территориями это необходимое условие для ее развития, именно поэтому для того, чтобы запускать процессы социально-экономического развития используют функции прогнозирования, как отправной точки в этом сложном процессе. В статье рассматривается важность и необходимость успешной реализации функции прогнозирования социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, на примере Приморского края.

Ключевые слова: *субъект, прогнозирование, социально-экономическое развитие регионов, прогнозы, прогнозирование социально-экономического развития.*

THE ROLE OF THE INSTITUTE OF FORECASTING IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION (ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

At present, an effective territorial management system requires its development, which is why the forecasting function is used as a starting point in this complex process to launch the processes of socio-economic development. The article predicts a significant and successful implementation of the function of socio-economic development of the constituent entities of the Russian Federation, on the territory of the Primorsky Territory.

Keywords: *subject, forecasting, socio-economic development of regions, forecasts, forecasting socio-economic development.*

Прогнозирование социально-экономического развития – это отправная точка необходимая для эффективной работы управления региональным развитием. Благодаря обоснованному прогнозу определяют цели социально-экономического развития субъекта РФ, а также приоритетные направления в развитии регионального хозяйственного комплекса.

Прогнозирование социально-экономического развития является предвидением состояния экономики и социальной сферы в будущем, а также является составной частью государственного регулирования экономики, которая направлена на определение тенденций развития регионального комплекса и его структурных составляющих. На сегодняшний день экономическая ситуация в Российской Федерации нуждается в знаниях перспектив развития не только в стране, но и в отдельных регионах. Разработка научно-обоснованного прогноза, стратегий и программ социально-экономического развития региона – это важнейшие функции федеральных органов исполнительной власти субъектов РФ. [1]

Прогноз социально-экономического развития субъекта содержит в себе набор индивидуальных прогнозов, который демонстрирует дальнейшую судьбу в различной сфере общественной жизни, а также благодаря набору индивидуальных прогнозов, возможно, узнать общий экономический прогноз, показывающий, насколько эффективно развивается экономика и социальная сфера того или иного региона РФ.

Исходя, из индивидуальных прогнозов можно оценить: демографическую ситуацию в стране; состояние природной среды; положение технологических решений и вероятность интеграции в производство в будущем; наиболее важные факторы производства, это могут быть как капитал, труд и инвестиции; охват и динамику спроса населения на продукцию и услуги; спрос платежеспособного населения на товары и услуги; скорость развития промышленности, сельского хозяйства, строительства, территорий и других значимых направлений деятельности.

Основной нормативно-правовой основой для осуществления прогнозирования в Российской Федерации является Федеральный закон №172-ФЗ от 28.06.2014 года «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Указанный Федеральный закон регулирует отношения, которые возникают среди участников стратегического планирования в результате целеполагания, прогнозирования, планирования, а также программирования социально-экономического развития страны, регионов, муниципальных образований и сфер государственного и муниципального управления [2].

Прогноз социально-экономического развития разрабатывается по вариантам, которые отражают различные изменения внешних и внутренних условий, ставит среднесрочные и долгосрочные цели, а также ориентиры развития страны и основные направления их достижения.

Прогноз социально-экономического развития на долгосрочный период разрабатывается Министерством экономического развития РФ каждые 6 лет на 18 лет с учетом прогноза научно-технологического развития РФ и стратегического прогноза РФ в основу берутся данные, предоставляемые федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов РФ, а также другими участниками стратегического планирования [3].

Важно отметить, что долгосрочный прогноз должен быть сформирован в двух основных вариантах, а также должен быть сформирован в целом по стране, федеральным округам, регионам и по видам экономической деятельности.

На рисунке 1 наглядно представлены варианты формирования долгосрочного прогноза.

Базовый вариант	• Характеризует основные тенденции и параметры развития экономики в условиях консервативного изменения внешних условий
Консервативный вариант	• Разрабатывается на основе консервативных оценок темпов экономического роста с учетом возможности ухудшения внешнеэкономических условий

Рис. 1. Основные варианты, по которым формируется долгосрочный прогноз

Среднесрочный прогноз социально-экономического развития разрабатывает Министерство экономического развития каждый год на очередной финансовый год, а также на плановый период, в основу берут анализ внешних и внутренних условий социально-экономического развития и данные, которые предоставляют федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов другие участники стратегического планирования [4].

Процесс разработки прогнозирования субъекта состоит из трех блоков: аналитического, концептуального и прогнозного. Основное содержание в исследовании и прогнозировании – разработка концепции социального и экономического развития субъекта при этом важно учитывать стоящие социальные и экономические цели региона.

Разрабатывая концепцию социально-экономического развития региона, выделяют два основополагающих этапа. Формируют цели и конкретизируют их в виде определенной задачи, которая непосредственно направлена на решение соответствующей проблемы. Определяют и берут в основу приоритеты целей и задач социально-экономического развития и после чего разрабатывают стратегию регионального развития.

Приморский край в составе Дальневосточного федерального округа занимает позицию самого густонаселенного региона, при этом занимает около 2,7% территории (164,7 тыс. кв. км). Край является самым густозаселенным на Дальнем Востоке (по официальным данным Примстата на 2021 год численность населения равна 1863 тыс. человек), динамика численности представлена на рис. 2 [5].



Рис. 2. Динамика численности населения регионов ДФО

Приморский край имеет выгодное географическое расположение в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Благодаря своему месторасположению регион обладает высоким экспортным потенциалом и занимает позицию транзитного экспортного хаба для РФ на Дальнем Востоке. Особо важное значение Приморский край имеет как место базирования и тыловая база Тихоокеанского флота.

Основными секторами экономики являются транспорт, связь и торговля, также большое значение имеют отрасли, связанные с природно-ресурсным потенциалом: горнодобывающая промышленность, агропромышленный и рыбохозяйственный комплексы, пищевая промышленность, машиностроительный комплекс (авиастроение, судостроение и судоремонт) и лесная промышленность. Приоритетными направлениями являются развитие транспортной инфраструктуры и возможностей морских портов и приграничной инфраструктуры, развитие экспорта газохимии и нефтехимии через морские порты или сухопутные погранпереходы Приморского края, развитие лесопромышленного комплекса, добыча и обогащение полезных ископаемых, а также развитие сельского хозяйства [6].

Индекс промышленного производства (по видам экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающее производство», «Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха») в 2021 году по сравнению с 2020 годом составил 122,2%, что является самым высоким в макрорегионе. Динамика индекса промышленного производства представлена на рис. 3.

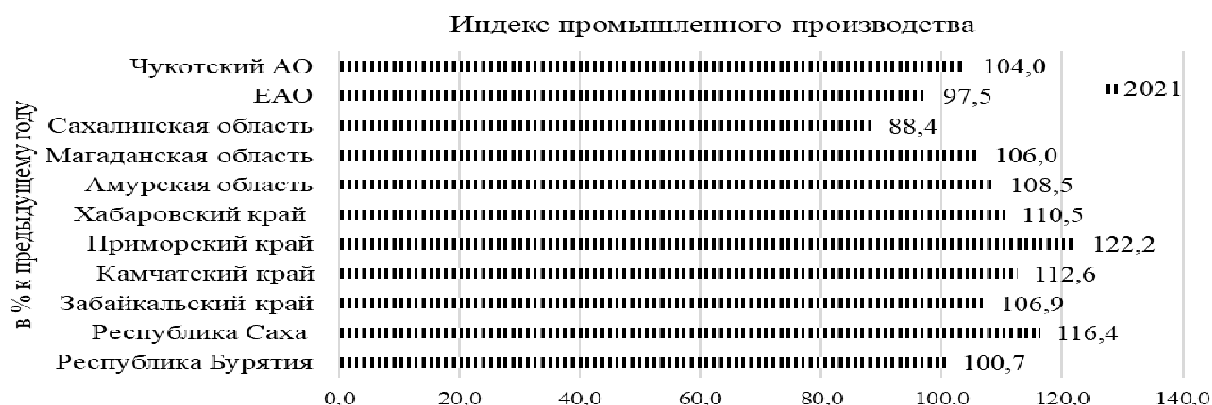


Рис. 3. Динамика индикатора «Индекс промышленного производства» в регионах ДФО

Прогноз социально-экономического развития Приморского края на долгосрочный период до 2030 года – это базовый документ, используемый для составления иных прогнозов, а также для определения основных мероприятий реализации по ключевым направлениям. В указанном прогнозном документе содержится информация о динамике показателей достижения целей стратегии, также в прогнозе на долгосрочный период указана информация о динамике показателей выполнения задач стратегии и перечень приоритетных проектов [7].

На долгосрочный и среднесрочный период прогноз социально-экономического развития в Приморском крае разрабатывают на вариативной основе. Прогнозируя показатели социально-экономического развития Приморского края в содержательную часть, входит: оценка достигнутого уровня социально-экономического развития; оценка факторов и ограничений экономического роста; все направления и целевые индикаторы (используют как один, так и несколько) вариантов прогноза социально-экономического развития; основополагающие параметры государственных программ.

Численность проживающего населения на территории региона – это один из важнейших показателей для социально-экономического развития, динамика данного показателя представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика показателя «Численность населения» в Приморском крае

Показатели	Факт			Прогноз		
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Численность населения (в среднегодовом исчислении), тыс. руб.	1907,88	1899,29	1891,41	1890,08	1889,67	1890,43

Обратив внимание на динамику численности населения за 2021 год (рис. 2 и табл. 1), можно заметить, что в Приморском крае показатель численности населения не достиг планового значения, что обусловлено в целом ухудшением социально-экономической ситуации. Уменьшение численности связано с миграционным оттоком населения, а также причиной является превышение смертности над рождаемостью.

Исходя из значений фактических показателей и прогнозных значений, необходимо применять ряд мероприятий и механизмов по повышению уровня численности населения, данные мероприятия входят в состав таких направлений как здравоохранение (улучшение репродуктивного здоровья населения, повышение уровня и качества медицинской помощи и т.д.), образование, политика занятости (создание новых высокооплачиваемых рабочих мест и т.д.), молодежная политика, развитие социальной инфраструктуры и жилищного строительства (развитие программ жилищного строительства и дешевых сегментов рынка арендного жилья и т.д.).

Динамика ожидаемой продолжительности жизни при рождении представлена в табл. 2.

Таблица 2

Динамика показателя «Ожидаемая продолжительность жизни при рождении»

Показатели	Факт			Прогноз		
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, число лет	70,50	70,50	70,50	71,00	71,50	72,00

Согласно данным таблицы 2, очевидно, что продолжительность жизни населения будет увеличиваться. Однако нельзя не упомянуть то, что в 2021 году показатель не достиг прогнозного значения (71 лет против 68,8), поспособствовал этому сильный рост уровня смертности населения в условиях развития эпидемиологической обстановки.

Динамика индекса промышленного производства в Приморском крае представлена в табл. 3.

Таблица 3

Динамика показателя «Индекс промышленного производства»

Показатели	Факт			Прогноз		
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Индекс промышленного производства в % к предыдущему году в сопоставимых ценах	96,40	113,90	100,51	103,31	103,50	104,00

Промышленный комплекс для Приморского края играет важную роль в экономике региона. Исходя из представленных данных в таблице 3, видно, что величина прогнозируемого роста индикатора индекса промышленного производства стабильно увеличивается. Фактическое значение показателя в 2019 году по сравнению с 2018 годом вырос на 17,5 % в 2020 году снизился на 3,39 %, а в 2021 году фактическое значение превзошло прогнозное на 18,89 % (рис. 3). Рост индекса промышленного производства, связан с достижением целей и реализацией мероприятий в рамках Стратегии социально-экономического развития до 2030 года, была реализована задача по развитию судостроения за счет формирования судостроительного кластера вокруг судостроительного комплекса «Звезда», реализовано мероприятие по опережающему развитию инфраструктуры для реализации инвестиционного потенциала отрасли судостроение и т.д.

Таким образом, прогнозирование играет ключевую роль в социально-экономическом развитии региона, так как можно спрогнозировать исход событий и предотвратить появление неблагоприятных факторов, а также проанализировать уже существующие проблемы и угрозы, которые препятствуют социально-экономическому развитию, а в дальнейшем выработать алгоритм мероприятий по их корректировке. Очень важно, что бы прогнозныe документы были составлены качественно (т.к. во многих регионах прогнозы составляют «поверхностно» в них отсутствует методология, ключевые факторы развития и др.), в связи с тем, что в будущем это может повлиять на эффективность работы исполнительных органов государственной власти.

1. Передрий Д.А. Роль прогнозирования в социально-экономическом развитии // Интернет-журнал «Молодой ученый». – 2021. – №8. – URL: <https://moluch.ru/archive/350/78719/> (дата обращения 28.04.2023).
2. О стратегическом планировании в Российской Федерации: федеральный закон РФ от 28.06.2014 №172-ФЗ (в ред. от 17.02.2023г.) / СПС «Консультант плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/27f9ddea0ccccf9a6b90bb2cb8b545d436f18157b/ (дата обращения 28.04.2023).
3. О порядке разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период от 11.11.2015 №1218 (в ред. от 24.03.2023г.) / СПС «Консультант плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188766/9acb569f7eb53af8b01198abd402da510d63dbf1/ (дата обращения 28.04.2023).
4. О порядке разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочный период от 14.11.2015 №1234 (в ред. от 24.03.2023) / СПС «Консультант плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188958/028a0308a513050572f31973f934b3c87dab7adf/ (дата обращения 28.04.2023).
5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. Текст: электронный. – URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/27118> (дата обращения 28.04.2023).
6. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Приморского края до 2030 года: постановление администрации Приморского края от 28 декабря 2018 года №668-па (в ред. от 16.05.2022г.) / Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/550322279> (дата обращения 28.04.2023).
7. Khusainova S.V. A Regional System to Forecast the Social-Economic Development: The Case of the RF Regions // European Research Studies Journal. – URL: https://www.um.edu.mt/library/oar/bitstream/123456789/30454/1/ERSJ%2C_21%281%29_-_A48.pdf (дата обращения 27.04.2023).

УДК 314.74

РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

В.Ю. Нагибина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Молодежь – один из важнейших слоёв населения нашей страны и Приморского края в частности. Она способствует развитию всех жизненно важных отраслей. От неё зависит будущее Приморского края. В данной статье будут рассмотрены программы и общественные объединения, способствующие развитию молодёжной политики на территории субъекта.

Ключевые слова: *молодёжь, миграция, молодёжная политика, Приморский край, государственные программы.*

IMPLEMENTATION OF YOUTH POLICY IN PRIMORSKY KRAI

Youth – is one of the most important segments of the population of our country and Primorsky Krai in particular. It contributes to the development of all vital sectors. The future of Primorsky Krai depends on it. This article will consider programs and public associations that contribute to the development of youth policy in the territory of the subject.

Keywords: *youth, migration, youth policy, Primorsky Krai, state programs.*

Молодёжь занимает достаточно значимое место в жизни Приморского края. В широком смысле слова, молодёжь – это совокупность человеческих социальных групп, построенных согласно определенному возрасту и типу деятельности, которым они занимаются.

Так, Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации» гласит: «молодежь, молодые граждане – социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно, имеющих гражданство Российской Федерации». В Законе

обозначены принципы молодежной политики: «сочетание интересов личности, общества и государства, обеспечение сбалансированности интересов и прав молодежи, молодых семей, молодежных общественных объединений и интересов и прав иных граждан, общественных объединений и организаций; комплексный, научный и стратегический подходы при формировании и реализации молодежной политики; приоритетность государственной поддержки социально незащищенных молодых граждан, молодых семей». [1]

На сегодняшний день регион добился значительных успехов в разработке и реализации молодежной политики, которая ориентируется на образование, занятость и уровень гражданской активности. Молодежь участвует в процессах принятия решений, имеет доступ к качественному образованию и возможностям трудоустройства.

Молодёжь Приморского края оказывает существенное влияние и на весь российский Дальний Восток, так как является его неотъемлемой частью. В настоящее время реализуется множество проектов, которые направлены на привлечение молодого трудоспособного населения на Дальний Восток и Приморский край, последний из которых, в частности, привлекает население сухопутными и морскими границами с азиатскими странами, развивающимися быстрыми темпами. Также Дальний Восток за последнее десятилетие стал одним из ведущих экономических площадок, что также немало важно для демографического роста региона [2].

Так, приморская молодежь является очень активным слоем населения относительно других субъектов Российской Федерации. Молодёжь принимает участие в международных, общероссийских и региональных мероприятиях.

К примеру, за 2022 и 2023 годы молодое население Приморского края участвовало во множестве различных мероприятий. Из них:

1) Международные: XXIV Тихоокеанская международная туристская выставка «Pacific International Tourism Expo»; VI «Восточный экономический форум»; «Восточный МедиаСаммит»; VII Международные спортивные игры «Дети Азии». [3]

2) Общероссийские: «Российская Студенческая Весна 2022»; Всероссийская Большая олимпиада Искусство-Технологии-Спорт; VII Всероссийский профессиональный конкурс «Арктур»; Всероссийский проект по профессиональной ориентации «Проектория».

3) Региональные: «Приморская Студенческая Весна», поэтический фестиваль «Море слов»; Экстрим-фестиваль «Мосты»; дальневосточный конкурс вокалистов «Голоса Приморья».

Стоит упомянуть, что в 2022 году Владивосток поборолся за статус Молодёжной столицы России. Несмотря на второе место, молодые люди показали свою высокую креативность и эрудированность в этом непростом конкурсном мероприятии. Также, следует отметить, что в октябре 2022 года Росмолодёжь выделила 109,8 млн. рублей на реализацию молодежной политики в Приморском крае. Это самый высокий показатель среди регионов Дальнего Востока.

Закон Приморского края от 9 августа 2021 года N 1127-КЗ «О Молодежной политике в Приморском крае» регулирует отношения, возникающие между субъектами, осуществляющими деятельность в сфере молодежной политики, при формировании и реализации молодежной политики в Приморском крае. Согласно закону, органы государственной власти Приморского края осуществляют следующие некоторые мероприятия в сфере молодежной политики:

- 1) создание условий для самореализации и поддержки талантливой молодежи;
- 2) организация и проведение краевых и межмуниципальных молодежных мероприятий, участие в организации и проведении межрегиональных, всероссийских и международных молодежных мероприятий;
- 3) содействие трудоустройству и поддержка молодых специалистов на рынке труда;
- 4) пропаганда здорового образа жизни, ведение профилактики экстремизма, безнадзорности, правонарушений, ВИЧ/СПИДа, употребления психо-активных веществ и иных деструктивных явлений в молодежной среде и т.д.

Молодёжные мероприятия – конкурсы, выставки, ярмарки, форумы, слеты, съезды, соревнования, тренинги, семинары, вебинары, фестивали, конференции и иные мероприятия, организуемые для молодых граждан. [4]

В Приморском крае реализуются программы, направленные на привлечение и развитие молодёжи:

- 1) Муниципальная программа "Молодежь – Владивостоку" на 2020–2027 годы. В ходе реализации данной программы создаются необходимые условия для самореализации молодёжи в той или иной деятельности;

2) Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей Приморского края» на 2020–2027 годы». Данная подпрограмма реализуется согласно двум программам: «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» и «Обеспечение доступным жильем и качественными услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Приморского края» на 2020–2027 годы».

3) Муниципальная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации, проживающих на территории Владивостокского городского округа» на 2020–2024 годы. Программа направлена на формирование патриотического воспитания молодежи Приморского края.

4) Региональная программа «Молодежь – территориям Приморья». Целью этой программы является поддержка молодежных идей по развитию региона, вовлечение в управленческие процессы молодежи;

5) Государственная программа «Развитие образования Приморского края» на 2020–2027 годы. Программа включает повышение качества и доступности образования, внедрение новых методов обучения, формирование воспитания подрастающего населения;

6) Федеральная программа «Пространство развития». Она нацелена на развитие молодежью небольших поселений: городов, поселков, сёл.

В Приморье реализуются проекты: «АртДесант: поехали», «ЗнайКрай», «Спектр Добра», «АртПобеда75»; осуществляется поддержка молодых специалистов на рынке труда Приморского края, проводится конкурс по отбору молодежных инициатив, форум молодежного самоуправления.

Также в Приморском крае находятся организации, которые предоставляют молодому населению возможность проявить себя в различных мероприятиях, показать свои творческие стороны, получить новые социальные отношения, новый социальный статус, приобрести новые знания и умения. Данными общественными организациями являются:

1) «Российский Союз Молодежи». Данная организация занимается развитием Приморского края, обучением волонтеров, развитием патриотического воспитания среди подрастающего и молодого поколения, выполняет воспитательную, развивающую, интеллектуальную, координирующую функции;

2) «Российские студенческие отряды»; Организация помогает молодежи найти место трудоустройства на летний период. «Российские студенческие отряды» имеют большое значение в жизни молодых людей, так как участникам предоставляется возможность приобрести различные навыки и умения, а также, вероятно, найти будущую работу;

3) «Приморский КВН». Представляет собой одно из самых многочисленных общественных объединений Приморского края. Занимается развитием социальных навыков. К мероприятиям организации относятся проведение лиг, краевые слёты представителей;

4) «Российское движение школьников». Детско-юношеская организация направлена на воспитание детей и подростков согласно существующим моральным принципам, поддерживаемых в стране. «РДШ» занимается различными мероприятиями, в которых школьники раскрывают свой потенциал и умения в том или ином направлении. В РДШ участвуют более двух миллионов человек;

5) МКУ «Молодёжный ресурсный центр». Организация помогает подросткам и молодежи в выборе жизненного пути, обеспечивает помощь подрастающему поколению. Проводит мероприятия, направленные на поддержание ЗОЖ, а также на развитие патриотизма среди молодого населения.

6) Региональный модельный центр Приморского края. Деятельностью центра является обеспечение детей и молодежи дополнительным образованием, приобщение к патриотизму и ЗОЖ, выработка гражданской сознательности.

7) Центр содействия развития молодежи Приморского края. Целью центра является поддержка молодежных инициатив и волонтерской добровольческой деятельности на территории региона. Организация состоит из трёх отделов: поддержки молодежных некоммерческих организаций, волонтерских программ и реализации проектов и программ [5].

Все вышеперечисленные общественные организации предоставляют молодому населению возможность проявить себя в различных мероприятиях, показать свои творческие стороны, получить новые социальные отношения, новый социальный статус.

Стоит также упомянуть, что на территории Владивостокского городского округа существует Управление по делам молодежи. Управление взаимодействует с другими органами администрации города Владивостока, государственными органами, организациями всех организационно-правовых форм. Управление занимается решением вопросов местного значения в сфере молодежной политики, отнесенных к компетенции Владивостокского городского округа законодательством Российской Федерации, законодательством Приморского края, Уставом города Владивостока.

В регионе развита добровольческая деятельность при университетах. Наиболее широкие из них – Центр волонтеров ВВГУ и Центр подготовки волонтеров ДВФУ. Ежегодно на территории Приморского края проводится Волонтерский форум, собирая добровольцев со всей страны.

Молодёжная политика Приморского края развивается достаточно быстрыми темпами. Правительство региона принимает активное содействие в развитии молодого поколения. Оно занимается созданием и реализацией молодёжных программ, способствует развитию молодого поколения. Данный фактор поддерживает конкурентоспособность региона в сфере молодёжной политики на высоком уровне. При этом, молодёжная политика субъекта не перестает развиваться [6].

В настоящее время молодёжь, её развитие и действующие инициативы являются приоритетом в молодёжной, экономической, культурной сферах государственной политики Российской Федерации. В условиях снижающейся динамики численности молодого населения в возрасте от 14 до 35 лет, необходимо регулярно разрабатывать и реализовывать новые проекты, связанные с повышением качества жизни. Необходимо организовывать помощь с обеспечением жильём, поиска работы, получением качественного образования, а также культурного развития молодого поколения.

1. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации». – Текст: электронный. – URL: <https://rg.ru/documents/2021/01/11/molodez-dok.html>

2. ФедералПресс. – Текст: электронный. – URL: <https://fedpress.ru/article/2690132>

3. Официальный сайт Правительства Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/inter/foreign-affairs/intl-events.php>

4. Закон Приморского края от 9 августа 2021 г. №1127-КЗ «О Молодежной политике в Приморском крае». – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/574837970?marker>

5. Официальный сайт Правительства Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/youth/tsentr-sodeystviya-razvitiyu-molodezhi-primorskogo-kraja.php>

6. Волынчук Я.А., Вакалюк А.А. Муниципальные целевые программы в сфере молодёжной политики: проблемы и перспективы реализации (на примере г. Владивостока) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 12-7. – С. 1253-1257.

УДК 338

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ СЕМЕЙ НА ТЕРРИТОРИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С.А. Попович, А.А. Татаринова
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В настоящее время молодые семьи особо уязвимы и испытывают различные трудности. В статье выявляются и анализируются проблемы молодых семей, проживающих на территории Приморского края. Рассматриваются меры государственной поддержки молодых семей, одной из которых может стать Клуб молодых семей.

Ключевые слова: молодая семья, государственная поддержка, основные проблемы, Клуб молодых семей, жилье молодым семьям.

STATE SUPPORT FOR YOUNG FAMILIES IN PRIMORSKY KRAI: PROBLEMS AND PROSPECTS

Currently, young families are particularly vulnerable and experience various difficulties. The article identifies and analyzes the problems of young families living in the Primorsky Territory. Measures of state support for young families are being considered, one of which may be the Club of Young Families.

Keywords: young family, state support, main problems, Club of young families, housing for young families.

Семья всегда занимала важное место в обществе на всех этапах его развития. Именно семья формирует личность человека, помогает ему овладеть социальными ролями для комфортной акклиматизации ребенка в обществе, поэтому роль семьи очень значима и несоизмерима с другими социальными институтами. Молодая семья имеет особую ценность в современном мире, так как она является важным аспектом социально-экономических и демографических изменений и определяет будущее общества.

В день открытия форму программы «Святость материнства» в Белгороде президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин высказался о важности семьи: «Семья – это основа основ. Именно дома, в семейной атмосфере закладываются основы мировоззрения человека, его личные качества и духовно-нравственные идеалы». Эта ячейка общества – обязательная часть любой страны. Приоритетными направлениями в Концепции государственной семейной политики Российской Федерации на период до 2025 года являются повышение значимости семейных ценностей, сохранение традиций, создание положительного климата для благополучия семьи и улучшить условия и качество жизни. Решение проблем семей нашей страны до сих пор остается актуальным для государства. Большинство молодых семей сталкиваются с большими проблемами в различных сферах жизнедеятельности, поэтому их потребность в государственной поддержке особо значима.

Согласно статье 38 Конституции Российской Федерации, семья находится под защитой государства. В Федеральном законе от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» молодая семья определяется, как лица, состоящие в заключенном в установленном законодательством Российской Федерации порядке браке, в том числе воспитывающие ребенка (детей), либо лицо, являющееся единственным родителем (усыновителем) ребенка (детей), в возрасте до 35 лет включительно [1].

Помимо этого, к молодым семьям могут также относиться:

- неполные браки (один родитель, имеющий ребенка и не достигший возраста 35 лет);
- браки, в которых один член призван на срочную службу (при условии, что второму члену семьи не более 35 лет).

В процессе зарождения и дальнейшей жизни молодые семьи испытывают трудности, влияющие на их развитие. Следовательно, этот вопрос является актуальным сегодня и тема исследования обусловлена тем, что молодая семья особенно нуждается в поддержке со стороны государства, так как она сталкивается со множеством проблем.

Цель статьи – анализ проблем молодых семей Приморского края и мер их поддержки.

Для выявления проблем молодых семей, проживающих на территории Приморского края, был проведен опрос методом анкетирования электронным путем. Данный опрос рассчитан на молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет, состоящих в браке и имеющих детей. Участникам анкетирования была отправлена ссылка с вопросами. Количество опрошенных респондентов составило 54 семей. Согласно результатам опроса, 51,9% из них составляют люди 18–25 лет, 38,9% – люди 25–30 лет, 9,3% – люди 30–35 лет. Большинство из них (57,4%) имеют одного ребенка.

Респондентам был задан вопрос на определении их жилищных условиях.

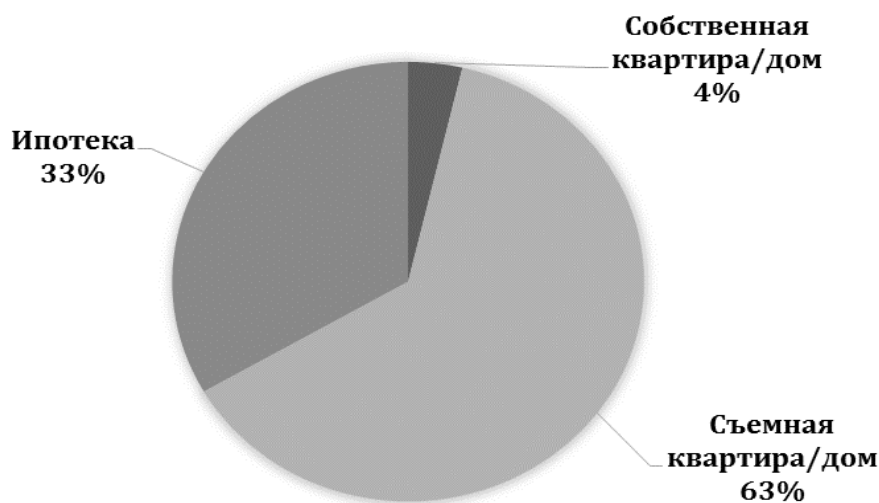


Рис. 1. Диаграмма определения жилищных условий молодых семей

На рисунке 1 видно, что большинство респондентов имеет съемное жилье. На сегодняшний день цены на жилье не позволяют молодым семьям приобрести собственную жилую площадь. Для решения этой проблемы на территории Приморского края реализуется подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей Приморского края» на 2020–2027 годы.

Согласно постановлению Администрации Приморского края от 30 декабря 2019 г. № 945-па «Об утверждении государственной программы Приморского края «Обеспечение доступным жильем и качественными услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Приморского края» на 2020-2027 годы» [2] целями программы является:

1) обеспечение населения благоустроенным жильем, в том числе стандартным жильем, отвечающим стандартам ценовой доступности, требованиям безопасности и экологичности, путем увеличения объема жилищного строительства до 624 тысяч квадратных метров к 2027 году;

2) повышение качества и доступности предоставляемых населению жилищно-коммунальных услуг и соответствия объемов строительства спросу, предъявляемому населением Приморского края, путем увеличения к 2027 году доли населения края, обеспеченного качественной питьевой водой из систем централизованного водоснабжения до 86%, постройки и реконструкции 6 крупных объектов питьевого водоснабжения [3].

На основании положений Государственной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан РФ» (утверждена Постановлением правительства РФ от 30.12.2017 года № 1710), молодая семья имеет право [4]:

1) получить компенсацию 30–35 % расходов за покупку квартир на первичном или вторичном рынке (при отсутствии детей 30 %, а при наличии хотя бы одного ребенка – 35 %);

2) получить компенсацию 30–35 % расходов за строительство частного дома;

3) оплатить первоначальный взнос по ипотеке до 35 %;

4) погасить кредиты на приобретение недвижимости, которые были оформлены до 2011 года;

5) оплатить жилье по договору уступки права требования;

6) погасить ипотеку по договору рефинансирования.

Департамент по делам молодежи Приморского края является ответственным исполнителем подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей Приморского края» государственной программы Приморского края «Обеспечение доступным жильем и качественными услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Приморского края».

В 2023 году в реализации подпрограммы участвуют 25 муниципальных образований Приморского края. Финансирование подпрограммы осуществляется из федерального, краевого и местного бюджетов.

Информация по финансированию подпрограммы в 2019-2022 годах приведена в табл. 1.

Таблица 1

Финансирование подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей Приморского края»

Год	Всего предусмотрено финансирование (рублей)	Объем средств из федерального бюджета (рублей)	Объем средств из краевого бюджета (рублей)	Объем средств из местного бюджета (рублей)
2019 год	331 229 374,66	151 036 000,00	106 990 000,00	73 203 374,66
2020 год	290 464 474,83	104 320 400,00	106 990 000,00	79 154 074,83
2021 год	327 304 324,45	140 940 900,00	106 990 000,00	79 373 424,45
2022 год	340 939 117,82	150 126 000,00	106 990 000,00	83 823 117,82
2023 год	319 268 687,26	128 277 100,00	106 990 000,00	84 001 587,26

С 2019 года 974 молодых семей получили свидетельства. Количество молодых семей, получивших свидетельства, приведено в табл. 2.

**Количества молодых семей, получивших свидетельства на получение социальной выплаты
за 2019–2022 года**

Показатели	2019	2020	2021	2022
Количество молодых семей, получивших свидетельства	308	234	222	210

На 2023 год запланирована выдача свидетельств 138 молодым семьям.

По состоянию на 1 января 2023 года 1 994 молодые семьи являются участниками подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей Приморского края». С каждым годом потребность молодых семей в социальной выплате возрастает [5].

Следующий блок вопросов был посвящен психологической обстановке в семье. Психологические проблемы составляют немаловажную часть трудностей молодой семьи. Часто в семейной жизни происходит конфликты, ссоры, недопонимания. Почти равное количество респондентов оценили свою психологическую обстановку в семье, как благоприятную (48,1 %) и удовлетворительную (40,7 %), но некоторые молодые семьи отметили, что имеют крайне неблагоприятную обстановку в семье. 46,3 % опрошенных молодых семей нет полного взаимопонимания с детьми, 13 % испытывают большие проблема, у остальных – все хорошо. Для решения этой проблема нужно профессиональная помощь. В анкете для молодых семей также был вопрос: «Консультации каких специалистов вы бы хотели получить?». Результаты опроса представлены на рис. 2.

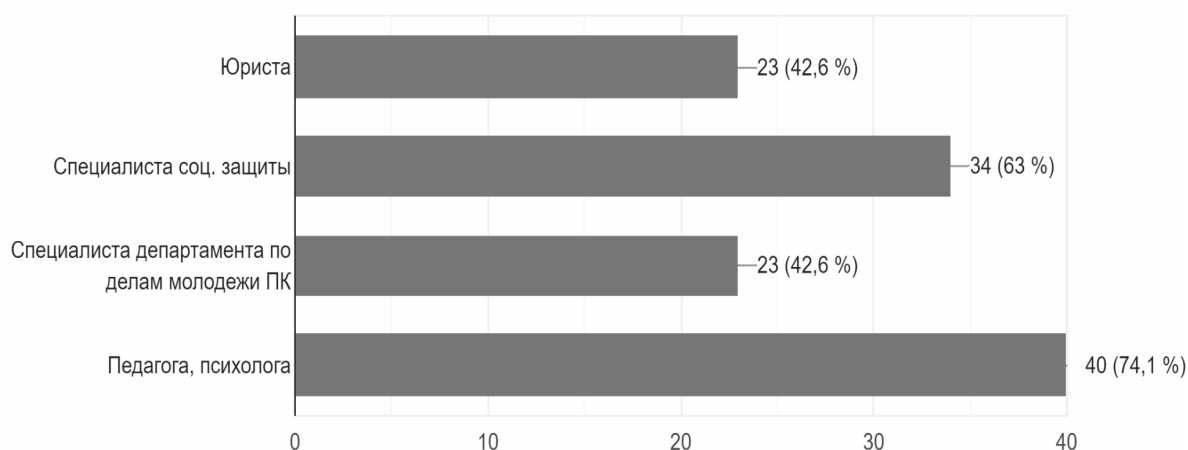


Рис. 2. Гистограмма определения необходимых специалистов

Еще одна значимая тема – проведение семейного досуга. Большая часть молодых семей (44,4 %) не могут себе позволить семейный отдых даже раз в год. Молодые семьи предпочитают проводить свободное время в домашней обстановке за просмотром телевизора активному досугу. Многие считают, что сфера досуга молодых семей в Приморском крае слабо развита. У молодых родителей не так много мест и разнообразных форм семейного досуга. Детские развлекательные комплексы в торговых центрах не могут решить проблему, потому что, с одной стороны, провести время там не все могут себе позволить, а с другой стороны, они не предоставляют многих форм досуга.

На основе данных, полученных по результатам опроса, мы пришли к выводу о том, что современном мире плохо развита сфера социального обслуживания молодых семей и они нуждаются в социальной поддержке со стороны государства [6]. Для решения этой проблемы предлагается создать Клуб молодых семей, который сможет являться эффективной консультационной сетью для молодых семей. Членами Клуба могут быть молодые семьи в возрасте от 18 до 35 лет, имеющих детей, неполные семьи, проживающие на территории Приморского края. Клуб создается с целью:

- 1) оказания информационной, психологической и юридической поддержки молодым семьям;
- 2) укрепления отношений внутри семьи;
- 3) организация активного семейного досуга;
- 4) объединение молодых семей для взаимной поддержки.

Основными направлениями деятельности Клуба могут стать:

1. Информационное. Под данным направлением понимается привлечение СМИ и органов власти к проблемам молодых семей, освещение деятельности Клуба в социальных сетях;
2. Психологическое. В реализацию этого направления входят консультации специалистов, в которых нуждаются члены Клуба (психологи, педагоги и т.д.), оказание психологической помощи;
3. Юридическая поддержка молодой семьи;
4. Проведение досуговых мероприятий (конкурсы, пикники спортивных соревнований и т.д.)

Ожидаемые результаты работы Клуба молодых семей:

- улучшение педагогической навски родителей;
- улучшение взаимоотношений родителей и детей;
- совместный досуг всех членов семьи;
- проведение образовательных тренингов;
- повышение уровня знаний родителей в вопросах детской психологии.

На основе всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что в настоящее время поддержка, оказываемая молодым семьям, очень полезна для молодых людей, но все же недостаточна, поскольку не позволяет им в полной мере решать актуальные проблемы. Следовательно, необходима помощь и поддержка Клуба молодых семей.

Создание молодежных семейных клубов для объединения молодых семей, обеспечения общения, поддержки друг друга, культурно-досуговых мероприятий, а также консультирование молодых семей специалистами разной направленности, является одним из направлений государственной семейной политики в Российской Федерации. Поэтому, по нашему мнению, Клуб молодых семей необходим в Приморском крае.

1. Конституция Российской Федерации // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 25.03.2023).

2. Постановление Администрации Приморского края от 30 декабря 2019 г. № 945-па «Об утверждении государственной программы Приморского края «Обеспечение доступным жильем и качественными услугами жилищно-коммунального хозяйства населения Приморского края» на 2020-2027 годы» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561711364> (дата обращения: 25.03.2023).

3. Волыничук А.Б. Особенности дальневосточной региональной политики: новые подходы и старые проблемы // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – № 11. – С. 59–63.

4. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2017 г. № 1710 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» // СПС «Гарант». – URL: https://base.garant.ru/71849506/#block_1000 (дата обращения: 26.03.2023).

5. Распоряжение Правительства РФ от 25 августа 2014 г. №1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в РФ на период до 2025 г.» // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167897/ (дата обращения: 25.03.2023).

6. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 № 489-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372649/ (дата обращения: 25.03.2023).

УДК 314.174

ПРОДВИЖЕНИЕ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.А. Романова, Я.М. Щербакова

бакалавры

А.Г. Ким

канд. экон. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Продвижение недвижимости в Приморском крае имеет свои особенности, связанные с уникальным рынком недвижимости и специфическими потребностями клиентов. Приморский

край – это разнообразная территория с множеством городов и поселков, где можно найти различные типы недвижимости: от квартир в новостройках до коттеджей на берегу моря. В данной статье мы рассмотрим некоторые особенности продвижения недвижимости в Приморском крае.

Ключевые слова: недвижимость, рынок недвижимости, рынок недвижимости Приморского края, особенности продвижения, анализ вторичной информации, рекламное продвижение.

PROMOTION OF COMPANIES IN THE REAL ESTATE MARKET OF PRIMORSKY KRAI

The promotion of real estate in Primorsky Krai has its own characteristics related to the unique real estate market and the specific needs of customers. Primorsky Krai is a diverse territory with many cities and towns where you can find various types of real estate: from apartments in new buildings to cottages on the seashore. In this article we will look at some features of the promotion of real estate in Primorsky Krai.

Keywords: real estate, real estate market, Primorsky Krai real estate market, promotion features, secondary information analysis, advertising promotion.

Уникальное расположение Приморского края позволяет рынку недвижимости активно развиваться, большие территории, расположенность рядом с морем является несомненным плюсом для застройщиков, но, тем не менее, месторасположение края налагает некоторые осложнения, с которыми им приходится сталкиваться. В связи с этим можно провести параллель и с рекламным рынком, где возможно найти свою целевую аудиторию, но при этом налагаются некоторые затруднения с взаимодействием с ней. Так, например, можно заметить тенденцию превышения предложения над спросом, что в некоторой степени затрудняет работы рекламных агентств. Исследование рынка недвижимости Приморского края и особенностей его продвижения на данный момент является довольно актуальной темой, в связи со значительным падением спроса на нее, миграцией людей, что говорит о явном отсутствии желания у людей обустроить свой быт на территории края.

Целью данной статьи является выявление особенностей и составление рекомендаций по продвижению недвижимости на территории Приморского края.

Чтобы выяснить, что обязательно нужно учитывать при продвижении недвижимости в Приморском крае, сначала необходимо рассмотреть ситуацию в целом. Проанализировав рынок недвижимости Приморского края посредством таких платформ как Avito, Farpost, Google, Yandex, Дом.клик можно сказать, что данный сегмент экономики с каждым годом активно развивается. Рынок недвижимости Приморского края представлен вторичным и первичным секторами.

По данным сервиса ReState и НайдиДом, цены на вторичном рынке стабилизировались по сравнению с мартом 2022 года и стоимость 1 м² на март 2023 года уменьшилась в размере 70 986 руб за м². Средняя стоимость на вторичном рынке составила 142 543 руб за м². [2]

Также по данным сервиса НайдиДом, цены на первичном рынке тоже стабилизировались по сравнению с мартом 2022 года и стоимость 1 м² на март 2023 года уменьшилась в размере 37 924 руб за м². Средняя стоимость на первичном рынке 169 716 руб за м². [3]

Для более глубокого анализа рынка нами был проведен опрос потенциальных клиентов на рынке недвижимости.

Проведенный опрос показал, что большинство потребителей ответили, что собираются копить денежные средства на приобретение жилья, в тоже время на втором месте по количеству ответов оформление ипотечного кредита в банке (рис. 1).

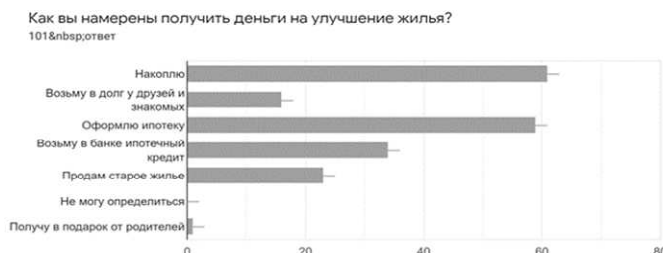


Рис. 1. Способы приобретения жилья потребителями в Приморском крае, n=101

Также большее число респондентов предпочли бы приобрести готовую квартиру в новостройке, а наименьшее количество респондентов ответили, что им непринципиально, какую недвижимость покупать (рис. 2).

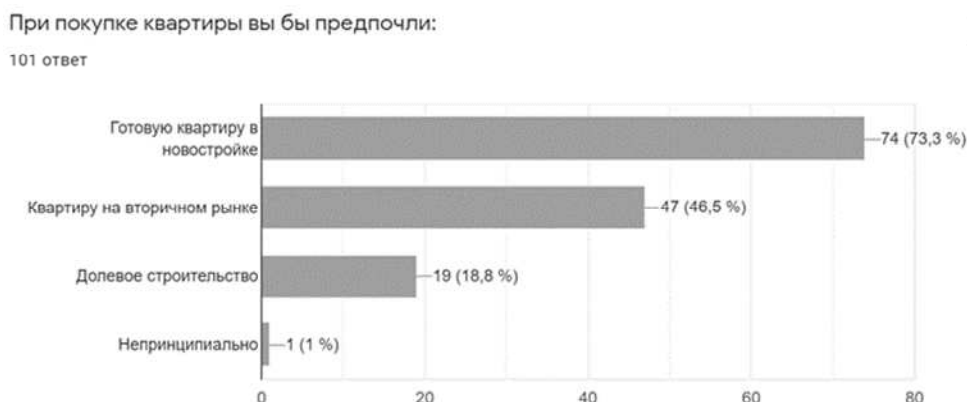


Рис. 2. Выбор респондентами вида жилья для приобретения, n=101

По наличию качеств, привлекательных для респондентов, при покупке квартиры в новострое, большинство респондентов посчитали наиболее привлекательным наличие большого выбора вариантов планировки, а наименее привлекательным респонденты посчитали такой фактор, как «Возможность избежать ремонта» (рис. 3).

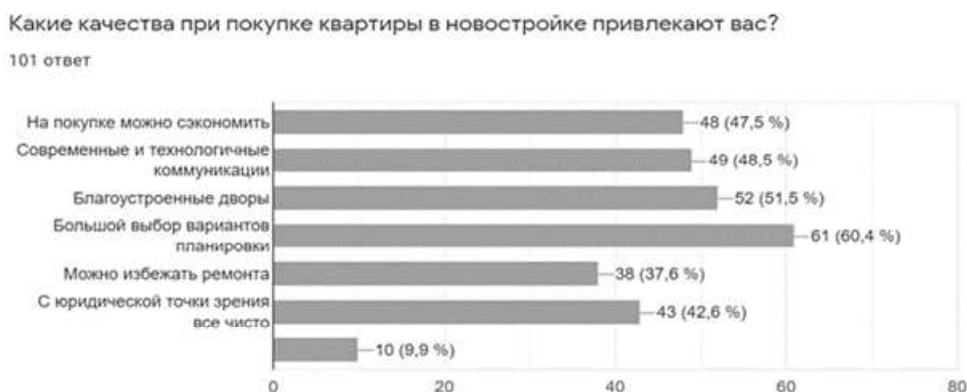


Рис. 3. Степень привлекательности качеств для респондентов, при покупке квартиры в новострое, n=101

По предпочтительности источников получения информации, а именно рекламы, наибольшее число респондентов обращают внимание на рекламу в поисковой сети Интернет, а также в социальных сетях (рис. 4).

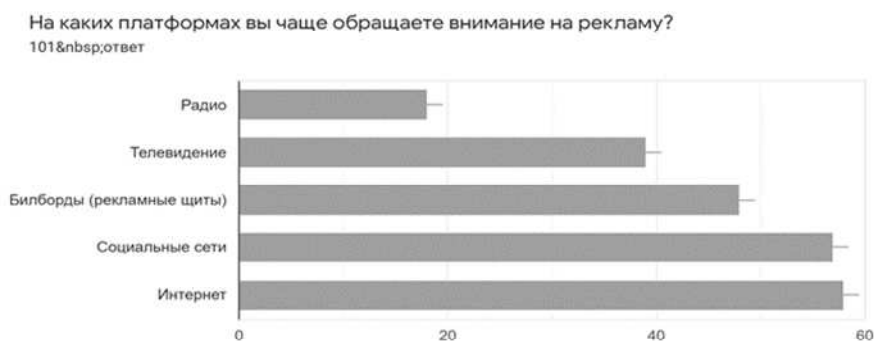


Рис. 4. Виды платформ, на которых респонденты наиболее часто обращают внимание на рекламу, n=101

Также нами были выявлены критерии, в соответствии с которыми респонденты выбирают застройщика. Так наиболее важным критерием выбора оказался такой фактор как «Приемлемые цены», на втором месте оказался такой фактор как «Качество работы», наименее важным критерием стал «Быстрота сдачи квартир» (рис. 5).

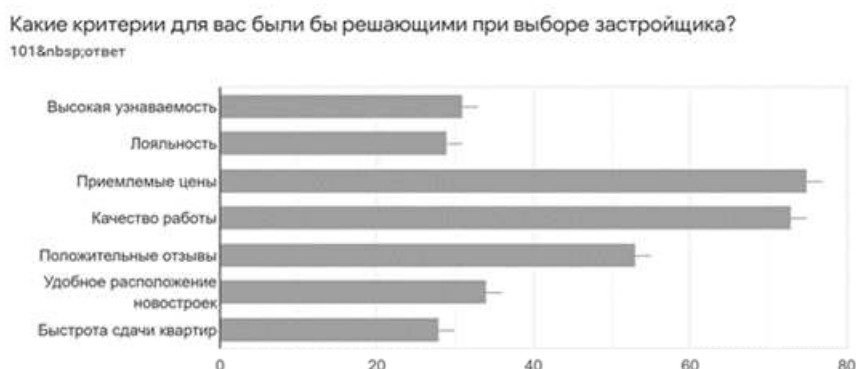


Рис. 5. Критерии, влияющие на выбор застройщиков респондентами, n=101

Согласно проведенному опросу, можно говорить о том, что:

1. Респонденты обращают внимание на рекламу в интернете и соц. сетях, соответственно следует делать еще больший упор на рекламу именно через эти каналы;

2. Большинство респондентов считают, что «скидки – не имеют реальной экономической выгоды», следовательно этот триггер для рекламных компаний уже может не принести своих плодов и следует сделать ставку на другие боли потребителей;

3. Также в рекламе стоит показывать те преимущества, которые привлекают большее число людей. Например, наличие парковочных мест играет большую роль почти для всех покупателей недвижимости.

Далее, немаловажным фактором при продвижении являются особенности рынка недвижимости региона, так как особенности продвижения напрямую зависят от самого рынка недвижимости. На рынке недвижимости Приморского края есть свои особенности, как положительные, так и отрицательные:

1. Уникальная локация: Приморский край расположен на побережье Японского и Тихого океанов, что делает недвижимость здесь особенно привлекательной для любителей морских прогулок и пляжного отдыха.

2. Большая площадь: многие объекты недвижимости в Приморском крае имеют большую площадь, что может быть особенно привлекательно для семей с детьми или людей, которым нужно много места для работы или хобби.

3. Развитая инфраструктура: Приморский край имеет развитую инфраструктуру, которая может быть привлекательной для людей, которые желают жить в регионе с разнообразными возможностями для работы, отдыха и развлечений.

4. Высокий уровень качества жизни: Приморский край является одним из наиболее привлекательных и комфортных регионов России, где людям доступны различные формы досуга и развлечений.

5. Разнообразие типов недвижимости: в Приморском крае доступны как квартиры, так и коттеджи, дачи и таунхаусы, что позволяет подобрать оптимальный вариант для покупки или аренды.

6. Высокая стоимость: некоторые объекты недвижимости в Приморском крае могут быть дороже, чем в других регионах.

7. Ограниченность предложения: в некоторых районах Приморского края предложение недвижимости ограничено, что может повысить ее стоимость и создать проблему для тех, кто ищет определенный тип недвижимости.

8. Отсутствие новых проектов: на рынке недвижимости Приморского края может отсутствовать достаточное количество новых проектов и строительства, что может привести к дефициту жилья.

9. Конкуренцию со стороны других крупных городов: Приморский край вынужден конкурировать с другими крупными городами, такими как Москва и Санкт-Петербург, в привлечении инвесторов и туристов.

10. Экологические проблемы: в Приморском крае имеются экологические проблемы, включая загрязнение воды и воздуха, которые могут повлиять на привлекательность региона для тех, кто ищет место для жизни или вложения денег.

11. Низкий уровень жизни в некоторых районах: некоторые районы Приморского края имеют низкий уровень социально-экономического развития, что может повлиять на привлекательность и спрос на недвижимость в этих районах.

Все перечисленные особенности обязательно нужно учитывать агентствам по недвижимости и застройщикам при продвижении.

На основании всей рассмотренной информации, можно составить некоторые рекомендации для продвижения компаний на рынке недвижимости:

Реклама недвижимости в Приморском крае все время сталкивается с конкуренцией от других регионов России с похожими преимуществами, поэтому ее создатели могут использовать уникальный подход для привлечения клиентов, например, предлагать персонализированные услуги и решения для каждого конкретного клиента, настраиваться на его вкусы и потребности;

Реклама недвижимости в Приморском крае должна учитывать все отрицательные особенности региона и показывать реальную картину рынка недвижимости в регионе. Создатели рекламы могут использовать различные стратегии, такие как лояльные цены или уникальные возможности, чтобы привлечь инвесторов и покупателей. Они также могут активно работать с экологическими проблемами, чтобы улучшить экологическую обстановку и привлечь больше клиентов;

Использовать интернет-рекламу. Создайте профиль на сайтах обзоров недвижимости, социальных сетях и посетите рекламные площадки для привлечения потенциальных клиентов.

Показывать свой объект в реальном времени. Сделайте видео-экскурсию по объекту, чтобы показать его преимущества и привлечь внимание потенциальных клиентов.

Работать с отзывами. Используйте отзывы клиентов на сайте и социальных сетях как средство привлечения новых клиентов.

Принимать участие в мероприятиях по недвижимости. Примите участие в мероприятиях, связанных с недвижимостью, таких как выставки, конференции, и зарегистрируйтесь в журналах и иных СМИ для повышения вашей видимости в индустрии.

Организовывать конкурсы. Проведите конкурсы на своих социальных сетях, где победитель получает приз, к примеру, бесплатную консультацию или дизайн-проект для новой квартиры.

Размещать фотографии объектов. Снимайте и регулярно обновляйте фотографии недвижимости на вашем сайте, социальных сетях и прочих рекламных площадках.

Концентрироваться на локациях. Продвигайте недвижимость с акцентом на ее локацию, например, близость к достопримечательностям, транспортным узлам, школам и тому подобному.

Проведенное исследование свидетельствует о существовании проблем, связанных не только с развитием рынка недвижимости, факторах привлечения и удержания людей в крае, но и со сложностями в продвижении компаний на региональном рынке. Компаниям обязательно нужно учитывать различные особенности Приморского края, факторы оттока населения и методы стимулирования к покупке, при составлении стратегии продвижения, контента, рекламных объявлений и прочего.

1. Курс экономики / под ред. Б. А. Райзберга. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 720 с.

2. Агрегатор и база недвижимости. Цифровая платформа. – URL: <https://primorskiy-kray.restate.ru/graph/>

3. Динамика цен на продажу квартир. – URL: <https://vladivostok.naydidom.com/tseny/adtype-kupit>

4. Ценовой пузырь на рынке недвижимости в Приморье достиг своего предела и вот-вот лопнет // Интернет-издание «Московская газета»: [сайт]. – URL: <https://mskgazeta.ru/obshchestvo/cenovoj-puzyr-na-rynke-nedvizhimosti-v-primor-e-dostig-svoego-predela-i-vot-vot-lopnet--10088.html>

5. «В другом месте будет лучше» Почему люди уезжают из Приморья. – URL: <https://konkurent.ru/article/57526>

6. Ярыгина А.нна Ю., Абакумов Р.Г. Инструменты продвижения объектов недвижимости на рынке и методы оценки эффективности затрат на продвижение // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №4 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-prodvizheniya-obektov-nedvizhimosti-na-rynke-i-metody-otsenki-effektivnosti-zatrat-na-prodvizhenie> (дата обращения: 15.03.2023).

7. Ким А.Г., Локша А.В. Практический маркетинг: стратегия продвижения на рынке недвижимости // АНИ: экономика и управление. – 2019. – № 1 (26). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prakticheskiy-marketing-strategiya-prodvizheniya-na-rynke-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).

8. Шейнина М.А. Методы продвижения в сети Интернет на высококонкурентном рынке жилой недвижимости // Практический маркетинг. – 2020. – №6 (280). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-prodvizheniya-v-seti-internet-na-vysokokonkurentnom-rynke-zhiloy-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).

9. Буряк Н.Ю. Современные тенденции развития коммуникаций в сфере недвижимости // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 5 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-razvitiya-kommunikatsiy-v-sfere-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).

10. Денисова Юлия В. Новые технологии управления маркетингом на рынке недвижимости // Современные инновации. – 2018. – №6 (28). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-upravleniya-marketingom-na-rynke-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).

УДК 339.13

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «НАРЕК»

Н.Г. Степанян
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье исследованы факторы работ в сфере строительства, оказывающие воздействие на организационную среду ООО «Нарек». Анализ среды и группировка факторов, воздействующих на рынок компании, дает возможность в развитии организации, с учетом имеющихся конкурентов.

Ключевые слова: *микросреда, макросреда, конкурентоспособность организации, SNW-анализ, PEST-анализ.*

ANALYSIS OF THE PROSPECTS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY, AFFECTING THE ACTIVITIES OF LLC «NAREK»

The article studies the factors of work in the field of construction that have an impact on the organizational environment of LLC «Narek». An analysis of the environment and a grouping of factors affecting the company's market makes it possible for the organization to develop, taking into account existing competitors.

Keywords: *microenvironment, macroenvironment, organization competitiveness, SNW-analysis, PEST-analysis.*

Эффективность деятельности строительной организации характеризуется множеством показателей, каждый из которых складывается под влиянием определенных факторов.

В экономическом смысле понятие фактора трактуется как движущая сила, влияющая на эффективность функционирования предприятия в условиях рынка. Фактор – это причина, воздействующая на определенный показатель.

Факторы могут классифицироваться по различным показателям. Например, факторы могут быть общими (влияют на ряд показателей) и частными (для конкретного показателя) [1].

На 9,3% вырос в Приморье объем работ в сфере строительства.

В январе-июне 2020 года объем работ, выполненный по виду деятельности «строительство» организациями всех форм собственности, составил в Приморье 42,6 миллиарда рублей, что на 9,3% больше января-июня 2019 года [2].

Инвестиционный цикл – представление не столь управленческое, как экономическое. Оно охватывает долю жизненного цикла объекта, в течение которого реализуются первоначальные инвестиции. Инвестиционный цикл состоит из замкнутого (получаемая прибыль перенаправляется в более новые объекты для инвестиций), а также разомкнутого (приобретаемый экономический или другой результат будет являться финальной целью вложений). При последующей реконструкции или модернизации объекта новые инвестиции требуют нового обоснования и принятия отдельного решения [3].

Жизненный цикл строительной отрасли включает:

- прединвестиционный этап;
- предпроектный этап;
- проектирование;
- строительство;
- эксплуатация объекта;
- ликвидация объекта.

При этом «Предпроектный этап», «Проектирование» и «Строительство» являются составляющими «Инвестиционного цикла».

Основные этапы и стадии (периоды) жизненного и инвестиционного циклов представлены на рис. 1.

Реальная, или фактическая, емкость рынка обозначает существующий в настоящем времени уровень спроса на товар или услугу, какое количество потребителей в настоящий момент знают о товаре, покупают и используют его. Доступная емкость рынка. Так называют размер рынка, который может охватить компания, производя товар с конкретными характеристиками, определенной ценой и аудиторией, обладая набором собственных ресурсов [4].



Рис. 1. Основные этапы и стадии (периоды) жизненного и инвестиционного циклов

Для ООО «Нарек» которая занимается оказанием услуг в сфере строительства, пользуется хорошим спросом на оказание услуг на данном рынке.

Строительная деятельность, не обращая внимания на финансовые трудности, на протяжении длительного времени остаётся одной из наиболее устойчивых и динамичных сфер в российской экономике. Согласно сведениям Росстата в 2017 году часть строительной сферы в ВВП страны повысилась до 5,74%. Строительная сфера демонстрирует опережение, по сравнению с финансами страны. Так ВВП РФ в 2017 году возросла на целых 6,8% (в нынешних ценах), а валовая добавленная стоимость по отрасли «Строительство» увеличилась на 7,3%. Несмотря на то, что в разные периоды отрасль испытывала подъёмы и спады, «Строительство» остаётся одним из наиболее привлекательных направлений инвестирования для частного капитала и крупного бизнеса, это обусловлено существенными объемами ветхого жилого фонда (по итогам 2017 года аварийный жилищный фонд составляет 24,6 млн кв. м), недостаточной обеспеченностью жильем населения страны, слабым развитием дорожной сети и сопутствующей инфраструктуры, изношенностью коммуникаций. Высокий интерес к строительной отрасли обусловлен и природными условиями в РФ, так как мне кажется, что строительство также призвано улучшать среду жизнедеятельности человека.

Строительство – вид экономической сферы, который находится на шестом месте в структуре ВВП России по итогам 2017 год и создает значительную долю добавленной стоимости, изготов-

ляемой в стране продукции. Его участие в экономике государства более 5,7%, что в денежном соотношении получается 5,3 трлн рублей.

На основе данных строительная деятельность получается достаточно капиталоемкой, а также предоставляет возможность выделить осязаемое число трудовых мест. Таким образом связь с остальными отраслями экономики дает возможность отметить мультипликативный эффект строительной деятельности, в случае увеличения объемов выполненных работ в строительстве происходит соответствующий рост затрат на промежуточную продукцию, что приводит к первоначальному импульсу роста производства в смежных отраслях.

Изменение объема строительства вероятно считать одним из основных признаков социально-экономического развития как государства в целом, так и регионов в отдельности.

Сбалансированный план роста строительной сферы – одна из важнейших задач государства, которая будет содействовать выходу данной отрасли на новый уровень [5].

Оценку степени конкуренции проведем с помощью SNW-анализа, представленного в табл. 1.

Таблица 1

Структура SNW-анализа

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
1 Стратегия организации	X		
2 Организационная структура		X	
3 Общее финансовое положение.		X	
4 Конкурентоспособность продукции		X	
5 Структура затрат (уровень себестоимости)		X	
6 Информационная технология		X	
7 Инновации, как способность к реализации на рынке новых продуктов			X
8 Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных и объективных факторов)	X		
9 Уровень производства (в целом)	X		
10 Уровень маркетинга			X
11 Уровень менеджмента (способность обеспечить рыночный успех)		X	
12 Качество персонала (в целом)		X	
13 Репутация на рынке		X	
14 Репутация как работодателя	X		
15 Отношение к органам власти (в целом)		X	
16 Инновации как исследования и разработки			X
17 Степень вертикальной интегрированности		X	
18 Корпоративная культура		X	

Таким образом на основе таблицы 1 можно сделать следующие выводы, что организации следует расширить область оказываемых услуг для охвата как можно большего рынка услуг с целью продвижения и расширения компании в дальнейшем, а также задуматься о собственном производстве и улучшении уровня маркетинга.

Также проведем оценку внешней макросреды с помощью PESTLE –анализа, представленного в табл. 2.

Структура PESTLE-анализа

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния факторов				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость фактора	
Политические	I	-	=	UNIMPORTANT	Незначительное
Экономические	N\F	-	>	VERY IMPORTANT	Сильное
Социальные	N\F	-	>	IMPORTANT	Слабое
Технологические	N\F	+	>	UNIMPORTANT	Незначительное
Правовые	N\F	-	=	IMPORTANT	Слабое
Экологические	N\F	-	>	IMPORTANT	Слабое

На основе таблицы 2 о внешних угрозах для компании. Основную угрозу представляет экономическая, так как трудно понять, как будет изменяться рынок услуг и продаж.

Для ООО «Нарек» которая занимается оказанием услуг в сфере строительства, пользуется хорошим спросом на оказание услуг на данном рынке.

Реальная, или фактическая, емкость рынка обозначает существующий в настоящем времени уровень спроса на товар или услугу, какое количество потребителей в настоящий момент знают о товаре, покупают и используют его. Доступная емкость рынка. Так называют размер рынка, который может охватить компания, производя товар с конкретными характеристиками, определенной ценой и аудиторией, обладая набором собственных ресурсов.

По собственным характеристикам сфера строительства считается достаточно капиталоемкой, а кроме того, дает возможность обеспечивать существенное количество рабочих мест. Тесная связь с другими отраслями экономики позволяет выделить мультипликативный эффект строительной деятельности, то есть в случае увеличения объема выполняемых работ в строительстве происходит соответствующее увеличение расходов стоимости промежуточной продукции, что приводит к первоначальному импульсу к увеличению производства в смежных отраслях.

Таким образом на основе таблицы 1 можно сделать следующие вывод, что организации следует расширить область оказываемых услуг для охвата как можно большего рынка услуг с целью продвижения и расширения компании в дальнейшем, а также задуматься о собственном производстве и улучшении уровня маркетинга.

Исходя из таблицы 2 о внешних угрозах для организации. Основную угрозу представляет экономическая, так как трудно понять, как будет изменяться рынок услуг и продаж.

1. Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии – Текст: электронный // Вестник СПбГУ / Сер. 8 «Менеджмент», – URL: http://www.vestnik.management.spbu.ru/archive/?article_id=50 (дата обращения 07.11.2022).

2. Айдаркина Е.Е. Теория и практика управления: учебное пособие / Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. – 164 с.

3. Веснин В.Р. Стратегическое управление: учебник. – Москва: Проспект, 2018. – 327 с.

4. Анопченко Т.Ю. Менеджмент: кейсы, тренинги, деловые игры. практикум / Т.Ю. Анопченко, А.М. Григан, А.А. Лысоченко [и др.]. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К, 2019. – 282 с.

5. Барышев А.В. Основы разработки управленческого решения: учебное пособие. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 164 с.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ

С.Н. Тарасова

бакалавр

М.Г. Масилова

канд. социол. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Из-за высокой конкуренции на рынке труда в отрасли розничной торговли компаниям приходится разрабатывать уникальные системы мотивации, которые помогают удерживать действующих сотрудников и привлекать новые кадры. В статье рассматривается возможность и целесообразность применения системы льгот и компенсаций как метода стимулирования и удержания сотрудников.

Ключевые слова: *мотивация сотрудников, система льгот и компенсаций, текучесть кадров, стимулирование работников, розничная торговля, удержание персонала.*

SOCIAL PACKAGE AS AN INCENTIVE FOR EMPLOYEES ON THE EXAMPLE OF A RETAIL CHAIN

Due to the high competition in the retail labor market, companies have to develop unique motivation systems that help to retain current employees and attract new staff. The article considers the possibility and expediency of applying the system of benefits and compensations as a method to stimulate and retain employees.

Keywords: *employee motivation, benefits and compensation system, employee turnover, incentive, retail, employee retention.*

Розничная торговля в последние десятилетия является одной из ведущих сфер экономики России, которая по результатам последних исследований дает наибольшее количество рабочих мест.

На рынке труда ритейла стабильно наблюдается наибольшая текучесть кадров, на которую оказывают влияние следующие факторы:

- 1) низкий уровень заработной платы;
- 2) тяжелый труд, как в физическом плане, так и в эмоциональном, продолжительные рабочие смены (в среднем 11–13 часов);
- 3) низкая престижность работы в отрасли;
- 4) высокая конкуренция среди работодателей.

В то время как для других отраслей экономики нормой текучести считается 10–15 процентов, для ритейла данный показатель составляет минимум 30 процентов в год. Некоторые компании предпочитают никак не влиять на ситуацию, не проводя индексацию заработной платы, никак не меняя систему оплаты труда. Также в таких компаниях либо слабо развита, либо отсутствует вообще система льгот и компенсаций. Руководство в таких случаях придерживается позиции, что найти легче и дешевле нанять новых сотрудников, чем заняться удержанием старых.

Вместе с тем в настоящее время все большее количество крупных ритейлов изменяют позицию в данном вопросе, осознавая, что постоянная текучесть кадров отрицательно сказывается на уровне подготовки кадров, качестве обслуживания и, соответственно, приводит к снижению уровня продаж.

Социальными задачами руководителя в современных условиях являются обеспечение необходимого уровня стабильности коллектива [5, с. 25]. В связи с этим компании все чаще приступают к изучению мотивации персонала, чтобы, применяя различные методы, выстроить программу удержания персонала.

Целью данной статьи является обоснование использования системы льгот и компенсаций в качестве инструмента стимулирования и удержания работников в розничной сети на основе выявленных мотивов и ожиданий. Для достижения поставленной задачи будут изучены теоретические аспекты проблемы, проведен анализ движения персонала в одном из ритейлов, разработаны положения для будущей системы мотивации и льгот.

Существует множество толкований понятия «мотивация», которые имеют как сходства, так и различия. Наиболее полное определение представлено И.П. Беликовой: «мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к какой-либо деятельности, задающие границы и формы деятельности и придающие данной деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей» [1, с.13].

К внутренним мотивам деятельности можно отнести чувство ответственности, страх, целеустремленность, желание карьерного продвижения. В качестве примера влияния внутренних мотивов можно привести ситуацию, когда человек из-за стремления к карьерному росту задерживается допоздна на работе, или когда он, не желая подвести свою команду, максимально точно выполняет поставленные задачи.

Внешние движущие силы, побуждающие человека к труду, можно разделить на материальные и нематериальные. Основой материальной мотивации является, в первую очередь, заработная плата, уровень которой напрямую влияет на производительность труда. Замечая успехи работника, работодатель повышает уровень оплаты труда. Но данный механизм мотивации не бесконечен, если уровень оплаты труда постоянно повышается, постепенно работник привыкает к этому и воспринимает данное действие как данность, а не как поощрение.

К нематериальным способам можно отнести принудительную, нормативную мотивацию и стимулирование [6, с. 52].

Первые два способа основываются скорее на принуждении и показывают низкую эффективность на практике, поэтому наибольший интерес вызывает понятия и методы стимулирования.

«Стимулирование – это функция управления, заключающаяся в сознательном использовании стимулов для формирования и усиления мотивов трудового поведения персонала организаций (предприятий)» [2, с. 97]. В данном случае воздействие на работника происходит косвенно, с помощью различных «стимулов» – похвалы от руководителя, оплаты питания и т.д.

Основой успешной системы мотивации, на данный момент, является сочетание всех перечисленных аспектов с целью создания для работника благоприятной рабочей среды.

Исследователи (А.Н. Аверин, М.В. Грачев, В.М. Цветаев, С.В. Шекшня и др.) в качестве такого аспекта рассматривают социальный пакет, включающий разработку и реализацию мер по удовлетворению социальных потребностей работников, которые организация берет на себя [4].

Это льготы, привилегии и компенсации, которые как правило, подразделяются на следующие виды:

- пенсионные схемы (считаются наиболее важной льготой), которые дают право на гарантированный доход для сотрудника или его иждивенцев при выходе на пенсию или смерти;
- льготы, повышающие индивидуальную личную безопасность в отношении болезни, происшествий или сокращения штатов;
- льготы, направленные на реализацию определенных личных потребностей и ответственности, например, выходные и другие дни отдыха, забота о детях, содействие укреплению здоровья;
- финансовое содействие, кредиты, помощь в приобретении недвижимости, скидки и членские взносы;
- другие льготы, роль которых заключается в повышении уровня жизни сотрудников. К ним относятся оплата личного транспорта, субсидирование питания в служебное время, возмещение затрат на услуги связи, скидки на одежду и др.

К сожалению, многие компании пока пренебрегают данным направлением, особенно это актуально для розничных крупных сетей, где персонал рассматривается как «расходный материал». В качестве примера рассмотрим статистику по движению персонала в компании АО «Винлаб». Группа компаний «Винлаб» является собственным ритейлом BELUGA GROUP – крупнейшей алкогольной компании России. Розничная сеть «Винлаб» начала свою деятельность в 2010 году в Приморском крае. На данный момент сеть насчитывает более 1200 магазинов в 11 субъектах страны [3, с. 1]. С каждым годом сеть расширяется, открываются новые магазины. Соответственно, и рабочих мест становится все больше.

Вместе с тем, в компании наблюдается текучесть выше среднеотраслевого уровня, которая с каждым годом растет. Это отражает статистика по движению персонала в АО «Винлаб» за три последних года, представленная в табл. 1. Данная компания, являясь частью сети, объединяет как офисный персонал, который территориально расположен в Приморском крае, так и линейный персонал магазинов города Владивосток. Среднесписочная численность Акционерного общества растет и составляет около 800 человек.

Данные о движении персонала, чел.

Показатели	2020	2021	2022	Отклонение 2020/2022	
				абс. (+-)	отн. (%)
Численность на начало года	596	584	700	104	17
Количество принятых за год	408	581	809	401	98
Количество выбывших за год	420	465	698	248	66
Среднесписочная численность	571	634	768	197	35
Численность на конец года	584	700	811	227	38
Коэффициент оборота по приему работников, %	72	92	105	33	-
Коэффициент оборота по выбытию работников, %	74	73	90	16	-
Коэффициент текучести, %	74	73	90	16	-

При ежегодном росте численности персонала (11 % в 2021 году, 21% в 2022 году) наблюдается рост оборота по приему и выбытию. Так, в 2022 году текучесть персонала достигла 90 процентов, это значит, что практически весь кадровый состав в течение года сменился. А это значит, что работники, занимающиеся кадровым учетом, вынуждены постоянно заниматься увольнением и приемом, специалисты по подбору – постоянно осуществлять поиск и подбор персонала, линейные руководители – беспрестанно заниматься адаптацией и обучением новых работников, что может привести их самих к демотивации и последующему увольнению.

Для выявления и более глубокого исследования причин текучести было проведено выходное интервью с 48 сотрудниками, которые увольнялись в течение квартала. Интервью проходило в формате телефонной беседы в день увольнения. Данный формат был выбран для создания более доверительной атмосферы, в которой больше вероятность получить правдивые ответы.

Результаты выходного интервью, показали, что восемьдесят семь процентов опрошенных ушли из компании из-за низкого уровня заработной платы, а также отсутствия дополнительных мер системы мотивации.

Так, шестьдесят пять процентов опрошенных остались бы в компании, если бы произошло изменение системы оплаты труда. Из них тридцать пять процентов устроило бы, если бы часовая тарифная ставка осталась прежней, но были бы введены дополнительные меры стимулирования.

Стоит отметить, что с недавнего времени в компании действует довольно продвинутая и справедливая система мотивации персонала. Для сотрудников розницы заработная плата делится на окладную часть, которая зависит от отработанных часов, и ежемесячную премию, которая зависит от процента выполнения плана и премии за подработку.

Офисный персонал получает свою премию, исходя из показателей KPI, – это методика, разработанная для оценки производительности организации, отдельно взятых ее частей или даже одного сотрудника за заданный период [7, с. 112].

Только за первый квартал 2023 года компания дважды увеличила часовую тарифную ставку для розничного персонала, но при этом, по предварительным данным, текучесть в компании не снизилась. Это можно связать с тем, что одновременно с повышением размера окладной части, компания произвела оптимизацию количества персонала, изменив норму штатного расписания для магазинов. То есть теперь объем работы для каждого сотрудника увеличился. Да, они получают за это оплату выше, но не все работники согласны с таким подходом, поэтому увольнения по собственному желанию продолжились.

Так как денежная мотивация не помогла снизить отрицательные тенденции в движении персонала, компании АО «Винлаб» следует рассмотреть другие способы мотивации.

В данном случае может стать актуальной система льгот и компенсаций в формате «кафетерия».

«Кафетерий» – это система, которая позволяет работникам выбирать предоставляемые им компанией льготы в зависимости от своих потребностей и желаний [8, с. 78]. Данный способ мотивации универсален для всех категорий сотрудников, так как те сами выбирают льготы, которые им необходимы.

Механизм работы данной системы представлен ниже.

1. Сотрудник устраивается в компанию и начинает копить баллы. Для сотрудников, которые к моменту введения программы проработали больше года, определение количество баллов будет начислено за каждый год стажа.

2. Баллы начисляются в зависимости от времени работы в компании, а также их можно связать с заслугами сотрудниками – их можно начислять за перевыполнения плана продаж или за полное выполнение плана КРІ (для офисных сотрудников).

3. Льготы имеют разную «стоимость» – так полис ДМС будет стоить дороже скидки на продукцию компании.

4. Тратить баллы можно будет, проработав в компании не меньше года.

5. Для отображения условий программы, доступных льгот и их стоимости, а также накопленных бонусов необходимо подготовить отдельный личный кабинет, к примеру, на учебном портале, чтобы не тратить лишние ресурсы на создание отдельного сайт.

6. После пилотного запуска программы важно собрать обратную связь и обновлять «кафетерий льгот», а также работать над исправлением ошибок, которые будут возникать.

Почему данная программа кажется весьма эффективной для розничной торговли?

Во-первых, она требует такого значительного увеличения затрат на персонал, как еще большее повышение заработной платы, так как бонусы можно будет тратить только через год работы и количество сотрудников, которые примут в ней участие весьма ограничено.

Во-вторых, данная система автономна и требует минимальное вмешательство специалистов отдела персонала, если настроить ее на платформе учебного портала или другого корпоративного сайта компании.

В-третьих, при условии большой численности персонала, трудно создать универсальную программу льгот и компенсаций, которая подошла бы всем. «Кафетерий льгот» решает данную проблему, давая сотруднику право выбора.

Таким образом, был изучен вопрос мотивации персонала ритейлов, выделены основные причины текучести, предложена универсальная система льгот и компенсаций, которая может быть реализована не только на базе АО «Винлаб», но и адаптирована под любую розничную сеть.

1. Беликова И.П. Управление персоналом: учебное пособие. – Ставрополь: АГРУС, 2021. – 63 с.

2. Вагнер В.А., Лымарева О.А. Мотивация и стимулирование персонала // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – Т. 95, №1

3. «ВинЛаб». – Текст: электронный. – URL: <https://www.winelab.ru/about>.

4. Масилова М. Г. Корпоративная социальная политика вуза как фактор эффективности управления персоналом: специальность 22.00.08 "Социология управления": диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Масилова Марина Григорьевна. – Новосибирск, 2006. – 198 с.

5. Масилова М.Г., Богдан Н.Н. Социальная ориентированность как составляющая управленческой компетентности руководителя // Управленец. – 2014. – № 3(49). – С. 24–29.

6. Мирошникова А.А., Лыморева О.А. Система мотивации и стимулирования трудовой деятельности в сфере розничной торговли // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – Т. 65, № 7

7. Митрофанова Е.А., Ивановская Л.В. Оценка результатов труда персонала и результатов деятельности подразделений службы управления персоналом. – Москва: Проспект, 2022. – 72 с.

8. Нагибина Н.А., Василенко Е.Е., Комышова Л. Н. Обоснование использования зарубежных практик мотивации в Российской действительности // Организатор производства. – 2022. – Т. 30, № 3

УДК 657.631.2

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ ВНУТРИ АУДИТОРСКОЙ ГРУППЫ, С АУДИРУЕМОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

П.С. Терновая

магистрант

М.Е. Василенко

канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

Эффективная коммуникация является важнейшим аспектом процесса финансового аудита, влияющим на планирование аудита, вовлечение заинтересованных сторон и общее качество

во аудита. В данной статье проведен анализ роли качественной коммуникации на процесс проведения аудита. Кроме того, в статье предложены практические советы по совершенствованию коммуникативных навыков аудиторов для обеспечения эффективного аудита для всех вовлеченных заинтересованных сторон.

Ключевые слова: эффективная коммуникация, ЛОКУ, лица, отвечающие за корпоративное управление, взаимодействие внутри аудиторской группы, взаимодействие с клиентом.

EFFECTIVE COMMUNICATION WITHIN THE AUDIT TEAM, WITH THE AU-DITED ORGANIZATION AND STAKEHOLDERS

Effective communication is a critical aspect of the financial audit process, affecting audit planning, stakeholder engagement and audit quality. This article analyzes the role of high-quality communication in the audit process. In addition, this article offers practical advice on how to improve auditors' communication skills to ensure effective auditing for all involved stakeholders.

Keywords: effective communication, persons responsible for corporate governance, interaction within the audit team, interaction with the client.

При проведении аудиторских процедур члены аудиторской команды должны уметь построить эффективную коммуникацию с руководством аудируемой организации и лицами, отвечающими за корпоративное управление (ЛОКУ) и заинтересованными сторонами (контрагентами, регулирующими органами, инвесторами и т.д.), что позволяет получить более полное понимание деятельности и специфики бизнеса компании. В особенности это необходимо на этапе планирования аудита первого года, когда у аудитора еще не сложилось полное понимание рабочих процессов в компании [8].

Кроме того, Международные стандарты аудита (МСА) устанавливают обязанности аудитора по информационному взаимодействию с лицами, отвечающими за корпоративное управление при проведении аудита бухгалтерской отчетности. Согласно МСА 260 «Информационное взаимодействие с лицами, отвечающими за корпоративное управление», аудитор должен довести до сведения ЛОКУ мнение о значительных недостатках учета и работы контролей корпоративного уровня клиента, значительных трудностях, с которыми столкнулся аудитор, значимые вопросы, которые обсуждались в ходе аудита с руководством, обстоятельства, которые привели к модификации аудиторского заключения или отказу от выражения мнения. При этом важно корректно определить ЛОКУ: акционеры, участники, единственный участник и т.п. [4, 5, 7].

Эффективная коммуникация необходима и для взаимодействия внутри аудиторской команды. Важность взаимодействия внутри аудиторской группы, а также аудиторов с клиентами позволяет сделать процесс проведения аудиторской проверки проще и легче, что заключается в следующих аспектах [1, 3]:

1. Сбор информации: Эффективная коммуникация позволяет аудиторам получать важную информацию о бизнесе клиента, системе внутреннего контроля и отраслевом контексте, способствуя всесторонней оценке рисков.

2. Разработка стратегии аудита: Четкая коммуникация между членами аудиторской группы гарантирует, что все согласны с целями аудита, объемом и методологией, способствуя более упорядоченному и эффективному процессу аудита.

3. Установление ожиданий: Сообщая клиентам об ожиданиях и сроках в начале аудита, аудиторы могут свести к минимуму недопонимание и способствовать установлению рабочих отношений.

4. Взаимодействие с клиентами: Поддержание открытого и прозрачного общения с клиентами на протяжении всего процесса аудита позволяет аудиторам устранять проблемы, прояснять неясности и обеспечивать точность проверяемой финансовой информации.

5. Взаимодействие с регулирующими органами: Аудиторы должны эффективно взаимодействовать с регулирующими органами для обеспечения соблюдения применимых законов и стандартов, демонстрируя приверженность поддержанию высокого качества аудита.

6. Отчетность перед инвесторами и другими заинтересованными сторонами: Краткое и точное изложение результатов аудита и рекомендаций имеет важное значение для принятия заинтересованными сторонами обоснованных решений на основе достоверной финансовой информации.

7. Расширенная оценка рисков: Эффективная коммуникация способствует тщательной оценке рисков, позволяя аудиторам выявлять потенциальные проблемные области и разрабатывать индивидуальный подход к аудиту.

8. Упрощенный процесс аудита: Открытые каналы связи облегчают беспрепятственный поток информации и координацию между аудиторами, клиентами и заинтересованными сторонами, что приводит к более эффективному процессу аудита.

9. Повышение надежности результатов аудита: Четкое сообщение о результатах аудита гарантирует, что заинтересованные стороны полностью осознают результаты и их последствия, что приводит к более эффективному принятию решений и повышению уверенности в надежности аудита.

10. Активное слушание: Развитие навыков активного слушания позволяет аудиторам лучше понимать потребности и озабоченности клиентов, способствуя более совместному проведению аудита.

11. Четкое и лаконичное изложение: Аудиторы должны стремиться излагать свои выводы и рекомендации в ясной, сжатой и доступной форме, гарантируя, что заинтересованные стороны смогут легко понять представленную информацию.

12. Использование технологий: Использование технологий, таких как защищенные платформы обмена сообщениями и средства видеоконференцсвязи, может способствовать эффективной коммуникации между аудиторами, клиентами и заинтересованными сторонами.

Чтобы повысить свои коммуникативные способности, аудиторам следует сосредоточиться на следующих областях [9]:

Осваивайте технологии и цифровые инструменты: Будьте в курсе последних технологических достижений и узнайте, как эффективно использовать цифровые инструменты для коммуникации и сотрудничества с клиентами и заинтересованными сторонами.

Совершенствование навыков визуализации и представления данных: Поскольку использование анализа данных становится все более распространенным в процессе аудита, аудиторы должны уметь представлять сложные данные в ясной и понятной форме клиентам и заинтересованным сторонам.

Развитие адаптивности и гибкости: Будьте готовы адаптироваться к новым вызовам и использовать новые способы работы по мере развития профессии аудитора. При невозможности личной встречи с клиентом, на звонке стоит включить камеру, что позволяет построить более доверительные отношения.

Участие в обучении на протяжении всей жизни: активно участвуйте в семинарах, конференциях и онлайн-курсах, чтобы совершенствовать коммуникативные навыки и быть в курсе последних тенденций и передовой практики в отрасли. Наглядные пособия для эффективной коммуникации значительно повышают эффективность коммуникации в профессии финансового аудитора. Они могут помочь аудиторам представить сложную информацию в легко усваиваемом формате, сделав ее более доступной для клиентов и заинтересованных сторон.

Коммуникация является важнейшим аспектом профессии финансового аудита, и аудиторы, которые преуспевают во взаимодействии с заинтересованными сторонами, клиентами и коллегами, с большей вероятностью добиваются успеха в своей карьере. Поскольку бизнес-среда продолжает развиваться, аудиторам крайне важно инвестировать в свои коммуникативные навыки и оставаться в курсе лучших практик планирования аудита и взаимодействия с заинтересованными сторонами. Сосредоточив внимание на этих областях и используя имеющиеся ресурсы, финансовые аудиторы могут значительно повысить свои коммуникативные способности и внести свой вклад в успешную карьеру в данной области [2],[6].

Так как профессия аудита продолжает развиваться, аудиторы также должны адаптироваться к меняющимся условиям. Технологические достижения, такие как искусственный интеллект и аналитика данных, меняют то, как аудиторы выполняют свою работу и взаимодействуют с клиентами и заинтересованными сторонами. Принятие этих изменений и постоянное развитие коммуникативных навыков будут необходимы аудиторам для того, чтобы оставаться актуальными и эффективными в своих ролях [10].

Обобщив информацию выше, можно сделать вывод о том, что аудиторам следует уделять особое внимание следующим навыкам [9]:

- 1) развитие навыков письменного и устного общения;
- 2) использование методов активного слушания для лучшего понимания потребностей и проблем клиентов;
- 3) использование четких и лаконичных формулировок для изложения выводов и рекомендаций аудита;
- 4) развитие сильных навыков межличностного общения для установления взаимопонимания с клиентами и коллегами;

5) быть в курсе отраслевых стандартов и нормативных актов для предоставления точной и актуальной информации.

Поскольку аудиторы стремятся совершенствовать свои коммуникативные навыки и быть в курсе событий отрасли, крайне важно помнить, что эффективная коммуникация – это непрерывный процесс. Это означает, что аудиторы всегда должны быть открыты для обратной связи, готовы учиться на своем опыте и адаптироваться к новым вызовам и возможностям. Важность эффективной коммуникации в процессе аудита трудно переоценить. Оттачивая свои коммуникативные навыки и применяя стратегии для улучшения взаимодействия с клиентами и заинтересованными сторонами, аудиторы могут существенно повлиять на качество аудита и общую удовлетворенность заинтересованных сторон. В постоянно меняющемся бизнес-ландшафте овладение искусством коммуникации имеет важное значение для успешной и полноценной карьеры в сфере аудита.

Таким образом, для эффективного проведения аудита членам аудиторской команды стоит развивать в себе как теоретические и практические навыки ведения бухгалтерского учета, так и коммуникативные.

1. Информационное взаимодействие аудиторской организации с лицами, отвечающими за корпоративное управление (ЛОКУ) / Аудиторская компания «ЧДК», 2022. – Текст: электронный. – URL: <https://audit4dk.ru/article/informatsionnoe-vzaimodeystvie-auditorskoy-organizatsii-s-litsami-otvechayushchimi-za-korporativnoe-/?ysclid=lg27yhk7p74211445> (дата обращения 23.04.2023 г.)

2. Как организовать эффективный аудит по МСФО / АКГ «Деловой профиль», 2023. – Текст: электронный. – URL: <https://delprof.ru/press-center/experts-pubs/kak-organizovat-effektivnyu-audit-po-msfo/?ysclid=lg2ja93mj799373264> (дата обращения 23.04.2023 г.)

3. Лацинина Е.А. Взаимодействие аудитора с лицами, отвечающими за корпоративное управление клиента // Финансовые и бухгалтерские консультации №9-2017 – 2017 г. – URL: https://gaap.ru/articles/Vzaimodeystvie_auditora_s_litsami_otvechayushchimi_za_korporativnoe_upravlenie_klienta/?ysclid=lg2f11kot48103310 (дата обращения 23.04.2023 г.)

4. Международный стандарт аудита 260 (пересмотренный) «Информационное взаимодействие с лицами, отвечающими за корпоративное управление» (введен в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 09.01.2019 №2н (ред. от 30.12.2020)). – Текст: электронный. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=116580mezhdunarodnyi_standart_audita_260_peresmotrennyi_informatsionnoe_vzaimodeystvie_s_litsami_otvechayushchimi_za_korporativnoe_upravlenie&ysclid=lg26cw1st876365635 (дата обращения 23.04.2023 г.)

5. МСА 260 Информационное взаимодействие с лицами, отвечающими за корпоративное управление / Аудиторы, 2018. – Текст: электронный. – URL: <https://auditor-we.ru/knowledge-base/mca-260-persons-responsible-for-corporate-governance/?ysclid=lg2gdsxee419167600> (дата обращения 23.04.2023 г.)

6. Орлов Д.В., Коняева Т.В. Общение аудитора с руководством клиента на языке стандартов аудита / Орлов Д.В., Коняева Т.В. // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика – 2015 г. (дата обращения 23.04.2023 г.)

7. Оформление взаимоотношений аудитора и клиента / Аудит для магистров по российским и международным стандартам, 2023. – Текст: электронный. – URL: https://studref.com/667699/buhgalterskiy_uchet_i_audit/oformlenie_vzaimootnosheniy_auditora_klienta?ysclid=lg2jix4em411374320 (дата обращения 23.04.2023 г.)

8. Разъяснение практики применения законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, которые регулируют аудиторскую деятельности (ППЗ 12- 2017) «Об определении лица, отвечающего за корпоративное управление в ходе оказания аудиторских услуг» (одобрено Советом по аудиторской деятельности 22 декабря 2017 г., протокол №37). – Текст: электронный. – URL: https://xn---7sbbbsdmmftwg9cim8jpa2c.xn--p1ai/help/article_post/litsa-otvechayushchiye-za-korporativnoye-upravleniye-v-khode-okazaniya-auditorskikh-uslug?ysclid=lg2g8kiap540279738 (дата обращения 23.04.2023 г.)

9. Семенова В. Как стать «доверенным советником». Выстраивание эффективных взаимоотношений между внутренним аудитом и бизнесом. – Текст: электронный // Аудит-ИТ – 2021 г. – URL: <https://www.audit-it.ru/articles/audit/ a1011009/1045495.html?ysclid=lg2jbx1o7644125942> (дата обращения 23.04.2023 г.)

10. Справочная информация: Что такое ЛОКУ в аудите / МДП «Авто», 2022. – Текст: электронный. – URL: <https://mgp-avto.ru/remont/chto-takoe-loku-v-audite.html?ysclid=lg28xre56197351337> (дата обращения 23.04.2023 г.)

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 338.1

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ТАКСИ, НА ПРИМЕРЕ Г. ВЛАДИВОСТОК

Д.А. Конькова

студент

С.К. Худякова

преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Для современной России актуальной является проблема в востребованности услуг «Такси» и качества их предоставления. То, что сейчас происходит, а точнее, уже произошло на рынке такси, вполне укладывается в общий тренд в сфере товаров и услуг. Серия кризисов оставила в живых сильнейших. Но и среди них большая часть стала жертвами агрегаторов такси.

Ключевые слова: *таксомоторные компании, предоставление услуг, тарифы, модели автомобилей, балльная оценка.*

INTERNATIONAL MIGRATION IN CONTEMPORARY RUSSIA: FAR EASTERN CONTEXT

For modern Russia, the problem of the demand for taxi services and the quality of their provision is urgent. What is happening now, or rather, has already happened in the taxi market, fits perfectly into the general trend in the field of goods and services. A series of crises left the strongest alive. But even among them, most of them became victims of taxi aggregators.

Keywords: *taxi companies, provision of services, tariffs, car models, five-point system.*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день услуги такси являются одними из самых востребованных видов услуг. Такси позволило ускорить жизнь многих из нас. Оно выгодно отличается от других видов транспорта с точки зрения комфорта, временных издержек, доступности и адресности оказания услуги. В связи с этим, растёт и количество компаний, предоставляющих эти услуги. На сегодняшний день развитость услуг такси россияне оценивают выше, чем развитость маршрутов общественного транспорта (71 и 50% соответственно)

Целью данной работы является исследование конкурентных преимуществ компаний, предоставляющих услуги такси в г. Владивосток.

Основными задачами исследования в рамках поставленной цели являются:

- рассмотреть услуги и модели транспортных средств, предоставляемые компаниями «Такси»;
- провести сравнительный анализ тарифов
- оценить качество предоставляемых услуг на основании отзывов потребителей;
- проанализировать полученные результаты.

Объектом исследования выступает город Владивосток.

Предмет исследования – показатели качества предоставления услуг такси.

Для исследования были выбраны четыре самые популярные, по мнению потребителей, компании предоставляемые услуги такси: Яндекс, Максим, Ситимобил и Поехали

Были рассмотрены дополнительные услуги, которые предлагают таксомоторные компании (табл. 1). [1]

Анализ показал, что компании ориентированы не только на перевоз пассажиров, но и предлагают услуги грузового такси для перевозки крупногабаритных грузов. Предоставляются также услуги эвакуатора, если вдруг у клиента сломался автомобиль и требуется его буксировка.

Некоторые службы такси очень бережно относятся к самым маленьким клиентам. Для них в машинах оборудованы специальные детские автомобильные кресла, предназначенные для комфортной и безопасной поездки маленьких жителей города.

Дополнительные услуги, предоставляемые таксомоторными компаниями

Услуга	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Курьер	+	+	+	+
Доставка	+	-	+	+
Грузчик	+	+	-	+
Бытовые услуги	-	+	-	-
Женское такси	+	-	-	-
Зоотакси	-	+	+	-
Личный водитель	-	+	-	+
Эвакуатор	-	+	-	+
Детское кресло	-	-	+	-
Межгород	+	-	-	-

Проехать с домашним любимцем, в ту же ветеринарную клинику, может быть весьма затруднительно. А если к тому же питомец – это не обыкновенная кошка или собака, а животное, требующее особых условий перевозки? Такую проблему поможет решить лишь «Зоотакси», где позаботятся о каждом клиенте.

Услуга – «Курьер». С её помощью можно передать небольшую посылку весом до 10 кг. Тариф «Курьер» не такой скоростной, как «Доставка», зато отправка посылки выйдет дешевле.

Женское такси – это сравнительно новое направление в сфере пассажирских перевозок. Это такси для женщин с женщинами за рулем. Подобные сервисы такси – прекрасный вариант для тех, кому не комфортно находиться наедине с незнакомым мужчиной, особенно когда добраться из одной точки в другую необходимо в темное время суток или по пустой дороге.

Услуга «Доставка», подойдет для клиентов, которым нужно срочно передать документы или посылку весом до 20 кг.

Бытовые услуги – услуги электрика, сантехника, помощь с мелким ремонтом.

Услуга «Личный водитель» пригодится, если вы по каким-то причинам не хотите садиться за руль своего автомобиля. В этом случае один из водителей компании, приедет в нужное время, сядет за руль, аккуратно довезёт и припаркует вашу машину.

Услуги пассажирских перевозок между городами как в рамках одного региона, так и за его пределами, предлагают многие компании. Стоимость у них примерно схожая, да и условия перевозок похожи. В наши дни все больше людей предпочитают путешествовать на такси, пусть даже поездка длится 1–2 часа.

Для оценки дополнительных услуг была разработана пятибалльная шкала:

– 5 баллов – услуга присутствует

– 0 баллов – услуга отсутствует

Результаты представлены в табл. 2.

Балльная оценка дополнительных услуг, предлагаемых таксомоторными компаниями

Услуга	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Курьер	5	5	5	5
Доставка	5	0	5	5
Грузчик	5	5	0	5
Бытовые услуги	0	5	0	0

Услуга	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Женское такси	5	0	0	0
Зоотакси	0	5	5	0
Личный водитель	0	5	0	5
Эвакуатор	0	5	0	5
Детское кресло	0	0	5	0
Межгород	5	0	0	0
Итого	25	30	20	25

Балльная оценка показала, что наибольшее количество услуг предоставляет компания «Максим».

Далее в работе был проведен анализ транспортного парка компаний. Рассмотрены предлагаемые тарифы и марки автомобилей, выезжающие на соответствующий вызов (табл. 3). [1]

Таблица 3

Анализ транспортного парка компаний

Тариф	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Эконом	Toyota Prius Toyota Aqua Hyundai Solaris Kia Rio Ford Focus Renault	Toyota Prius Toyota Aqua Kia Rio Lada Priora LADA Vesta	Toyota Prius Toyota Aqua Honda Fit Mazda Familia	Toyota Prius Toyota Aqua Hyundai Solaris Ford Focus
Комфорт	Škoda Octavia Ford Galaxy Hyundai i40	Škoda Octavia Toyota Camry	Škoda Octavia Kia K5 Lexus RX	Škoda Octavia Honda Accord
Комфорт+	Nissan Teana Toyota Camry Lexus ES	Toyota Camry Toyota Crown	Toyota Corolla Honda Accord Lexus GX	Lexus HS Nissan Note
Бизнес	Mercedes-Benz E-класс BMW 5 Audi A6	Toyota Camry Lexus RX Nissan Teana	Toyota Camry Mazda6 Nissan Serena	Mazda6 Toyota SAI Subaru Impreza

Исследование показало, что чаще всего потребители пользуются тарифом «Эконом», данный тариф обслуживают водители на автомобилях Toyota Prius, Toyota Aqua, Honda Fit.

Для выявления конкурентных преимуществ были проанализированы отзывы потребителей о таксомоторных компаниях. Изучение потребительских отзывов позволило выделить показатели, отрицательно влияющих на имидж компании, такие как громкая музыка, курение в машине, грубый водитель, грязный салон и плохое состояние автомобиля. В таблице 4 представлены результаты по количеству отрицательных отзывов.

Таблица 4

Количество отрицательных отзывов

Показатели	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Слишком громкая музыка	10	15	8	11
Курение в машине	7	11	17	6

Показатели	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Грубый водитель	17	5	9	7
Грязный салон	14	11	12	11
Плохое состояние автомобиля	6	8	9	7

Результаты таблицы 4 были переведены в баллы, согласно разработанной шкалы:

– 5 и меньше отзывов – 5 баллов;

– 6 по 8 – 4 балла;

– 9 по 11 – 3 балла;

– 12 по 14 – 2 балла;

Больше 15 – 0 баллов.

Результаты балльной оценки представлены в табл. 5.

Таблица 5

Балльная оценка компаний по отрицательным отзывам

Показатели	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Слишком громкая музыка	3	0	4	3
Курение в машине	4	3	0	4
Грубый водитель	0	5	3	4
Грязный салон	2	3	2	3
Плохое состояние автомобиля	4	4	3	4
Итого	13	15	12	18

Итого «Ситимобил» подвергся большей критики среди других компаний.

Так же была разработана таблица 6 с положительными отзывами такие, как приятная музыка, чистый салон, вежливый водитель, приятных запах в машине, хорошее состояние автомобиля.

Таблица 6

Количество положительных отзывов

Показатели	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Приятная музыка	8	10	5	3
Чистый салон	7	5	2	9
Вежливый водитель	12	4	9	5
Приятный запах в салоне	6	5	12	1
Хорошее состояние автомобиля	7	2	3	6

Результаты таблицы 6 были также переведены в пятибалльную шкалу:

– 0 и 1 отзыв – 0 баллов;

– 2 и 3 отзыва – 1 балл;

– 4 – 6 отзывов – 3 балла;

– 7 – 9 отзывов – 4 балла;

– 10 – 12 отзывов – 5 баллов;

Результаты балльной оценки представлены в табл. 7.

Таблица 7

Балльная оценка компаний по положительным отзывам

Показатели	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Приятная музыка	4	5	3	1
Чистый салон	4	3	1	4
Вежливый водитель	5	3	4	3
Приятный запах в салоне	3	3	5	0
Хорошее состояние автомобиля	4	1	1	3
Итого	20	15	14	11

По результатам балльной оценки и количеству положительных отзывов компания «Яндекс» такси набрала наибольшее количество баллов – 20.

Одним из немаловажных критериев при выборе таксомоторной компании – это стоимость перевозки. Был произведен сравнительный анализ тарифов 4-х компаний (табл. 8). [4]

Таблица 8

Сравнительный анализ тарифов услуг такси

Тариф	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Эконом	129	150	120	90
Комфорт	199	200	139	90
Комфорт+	199	200	149	90
Бизнес	399	400	323	90
Бесплатное ожидание	3 минуты	5 минут	3 минуты	5 минут
Платное ожидание	9 руб/мин	5 руб/мин	22 руб/мин	4 руб/мин

Исходя из данных таблицы 8 можно сказать, что самым выгодным выбором для пассажиров будут услуги такси, предоставляемые компанией «Поехали».

В ходе исследования был проведён интернет-опрос потребителей. Им предлагалось ответить на вопрос – «Услугами какой компании они предпочитают пользоваться?». Результаты представлены на рис. 1.

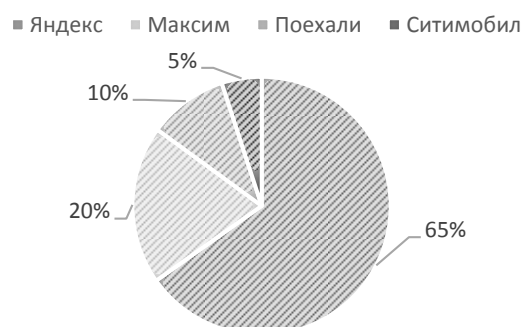


Рис. 1. Результаты интернет-опроса, о выборе таксомоторной компании

По данным диаграммы можно увидеть, что пассажиры делают выбор в сторону «Яндекс» такси.

Подводя итоги исследования, можно отметить, что при выборе компании по оказанию услуг такси, потребители обращают внимание на множество факторов, это и стоимость проезда, и чистота салона и запахи в нём, немаловажно и отношение водителя к пассажирам. Результаты представлены в табл. 9

Итоговые значения бальной оценки таксомоторных компаний

Показатель	Компания			
	Яндекс	Максим	Ситимобил	Поехали
Дополнительные услуги	25	30	20	25
Отрицательные отзывы	13	15	12	18
Положительные отзывы	20	15	14	11
Популярность среди пассажиров	4	3	1	2
Общая сумма баллов	62	63	47	56

Таким образом, по наибольшей сумме баллов на первое место вышла компания такси «Максим».

1. Справочник такси и организаций России и СНГ. – Текст: электронный. – URL.: <https://teltaxi.ru/articles/obzor-firmy-taksi-maksim>
2. Информация об агрегаторах. Разница тарифов Яндекс Такси для клиентов. – Текст: электронный. – URL.: <https://agregator-online.ru/dlya-klientov-yt/ceny-i-usloviya-tarifov.html>
3. Ситимобил. Официальный сайт. – Текст: электронный. – URL.: <https://city-mobil.ru/>
4. Справочник такси. Владивосток – Текст: электронный. – URL.: <https://spravkataxi.ru/vladivostok/poehali>

УДК 005.511

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ИДЕИ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА В РАМКАХ ПРАКТИКО- ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ СПО

Э.Д. Литвиненко, Д.А. Собоная

студенты

Е.А. Пшеничная

преподаватель АК

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

За последние годы у российской молодежи наблюдается устойчивый интерес к предпринимательству. Молодые предприниматели обладают актуальными знаниями и компетенциями, адаптивным и креативным мышлением, что может способствовать развитию технологического предпринимательства. Развитие молодежного предпринимательства является одним из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Расчет показателей бизнес-плана подтверждает эффективность и рентабельность выбранной идеи.

***Ключевые слова:** молодежное предпринимательство; бизнес-идея; инвестиции, бизнес-план, срок окупаемости проекта.*

DEVELOPING A BUSINESS IDEA FOR A YOUTH ENTREPRENEURIAL PROJECT WITHIN PRACTICE-ORIENTED TEACHING OF VOCATIONAL SECONDARY EDUCATION

In recent years, Russian youth has shown a sustained interest in entrepreneurship. Young entrepreneurs have relevant knowledge and competences, adaptive and creative thinking, which can contribute to the development of technological entrepreneurship. The development of youth entrepreneurship is one of the priority directions of the state youth policy. The calculation of business plan indicators confirms the effectiveness and profitability of the chosen idea.

***Keywords:** youth entrepreneurship; business idea; investment, business plan, pay-back period.*

Предпринимательская активность является одним из ключевых индикаторов развития экономики современного государства. Особенно важно вовлекать в предпринимательскую деятельность молодежь.

Современное общество стремительно меняется за счет геополитических, технико-технологических и демографических сдвигов, многие страны ощущают дефицит высококвалифицированных кадров. В тоже время на рынок труда выходит поколение Z (1997 года рождения и младше), имеющее на сегодняшний момент самый широкий набор цифровых компетенций по сравнению с предыдущими поколениями. Представители поколения Z готовы активно менять не только компании и места работы, но и вообще сферу деятельности, они уверенно себя чувствуют в роли предпринимателей. Предполагается, что к 2025 году доля поколения Z будет составлять около 25% всей рабочей силы [7].

Специалисты отмечают, что переход стран – экономических лидеров (США, Германия, Великобритания, Китай, Южная Корея, Сингапур, Япония и др.) на инновационный путь развития ведет к зарождению нового экономического уклада – экономике знаний [31]. По данным экспертов, Россия, с точки зрения экономического развития, находится на переходном этапе между экономикой ресурсов и экономикой знаний, к которой принадлежат, в частности, Япония, США, Германия и Сингапур. Для этих стран характерны развитая цифровая экономика, стареющее высокообразованное население, высокий уровень дохода и высокая доля человеческих ресурсов категории «Знание» (более 25%). В России на текущий момент доля категории «Знание» составляет около 17% [7].

Организация собственного дела является стимулом для совершенствования профессиональных навыков в различных областях, поскольку интересы развития бизнеса требуют от молодых людей постоянного повышения квалификации, приобретения новых знаний. Молодые предприниматели обладают актуальными знаниями и компетенциями, адаптивным и креативным мышлением, что будет способствовать развитию высокотехнологичного и инновационного предпринимательства. Именно молодые и активные предприниматели могут создать условия для перехода российской экономики на инновационный путь, от экономики ресурсов – к экономике знаний.

Все вышесказанное определяет актуальность исследования молодежного предпринимательства и возможностей для реализации бизнес-идей студентов и учащихся.

Целью исследования является изучение особенностей молодежного предпринимательства и разработка бизнес-идей студентами колледжа в рамках практико-ориентированного обучения.

Научная новизна заключается в выборе оригинальной бизнес-идеи и методов ее разработки в рамках практико-ориентированного обучения.

Задачи исследования:

1) дать понятие молодежного предпринимательства, выявить его отличительные признаки и особенности;

2) используя различные методы генерации идей, выбрать идею, подходящую для практической реализации;

3) в рамках практико-ориентированного обучения СПО разработать бизнес-план, рассчитать показатели окупаемости бизнес-проекта.

Для изучения особенностей молодежного предпринимательства и разработки бизнес-проекта использовались такие методы исследования как анализ нормативно-правовых источников и специализированной литературы, сравнительный, статистический анализ, индукция и дедукция, метод интеллект-карт и др. Структура бизнес-плана и содержание его разделов разрабатывались в соответствии с требованиями конкурсного задания финала V Национального Межвузовского чемпионата «Молодые профессионалы» по компетенции «Предпринимательство» за 2021 [2].

Под молодежным предпринимательством понимается предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 35 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышает 35 лет либо в уставном (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 35 лет превышает 75 процентов [5].

За последние годы у российской молодежи наблюдается устойчивый интерес к предпринимательству. Например, примерно 30% среди предпринимательского сообщества – это молодые люди, а средний возраст предпринимателя составляет около 38 лет (в то время как средний возраст работающих по найму – более 42-х лет). Если учесть тот факт, что молодежью следует считать социально-демографическую группу лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно (п. 1 ст. 2 Закона № 489-ФЗ), то ее доля в российском бизнесе достаточно весома. Запрос на реализацию предпринимательских возможностей у молодежи является современным трендом [6].

Именно поэтому развитие молодежного предпринимательства является одним из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Поддержка деловых инициатив молодежи, меры содействия ее предпринимательской активности представлены в перечне основных направлений реализации молодежной политики ст. 6 Федерального закона от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» [5,8].

Молодые предприниматели в силу своего возраста обладают рядом характерных черт, дающих им преимущества перед людьми старшего поколения:

1. Они имеют высокий уровень актуализации своего образовательного уровня (как общего, так и профессионального образования);
2. В решении проблем они отдают предпочтение инновационным подходам;
3. Они видят перспективу своей деятельности, нацелены на будущее, при этом четко формулируют: Свое понимание современной социально-экономической ситуации и Какие действия необходимо предпринять, чтобы достичь желаемого для себя будущего;
4. В своей деятельности готовы брать на себя инициативу и проявлять большую энергию в достижении поставленных целей.

В то же время молодые предприниматели как субъекты бизнеса из-за отсутствия социального и управленческого опыта обладают рядом недостатков:

1. Могут ошибаться в видении социальной ситуации (экономической, нормативной);
2. Могут иметь недостаточное (или оторванное от практики) управленческое образование;
3. Отсутствие управленческого опыта может приводить к абсолютизации своей точки зрения, потере видения альтернативных решений;
4. Отсутствие опыта работы в команде может мешать искать партнеров и союзников в реализации своих замыслов;
5. Отсутствие финансов для запуска собственного бизнес-проекта.

В рамках практико-ориентированного обучения учащимися Академического колледжа ВВГУ был разработан бизнес-план по открытию груминг – салона «Lucky Paws», который отвечает ряду критериев молодежного предпринимательства: это проект с низкими барьерами входа на рынок, относительно невысокими инвестиционными вложениями при быстрой окупаемости, средний возраст соучредителей компании – 20 лет.

Владельцы собак и кошек ежедневно сталкиваются с трудностями ухода за своими питомцами (мытьё, расчесывание, стрижка когтей), их нужно готовить к выставкам, если животное породистое. Все эти задачи можно выполнить и самому, но по неопытности хозяева рискуют навредить животному. Поэтому всё чаще владельцы животных перепоручают такие процедуры специалистам.

Целью бизнес-проекта является возможность предоставления хозяевам животных услуг премиум класса по уходу за питомцами. Миссия проекта: Сделать питомцев ухоженными, а их хозяев избавить от забот. Первоначальные инвестиции в проект– 1521 тыс. руб., из них 750 тыс. – личные средства двух соучредителей, 500 тыс. – это банковский кредит сроком на 1 год под 11,8% годовых в банке Открытие.

По данным компании Mars Petcare, в России в 2021 году численность кошек достигла 40,8 млн, собак – 22,6 млн особей. Таким образом, популяция домашних животных выросла с 2018 года на 23%. Домашние животные есть в 59% российских семей. На сегодняшний день в роли родителей питомцев выступают 70,4 млн россиян старше 14 лет. При этом 20% семей содержат и кошку, и собаку. При этом россияне стали более ответственно и гуманно относиться к домашним животным. Сегодня более 90% владельцев питомцев считают их членами семьи, друзьями или детьми [1].

Бизнес-проект предполагает получение доходов от следующих видов деятельности: стрижка собак и кошек мелких и крупных пород; профессиональный и бережный уход за питомцами (мытьё, сушка, подстригание когтей); реализация косметических и уходовых средств для животных; в перспективе – реализация аксессуаров для животных и создание собственного бренда одежды для животных. Философией бренда «Lucky Paws» является проявление любви и заботы ко всем животным, в т.ч. и бездомным, поэтому 3% от чека, отчисляются в приюты для животных.

Ценовая политика для 1го года деятельности груминг-салона «Lucky Paws» основана на стратегии среднерыночных цен с ориентацией на цены конкурентов, затем компания хочет перейти в люкс-сегмент и использовать политику «престижных цен».

Использование таких методов генерации идей как ментальная карта (рис. 1), метод 6 шляп Э. де Боно, метода синектики позволило оценить сильные стороны проекта, предусмотреть риски и креативные идеи для бизнеса.

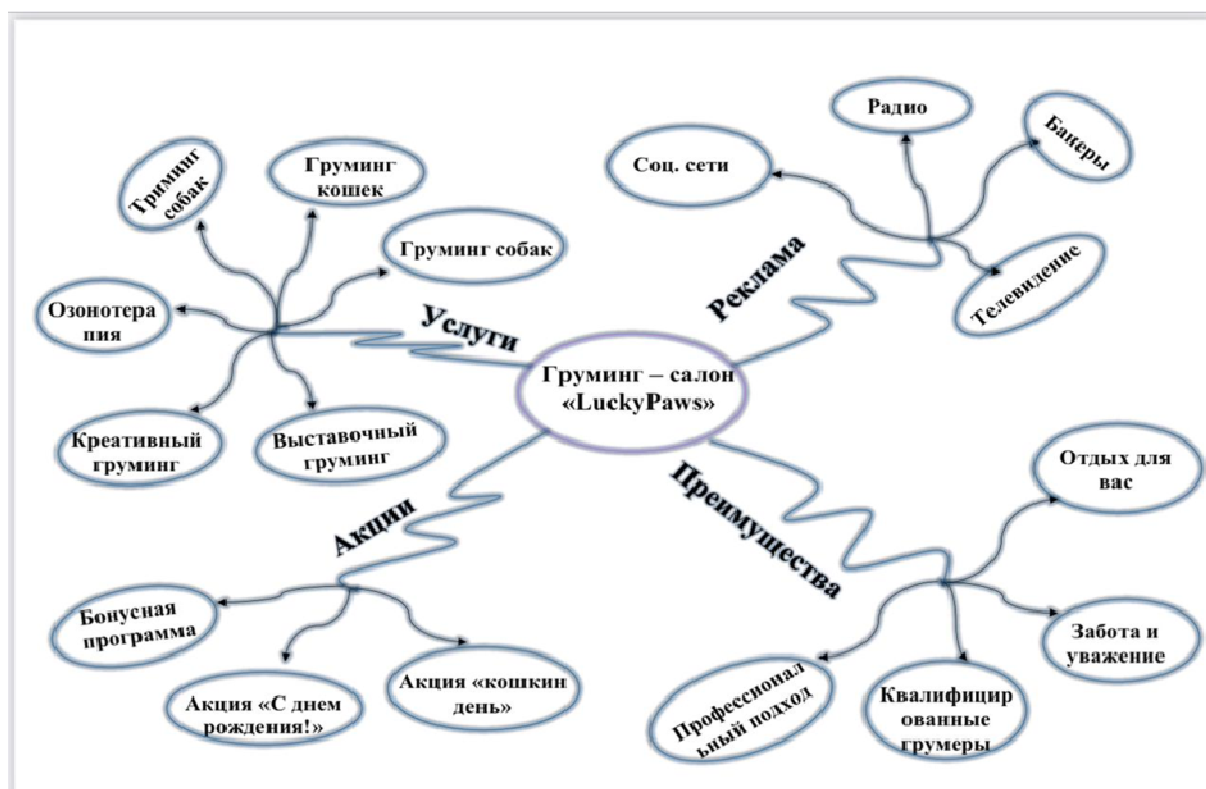


Рис. 1. Ментальная карта бизнес-идеи

Рынок груминга относится к рынкам монополистической конкуренции, во Владивостоке имеется более 16 известных салонов (например, ООО «Мята Грум», Stylish Tail, Barberdog), поэтому был проведен подробный PEST и SWOT анализ факторов внешней и внутренней среды (табл. 1).

Таблица 1

PEST-анализ груминг-салона «Lucky Paws»

Группы факторов	Описание
(P) POLITICAL – политические факторы	<ul style="list-style-type: none"> – Политические риски – Стабильное налоговое законодательство – Поддержка малого бизнеса со стороны государства и кредитных организаций. – Лицензирование и сертификация деятельности бизнеса – Новые законы относительно содержания животных
(E) ECONOMICAL – экономические факторы	<ul style="list-style-type: none"> – Темпы роста экономики; уровень инфляции – Среднедушевой доход в регионе, уровень безработицы – Большое количество компаний, предлагающих корма и товары для животных – Конкуренция в сфере содержания и ухода за животными
(S) SOCIO-CULTURAL – социально-культурные факторы	<ul style="list-style-type: none"> – Гуманизация общества в отношении домашних животных – Большой выбор товаров для ухода и содержания животных – Мода на стрижки животных, подготовка к выставкам
(T) TECHNOLOGICAL – технологические факторы	<ul style="list-style-type: none"> – Современное оборудование для ухода за животными – Инновационные гипоаллергенные средства для ухода за животными – Возможность выезда грумера на дом

Преимущества и возможности предлагаемой бизнес-идеи через призму SWOT-анализ представлены в табл. 2. К сильным сторонам нашего проекта можно отнести удачное местоположение, наличие специального оборудования и опытных мастеров, использование качественных препаратов, индивидуальный подход к каждому питомцу.

SWOT-анализ груминг-салона «Lucky Paws»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Удачное местоположение, среднедушевой доход жителей района выше среднего по город. – Квалифицированный персонал. – Качественные косметические средства и комплексный уход за животными. – Индивидуальный подход к каждому питомцу. 	<ul style="list-style-type: none"> – Чувствительность аудитории к росту цен на услуги груминга. – Низкая плотность проживающих с домашними питомцами в районе. – Слабая информированность владельцев животных о данном груминг-салоне. – Малая клиентская база на начальном этапе.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Расширение функционала сайта (онлайн запись, консультации по уходу и др). – Расширение спектра услуг (спа, массаж, выезд к клиенту на дом). – Открытие новых точек груминг-салонов в городе и регионе. – Изготовление одежды и аксессуаров для животных под собственным брендом. 	<ul style="list-style-type: none"> – Значительное повышение стоимости арендной платы и косметических средств для формирования оборотных средств. – Слабый спрос на услуги груминга. – Рост конкуренции во Владивостоке. – Сезонный спрос на услуги.

Одним из ключевых разделов бизнес-плана является план маркетинга, в рамках которого был разработан комплекс 4 P, по методике 5W Шеррингтона определены целевые аудитории бизнеса: это владельцы домашних животных и заводчики, которым нужно не только ухаживать за питомцами, но и готовить их к выставкам. Маркетинговая модель бизнеса соответствует B2C. Особое внимание следует уделить рекламе и продвижению груминг-салона. Рекламный слоган компании сформулирован следующим образом: «Салон «Lucky Paws» – лучшее проявление любви к вашему питомцу!». В качестве рекламных инструментов выбраны листовки для распространения в местах выгула животных и на зоо выставках, флаеры для кросс-рекламы с ветклиниками города, изготовление печатного каталога с образцами стрижек, реклама на Авторадио, проведение клиентских дней (например, «кошкин день»), наружная реклама, создание сайта (лендинга) и его поддержка, создание групп в соц сетях (Телеграм, VK), а также изготовление сувенирной продукции с лого компании (шопперы, бейсболки, брелоки). Общий бюджет маркетинга на первый год реализации проекта составит 417 тыс. руб., в последующие годы расходы на продвижение планируется сократить на 30% и оставить мероприятия в рамках напоминающей рекламы.

Организационный план проекта включает обоснование организационно-правовой формы ведения бизнеса – общество с ограниченной ответственностью, т.к. это форма имеет в данном случае ряд преимуществ: наличие соучредителей, возможность привлечения внешнего финансирования, развитие сети груминг-салонов. Основной код ОКВЭД-2 при регистрации бизнеса – 96.09 «Деятельность по предоставлению прочих персональных услуг». Это связано с тем, что понятия груминг-салонов в нашей стране пока не существует. Вспомогательный код ОКВЭД – 47.89.1 «Торговля розничная в нестационарных торговых объектах прочими товарами» (средства по уходу за животными, игрушки, ошейники и др.).

Построение диаграммы Гандта позволило определить сроки запуска проекта – 10 недель, включая этапы регистрации юр.лица, получение кредита, подбор и ремонт помещения, покупку оборудования, найм персонала, проведение мероприятий по рекламе и продвижению груминг-салона.

Для размещения салона было выбрано помещение по адресу: Владивосток, пр-т Красного Знамени, 133В. Данная локация показалась выгодной исходя из следующих факторов: у помещения есть отдельный вход (что очень важно для хозяев с животными); наличие парковочных мест; достаточная площадь помещения (100 м²), имеется два санузла (технический и для посетителей).

В штатное расписание компании включены такие сотрудники как: директор, бухгалтер, администратор (2 чел), грумеры (4 чел. для посменной работы), уборщицы (2 чел), всего 11 чел.

Потребность в инвестициях определялась с учетом текущих расходов на два месяца работы и необходимости формирования оборотных средств, расчет представлен в табл. 3.

Таблица 3

Инвестиционные затраты на открытие груминг-салона «Lucky Paws»

Статья затрат	Сумма, руб.
Регистрация ООО и оформление документов	10 000
Аренда помещения (2 месяца)	120 000
Отделка и косметический ремонт помещения	115000
Закупка оборудования	446 000
Зарплата персонала (1 месяц)	435000
Реклама и продвижение (2 месяца)	90000
Формирование оборотных средств (2 месяца)	38000
Итого	1254000

Текущие расходы по проекту включают материальные затраты, аренду и содержание помещений, заработную плату с отчислениями в единый Социальный фонд России (СФР), маркетинговые и управленческие расходы и др. Подробнее статьи затрат рассмотрены в табл. 4.

Таблица 4

Смета расходов груминг-салона «Lucky Paws» на 2 года

Статьи затрат	Стоимость, руб.
Материальные затраты, в т.ч.	
– коммунальные услуги	115200
– закупка моющих средств, спецодежды	46000
– товары для реализации	100000
Специнвентарь (на 3 рабочих места)	15000
Заработная плата	4008000
Страховые взносы в СФР	1210416
Амортизация	101800
Аренда	720 000
Расходы на маркетинг	417 000
Управленческие расходы	54 000
Проценты за кредит	59 000
Итого	6846416

Финансовые результаты рассчитаны как разница между доходами, скорректированными с учетом фактора сезонности, и расходами на оказание услуг груминг-салона. Режим налогообложения – ОСНО. Значение показателей рентабельности говорит о хороших перспективах развития данного бизнеса

Таблица 5

Финансовые результаты открытия груминг-салона «Lucky Paws»

Показатель	1й год
Выручка от реализации услуг, руб.	9247680
Полная себестоимость услуг, руб.	6846416
Прибыль от продаж, руб.	2401264
Операционные расходы (кредит), руб.	500000
Прибыль до налогообложения, руб.	1901264
Налог на прибыль (ОСНО 20%), руб.	380253
Чистая прибыль, руб.	1521011
Рентабельность продаж, %	16,45
Рентабельность услуг, %	22,21

Расчет точки безубыточности в таблице 6 подтверждает эффективность выбранного вида деятельности, расчетный срок окупаемости инвестиций – 9,8 месяца.

Таблица 6

Расчет точки безубыточности ООО «Lucky Paws»

Показатель	Значение
Выручка от реализации услуг, руб.	9247680
Переменные затраты, руб.	1261200
Валовая маржа, руб.	7986480
Доля валовой маржи в выручке, %	0,8636
Суммарные постоянные затраты, руб.	5585216
Средняя цена услуги, руб.	3800
Пороговая выручка от реализации, руб.	6467364,5
Пороговое количество оказанных услуг, ед.	1702
Срок окупаемости инвестиций, мес.	9,8

Подводя итог, мы видим, что рассчитанные показатели подтверждают эффективность и рентабельность выбранного вида бизнеса, демонстрируют достаточно быструю окупаемость инвестиций и возможность развивать новые направления услуг. Таким образом, цель исследования – выбор бизнес-идеи для молодежного предпринимательства достигнута.

Включение проектной деятельности в учебный план СПО, разработка планов создания новых бизнесов является элементом современной инновационной системы подготовки профессиональных кадров, отвечающей потребностям базовых отраслей экономики региона и запросам работодателей. Изучение предметов, связанных с бизнес-проектированием и предпринимательством, позволяет формировать у обучающихся hard-skills (профессиональные навыки и умения) и soft-skills навыки (лидерские, мышленческие, коммуникативные, командные, творческие); удовлетворять потребности регионов и работодателей в высококвалифицированных, мотивированных, обладающих метапредметными и профессиональными компетенциями работников среднего звена.

1. Каких домашних животных держат россияне // Журнал Тинькофф. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/petstat/>

2. Конкурсное задание финала V Национального Межвузовского чемпионата «Молодые профессионалы» по компетенции «Предпринимательство» за 2021 г. – URL: [https://disk.yandex.ru/d/mMShy22txwvE6A/%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BB%20%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B2%D1%83%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%A7%D0%B5%D0%BC%D0%BF%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%202021%20\(%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8F%D0%B1%D1%80%D1%8C%202022\)%/D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE](https://disk.yandex.ru/d/mMShy22txwvE6A/%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BB%20%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B2%D1%83%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%A7%D0%B5%D0%BC%D0%BF%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0%202021%20(%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8F%D0%B1%D1%80%D1%8C%202022)%/D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE)

3. Массовое вовлечение молодежи в предпринимательство: современные реалии и перспективы развития. Информационно-аналитическая система Росконгресс. – URL: <https://roscongress.org/sessions/eef-2021-massovoe-vovlechenie-molodezhi-v-predprinimatelstvo-sovremennye-realii-i-perspektivy-razvitiya/translation/#>

4. Молодежное предпринимательство: проблемы и решения. – URL: <https://www.garant.ru/news/1468805>

5. Об утверждении государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года. Утверждены распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/5416a7ecef3afe3ff052deb74264bbf282e889ef/

6. Присяжная М.В. Молодежное предпринимательство: вызов для поколения центениалов. – URL: <https://eef2021.tilda.ws/molodezhnoe-predprinimatelstvo>

7. Россия 2025: от кадров к талантам. – URL: https://worldskills.ru/assets/docs/-media/Skills_Outline_web_tcm27-175469.pdf

8. Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации» от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ. – URL: <https://rg.ru/documents/2021/01/11/molodez-dok.html>

АНАЛИЗ РЫНКА СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Д.Д. Повилягина, В.А. Сасина, А.В. Решетняк

студенты

С.К. Худякова

преподаватель высшей категории

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

Рынок складской недвижимости – один из самых быстро развивающихся сегментов рынка коммерческой недвижимости в России. Склады лидируют по инвестиционной привлекательности среди других секторов коммерческой недвижимости. Поэтому оценка таких объектов – востребованная услуга. Однако важно учитывать, что процесс оценивания складской недвижимости имеет определенную специфику.

Ключевые слова: рынок складской недвижимости, склады, помещения внутри склада, анализ, статистика и динамика рынка складской недвижимости.

INTERNATIONAL MIGRATION IN CONTEMPORARY RUSSIA: FAR EASTER CONTEXT

The warehouse real estate market is one of the fastest growing segments of the commercial real estate market in Russia. Warehouses are leading in terms of investment attractiveness among other commercial real estate sectors. Therefore, the evaluation of such objects is a popular service. However, it is important to take into account that the process of evaluating warehouse real estate has certain specifics.

Keywords: economic conditions, social conditions, economic analysis, profit, market, entrepreneurship. warehouse real estate market, warehouses, premises inside the warehouse, analysis, statistics and dynamics of the warehouse real estate market.

Складская недвижимость – это не только склады, сюда относятся и помещения внутри склада, и складские комплексы, и проекты складских комплексов.

В настоящее время на рынке представлено большое количество складов и складских помещений, выставленных на продажу или сдаваемых в аренду. Но как правило, это касается крупных городов России. В небольших городах до сих пор наблюдается дефицит складов.

Рынок складов и логистики был одним из наименее изученных секторов рынка коммерческой недвижимости в целом на протяжении всех 15 лет его развития. Предприятия розничной торговли и оптовика были вынуждены использовать существующие еще с советских времен и не соответствующие современным требованиям помещения или довольствоваться дефицитными площадями всего в нескольких соответствующих высоким стандартам зданиях.

С увеличением потребностей в больших по площади складских помещениях крупные пользователи были вынуждены строить объекты. И только сейчас осознание потребности рынка в современных складских помещениях и логистических центрах дало толчок к развитию данного сектора рынка коммерческой недвижимости, что и определило актуальность выбранной темы.

Цель данной работы – анализ ситуации на рынке складской недвижимости на примере Приморского края.

Основными задачами исследования в рамках поставленной цели являются:

- провести анализ рынка складской недвижимости
- проанализировать динамику складской недвижимости в Приморском крае
- рассмотреть перспективы развития складской недвижимости в Приморском крае

Объект исследования – рынок складской недвижимости Приморского края

Одними из наиболее значимых факторов, определяющих развитие рынка промышленно-складской недвижимости региона, являются:

- общее социально-экономическое состояние региона, состояние промышленности и перспективы ее развития;
- рынок земельных участков промышленного назначения.

Всего сейчас в регионе 15 млн кв. м складов. Очевидно, что здесь присутствует много различных владельцев и форм собственности. Условно их можно поделить на три группы. [1]
На рисунке 1 представлено соотношение рынка складской недвижимости по России.

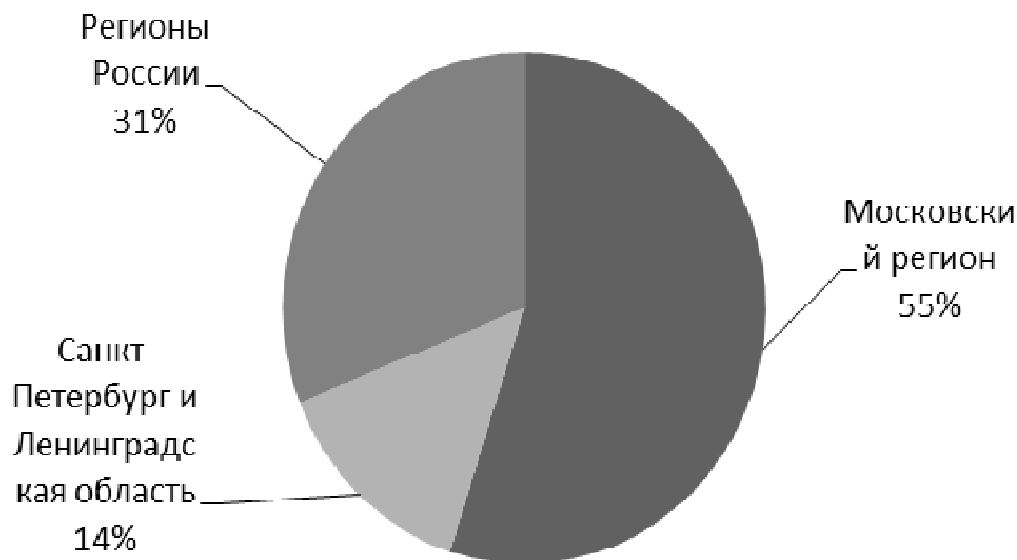


Рис. 1. Рынок складской недвижимости

Группа первая – стратеги, которые владеют собственными складами (в основном класса А) и предлагают их для сдачи в аренду. Общая площадь складских помещений, которыми владеют такие компании, измеряется миллионами квадратных метров.

Вторая группа – инвестиционные компании, которые предлагают владение логистической недвижимостью через финансовые инструменты, например, участие в инвестиционных фондах через паи, или покупку акций.

Группа третья – end users, т.е. компании, которые покупают склады для собственных нужд. Это торговые сети, производители, дистрибуторы, логистические компании.

Покупать складскую недвижимость стоит лишь в том случае, если есть серьезный опыт управления ею как логистическим комплексом и инвестиционным объектом. Если же подобный опыт отсутствует, то следует обратиться к инвестиционным инструментам, т.е. вкладывать средства в коммерческую недвижимость через акции или паи.

Если рассматривать показатели купли-продажи по российскому рынку в целом, то за прошедшую часть 2022 года средний размер сделки составляет 17 000 кв. м; в BTS-сегменте была зафиксирована только одна сделка купли-продажи площадью 74 000 кв. м – говорит региональный директор департамента складской и индустриальной недвижимости Виктор Афанасенко. Для сравнения: по итогам 2021 года средний размер сделки купли-продажи складских зданий конечным пользователям был зафиксирован на отметке в 22 500 кв. м.

В структуре площадей, сданных в нынешнем году в эксплуатацию, наибольшая доля (52%) у проектов, не имеющих определенного заказчика; 37% приходится на проекты, которые компании строили для собственных нужд (к примеру, распределительные центры IKEA и Wildberries); оставшееся (11%) – проекты, реализованные с учетом требований конкретного арендатора (крупнейший такой комплекс построен инвестиционно-строительной компанией Logistics Partners во «Внуково-2»). Столь высокая доля проектов, реализуемых не под конкретного арендатора, – свидетельство растущего спроса (не будь его, строить «в никуда» девелоперы не стали бы). Стремление арендовать качественные складские комплексы высказывают в первую очередь розничные сетевые компании интернет-торговли.[2]

В таблице 1 представлены крупнейшие объекты, введенные в эксплуатацию в 2021 году, на рынке складской недвижимости.

Объекты, введенные в эксплуатацию в 2021 году

Год	Квартал	Название объекта	Девелопер/Собственник	Общая площадь
2020	Q1	Распределительный центр Wildberries	Wildberries	92 000
2020	Q3	Распределительный центр Глобус	«Глобус»	60 000
2020	Q3	Коломенский завод	PNK Group	47 000
2020	Q2	Логопарк «Софьино»	«Логопарк Ме-неджмент»	49 615
2020	Q1	РЦ «Верный»	PLT	44 444
2020	Q1	Логопарк «Быково»	«Логопарк Менеджмент»	42 894

Снижение влияния коронавирусной пандемии, уверенный рост e-commerce и сокращение бюрократических процедур были основными драйверами рынка складской недвижимости в 2021 году и способствовали его росту более чем на 14 % до 34,4 млн кв. м.

Объем сделок со складами в Российской Федерации в 2021 году составил 1,2 млрд долларов, что на 60 % выше значений 2020 года, сообщают аналитики международной консалтинговой компании JLL. Кроме того, это самый высокий показатель за последние восемь лет. В Санкт-Петербурге инвестиции в складскую недвижимость увеличились в 2,6 раза.

На рынке складских помещений Приморского края в начале 2022 года сложилась непростая ситуация. По мнению экспертов, опрошенных ИА PrimaMedia, продолжается сегментирование рынка. С одной стороны, хранилища первой категории полностью заполнены, с другой – помещения класса С, устаревшие морально и физически, зачастую не востребованы. Ставки аренды за последние месяцы увеличились незначительно (рис. 3).

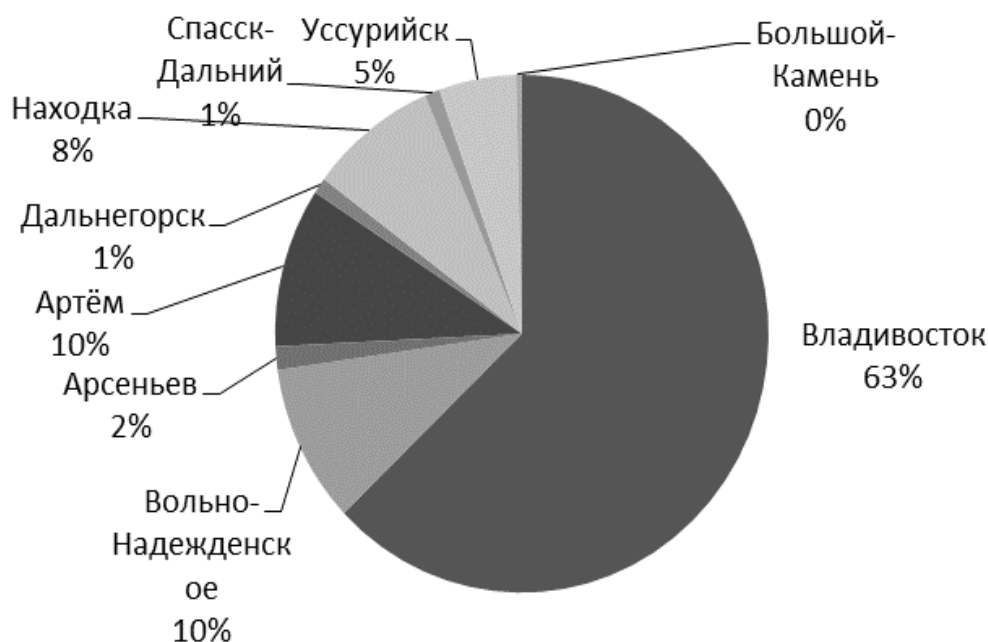


Рис. 3. Увеличение арендных ставок

Объем предложения на рынке аренды складских помещений Приморского края в феврале 2022 года составил более 200 тысяч кв. м. при средней ставке 359 руб. за квадратный метр в месяц (медиана – 350 руб. за "квадрат" в месяц). Лидирующее место занимает Владивосток с объемом предложения около 126 тысяч кв. м. (это 62,82 % от всего объема по краю) при средней ставке 404 рубля. На рисунке 4 можно увидеть, что среди районов Владивостока больше всего складских помещений предлагается на Снеговой – более 34 тысяч кв. м и Второй Речке – более 26 тысяч кв. м. [3]

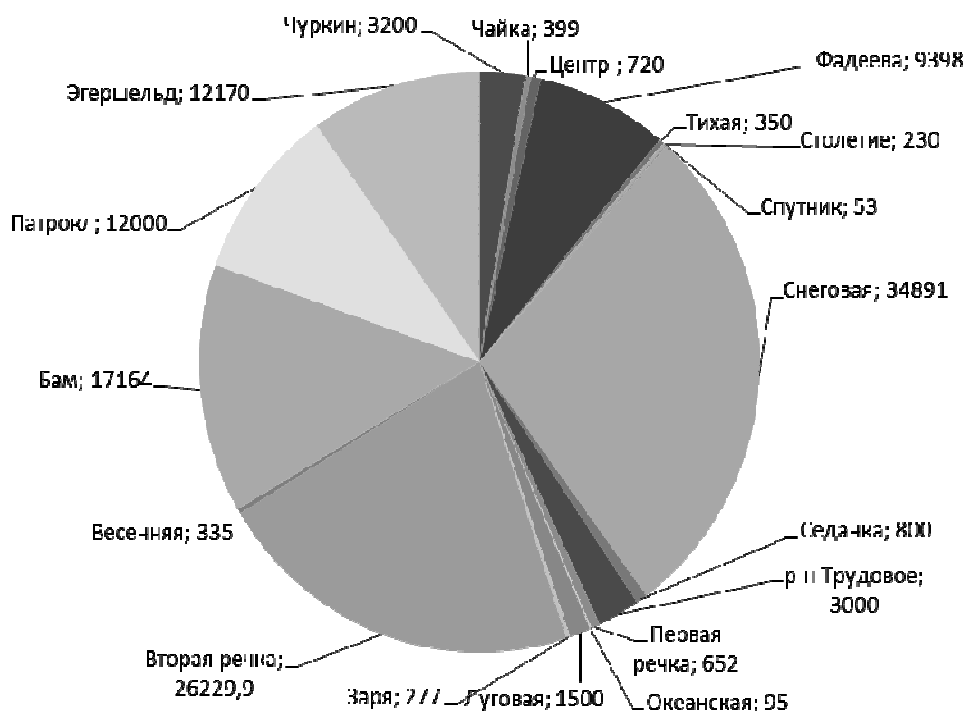


Рис. 4. Объем предложения на рынке аренды складских помещений

Среди других муниципалитетов Приморья, кроме Владивостока, на рынке наиболее активны Артем и Надеждинский район, на которые приходится 9,98 и 9,93% от объема рынка. Одни из крупнейших городов после столицы Приморского края, Находка и Уссурийск, занимают 8,39 и 5,04% от объема рынка. Средняя ставка аренды в Артеме – 299, в Вольно-Надеждинском – 70, в Находке – 188, в Уссурийске – 278 рублей. Для сравнения, в других городах Приморского края (Арсеньев, Большой Камень, Дальнегорск, Спасск-Дальний), плата за аренду квадратного метра составляет в среднем 257, 220, 200 и 500 рублей соответственно.

Арендаторам складов во Владивостоке выбирать проще всего – ведь есть площади, которые можно снять буквально за десятки рублей/квадратный метр в месяц. Максимальная ставка – 833 рублей. Дешевые помещения имеются также в Артеме и Уссурийске, а вот во многих других городах выбирать особо не из чего, и арендодатели цены держат.

Рынок услуг Приморского края довольно насыщен транспортными и складскими услугами. Это обусловлено тем, что Приморский край является одним из центров развития Дальнего Востока и имеет неоспоримые преимущества – выход к Японскому морю, близость к международным торговым путям и Азиатско-Тихоокеанскому региону. Выход к морю дает возможность для строительства складов морских портов, множество свободных земель – для строительства крупных складских комплексов между городами, а соседство с другими странами – создание СВХ и таможенных складов. Поэтому существует большое количество различных складов, каждый из которых относится к отдельной категории и имеет определенные функции и задачи. Строительство новых складов в Приморском крае идет, но такой вид бизнеса сопряжен с существенными проблемами, говорят эксперты.

Во-первых, отсутствует возможность развивать рынок из-за нашего географического положения: с трех сторон нас окружает море, и развитие может быть только на север – в сторону Артема, Надеждинска, но все хотят быть поближе к городу. Тут возникают проблемы с земельными участками при фактически полном отсутствии поддержки от властей.

Рассмотрим крупнейшие проекты на территории Приморского края.

А) Строительство транспортно-логистического комплекса в г. Артёме. ТЛК «ЮНИОН» – это многофункциональный логистический комплекс, который включает в себя:

- 1) складской комплекс класса А общей площадью 30 000 м²
- 2) железнодорожный контейнерный терминал, способный переработать до 1 млн/тонн груза в год
- 3) площадка СВХ (склад временного хранения)
- 4) собственный автомобильный парк контейнеровозов полуприцепов
- 5) двухъярусные торцевые железнодорожные эстакады

б) Комплекс расположен в непосредственной близости к федеральной трассе М60 (Владивосток-Хабаровск)

Проект строительства ТЛК «Юнион» направлен на развитие транспортной инфраструктуры Владивостокской агломерации, разгрузку контейнерных терминалов в порту Владивосток.

Б) Создание индустриального парка «Авиаполис Янковский»

Это крупнейший индустриально промышленный парк на Дальнем Востоке с качественно новыми условиями для Вашего бизнеса. Современная организация систем хранения, логистики, эксплуатации здания – всё это воплощено в Авиаполисе. Комплекс расположен всего в 5 км от Аэропорта «Владивосток», а застраиваемая территория в 92 Га по масштабам сопоставима с территорией аэропорта. Участок располагается в исключительно динамической зоне, как с точки зрения инфраструктуры, так и в непосредственной близости от ключевых транспортных узлов. Расстояние до города Владивосток всего 40 км, до города Артем – 4,7 км, до города Находка – 139 км. Проект «Янковский» отличают:

1) Высокий уровень визуальной доступности, близость к индустриально-логистическим объектам, хорошие характеристики топографии местности.

2) Складские помещения класса В+ площадью 52 033 м², Склады класса А площадью 28 500 м²

3) Электроснабжение 4,2 МВт, Водоснабжение 36 м³/сут

4) Очистные сооружения, Автономные котельные к каждому складу

5) Примыкание к трассе М40 «Уссури»

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод. В настоящее время российский рынок складской недвижимости в основном расположен в Московской области

Что касается Приморского края, он обладает потенциалом развития, так как является одним из наиболее перспективных регионов Дальнего Востока. Это обусловлено его географическим положением, соседством со странами АТР, а также наличием главной транспортной развязки – Транссибирской магистрали. В перспективе можно ожидать, что относительно высокий спрос на качественные площади со стороны производственных компаний и торговых операторов будут способствовать росту предложения новых складских площадей.

1. Рынок складской недвижимости: ключевые события 2020 года и тенденции 2021-2022 годов –URL: https://newretail.ru/business/rynok_skladskoy_nedvizhimosti_klyuchevye_sobytiya_2020_goda_i_tendentsii_2021_2022_godov8314/

2. Арендаторы в зоне комфорта: обзор рынка складских помещений Приморья. – URL: <https://primamedia.ru/news/1261817/>

3. Белозерцева Н.П., Оточина А.Д. Исследование состояния и перспектив развития рынка складских услуг в Приморском крае. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sostoyaniya-i-perspektiv-razvitiya-rynka-skladskih-uslug-v-primorskom-kra>

УДК 657.622

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «РАТИМИР», г. ВЛАДИВОСТОК

Л.А. Поздышева, А.К. Самодолова

студенты

О.В. Лайчук

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Каждое предприятие ведет учет произведенных операций своей производственно-хозяйственной и финансовой деятельности. Информация об этом необходима сотрудникам самого предприятия как внутренним пользователям для анализа текущей работы компании и перспективного планирования ее будущего развития. Внешние пользователи так используют эту

информацию, например налоговая служба интересуется бухгалтерская отчетность в первую очередь, для проверки предприятия на правильность уплаты начисленных налогов.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, финансовое состояние, финансовая устойчивость, рентабельность.

ACCOUNTING STATEMENTS AS AN INFORMATION BASE FOR THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION AND PERFORMANCE OF THE ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF «RATIMIR» LLC, VLADIVOSTOK

Each enterprise keeps records of the operations of its production, economic and financial activities. Information about this is necessary for employees of the enterprise itself as internal users to analyze the current work of the company and long-term planning of its future development. External users use this information in such a way, for example, the tax service is primarily interested in financial statements to check the company for the correctness of payment of accrued taxes.

Keywords: financial statements, financial condition, financial stability, profitability.

Целью исследования является анализ финансового состояния и результатов деятельности ООО «Ратимир», г. Владивосток, прогнозирование резервов для улучшения его деятельности по данным бухгалтерской отчетности.

Для достижения поставленной цели были поставлены и выполнены следующие задачи:

- проведена оценка финансового состояния предприятия на основе горизонтального и вертикального анализа его бухгалтерского баланса;
- проанализированы показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия;
- охарактеризованы результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе анализа показателей его деловой активности и рентабельности;
- разработаны рекомендации по улучшению финансового состояния и повышению эффективности деятельности предприятия [1–5].

Анализ проводился на примере общества с ограниченной ответственностью «Ратимир» (ООО «Ратимир»), г. Владивосток. Основным видом деятельности ООО «Ратимир» является производство продукции из мяса убойных животных и мяса птицы. Предприятие занимает лидирующие позиции среди российских брендов мясной продукции. Компания активно растет и развивается. В ее структуре имеется производственный комплекс с современной системой контроля качества сырья и готовой продукции, собственные животноводческие фермы, розничная сеть и логистические мощности. Основное внимание сосредоточено на выпуске и продвижение на рынке вкусной и натуральной продукции из собственного мяса [6].

Проведенный анализ основных финансовых показателей деятельности предприятия за период 2020–2021 гг. свидетельствует о положительной динамике развития, что наглядно отражено на рис. 1.

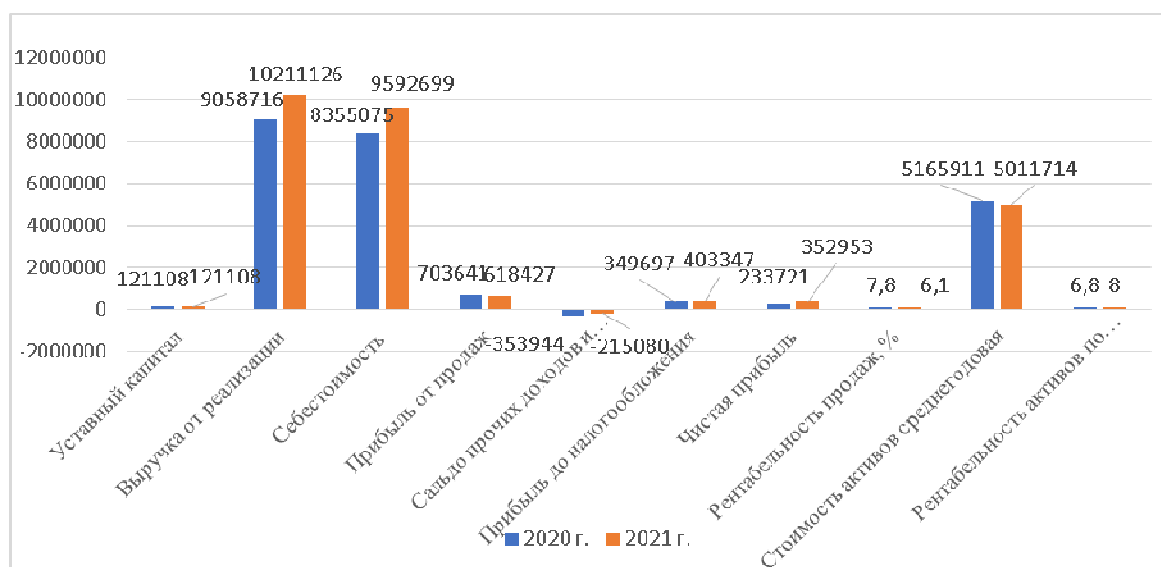


Рис. 1. Динамика финансовых показателей ООО «Ратимир» за 2020-2021 гг., тыс. руб.

За анализируемый период времени выручка ООО «Ратимир» увеличилась более чем на 12 %, полная себестоимость при этом выросла более чем на 6,9 %. Прибыль от продаж снизилась, но за счет роста доходов от прочих видов деятельности предприятию удалось увеличить размер чистой прибыли более чем на 50 %.

Таблица 1

Вертикальный анализ баланса ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг.

Показатели	На 01.01.2020	На 01.01.2021
АКТИВ		
Внеоборотные активы	×	×
Нематериальные активы	0,1%	0,01%
Основные средства	15,5%	22,44%
Доходные вложения в материальные ценности	0,08%	0,08%
Финансовые вложения	3,04%	3,65%
Отложенные налоговые активы	0,36%	0,52%
Прочие внеоборотные активы	0,18%	0,18%
Итого	19,1%	26,8%
Оборотные активы		
Запасы	18,99%	25,86%
Финансовые вложения	4,34%	4,57%
Денежные средства	0,01%	0,01%
Дебиторская задолженность	57,46%	42,66%
Итого	80,8%	73,1%
БАЛАНС	100,0%	100,0%
ПАССИВ		
Капитал и резервы	×	×
Уставный капитал	2,19	2,7
Добавочный капитал	0,13	0,16
Нераспределенная прибыль	25,43	37,95
Итого	27,75	40,81
Долгосрочные обязательства	×	×
Заемные средства	25,09	43,4
Отложенные налоговые обязательства	0,36	0,46
Итого	25,45	43,86
Краткосрочные обязательства	×	×
Заемные средства	37,38	0,11
Кредиторская задолженность	8,81	14,26
Прочие краткосрочные обязательства	0,61	0,96
Итого	46,8	15,33
БАЛАНС	100,0%	100,0%

Анализ баланса предприятия показал, что имущество предприятия уменьшилось на 19,5 %. Данное изменение обусловлено сокращением доли оборотных активов с 80,8 до 73,1 %. При этом в структуре имущества ООО «Ратимир» оборотные активы преобладают, что естественно для обрабатывающего производства. В структуре оборотных средств преобладает дебиторская задолженность, но ее доля уменьшается. Так если в 2020 г. она составляла 57,461 %, то в 2021 г. она снизилась до 42,66 %. При этом выросла доля запасов на 6,87 % (25,86 – 18,99), финансовых вложений на 0,23 % (4,57 – 4,34). Необходимо отметить, что уменьшение размера имущества предприятия сопровождалось стабильным ростом основных средств, их доля выросла на 6,94 % (22,44 – 15,5).

В структуре пассивов предприятия в 2020 году преобладали капитал и резервы, их доля составляла 27,75 %, где на нераспределенную прибыль приходилось 91,6 %. В 2021 доля нераспределенной прибыли выросла до 92,9 %. Выросла доля долгосрочных обязательств с 25,45 до 43,86 %, а вот доля краткосрочных обязательств снизилась с 46,8 до 15,33 %. Однако имеет место рост кредиторской задолженности с 8,81 до 14,26 %.

Увеличение в структуре имущества предприятия доли оборотных средств положительно характеризует работу предприятия. Основное их увеличение произошло по запасам, что в значительной степени обусловлено увеличением сумм готовой продукции и товаров к перепродаже, что само по себе положительно.

Положительно следует оценить уменьшение дебиторской задолженности в абсолютном и относительном выражении. В 2020 году дебиторская задолженность значительно превышала кредиторскую задолженность, в 2021 году размер дебиторской задолженности значительно снизился, но по сумме продолжает превышать кредиторскую задолженность. Данное обстоятельство значительно сдерживает развитие компании.

Анализ сформированных групп активов бухгалтерского баланса по степени ликвидности и пассивов по срочности обязательств наглядно представлен в табл. 2.

Таблица 2

Анализ ликвидности баланса ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг., тыс. руб.

Наименование	2020	2021
АКТИВ		
A1	241019	205480
A2	3183081	1912699
A3	1052725	1160639
A4	1062575	1205212
ВБ	5539399	4484029
ПАССИВ		
П1	487772	639459
П2	2104647	47784
П3	1409806	1966660
П4	1537174	1830127
ВБ	5539399	4484029
Платежный излишек/недостаток		
A1-П1	(246753)	(433979)
A2-П2	1078434	1864915
A3-П3	(357081)	(806021)
A4-П4	(474599)	(624915)

Анализ сформированных групп активов бухгалтерского баланса по степени ликвидности и пассивов по срочности обязательств позволяет оценить деловую активность ООО «Ратимир» как допустимую, пассивы преобладают над активами. Проводимый по такой схеме анализ ликвидности баланса является приблизительным. Более детальный анализ платежеспособности организации проведем при помощи финансовых коэффициентов. Показатели платежеспособности являются важным в оценке финансового состояния организации, наглядно они представлены в табл. 3.

Таблица 3

Анализ коэффициентов ликвидности ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг.

Показатели	Норматив	2020	2021
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,5	0,09	0,30
Коэффициент быстрой ликвидности	0,7-1,0	1,32	3,08
Коэффициент текущей ликвидности	2,0-2,5	1,73	4,77

Коэффициент абсолютной ликвидности на период 2020 года не соответствовал норме, также как и коэффициент текущей ликвидности. Оставаясь в зоне допустимого риска с точки зрения ликвидности к 2021 году предприятию удалось нарастить значения этих показателей, они стали соответствовать нормативным значениям.

Анализ показателей финансовой устойчивости ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг. показал уменьшение излишков собственных оборотных средств на 7,4%. В 2021 году в сравнении с 2020 годом в ООО «Ратимир» наблюдается увеличение собственных и долгосрочных источников формирования запасов на 72%, при этом излишек общей величины основных источников формирования запасов снизился, компания смогла сохранить нормальный тип финансовой устойчивости. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ООО «Ратимир» свидетельствует о том, что собственный капитал предприятия составляет менее 50% всех пассивов, что наглядно представлено в табл. 4.

Таблица 4

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг.

Показатели	Норматив	2020	2021
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	> 0,1	0,11	0,19
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,2-0,5	0,31	0,34
Коэффициент автономии	≥ 0,5	0,28	0,41

Значения коэффициента автономии и коэффициента обеспеченности собственными средствами ниже нормативных значений. Стоит отметить, что доля собственных средств в структуре пассивов для обеспечения финансово устойчивого положения недостаточна, однако компания использует долгосрочные заемные пассивы для финансирования деятельности.

За исследуемый период 2020–2021 гг. ресурсы компании использовались в правильном направлении. Оборачиваемость дебиторской задолженности, оборотных активов, ресурсоотдача увеличилась на 1,6; 0,4 и 0,2 оборота соответственно, что наглядно это представлено на рис. 2.

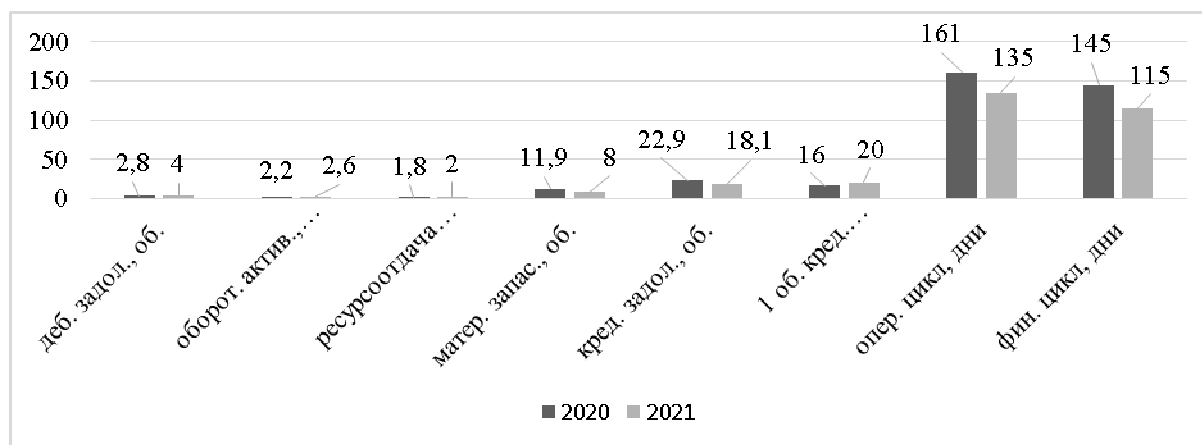


Рис. 2. Динамика показателей деловой активности ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг., %

Длительность операционного цикла в том же периоде сократилась на 26 дней, а длительность финансового цикла – на 30 дней. В то же время снизилась оборачиваемость кредиторской задолженности и материальных запасов.

В целом, анализ бухгалтерской отчетности ООО «Ратимир» за 2020–2021 гг. позволяет сделать вывод, что компания смогла нарастить чистую прибыль, ликвидность предприятия находится в допустимой зоне и предприятие является платежеспособным, но имеет достаточно низкие показатели рентабельности продаж и продукции. Для улучшения сложившейся ситуации предприятию можно предложить следующие рекомендации:

- сосредоточить усилия на обоснованном снижении себестоимости,
- предусмотреть меры ускорения оборачиваемости материальных затрат.

1. Бухгалтерская финансовая отчетность и ее пользователи. – URL: <https://www.klerk.ru/blogs/-moedelo/535841/#:~:text=/> (дата обращения: 02.04.2023)

2. Отчет о финансовых результатах. – URL: [https://www.moedelo.org/club/ buhgalterskij-uchet/otchet-о-pribylyah-i-ubytkah/](https://www.moedelo.org/club/buhgalterskij-uchet/otchet-о-pribylyah-i-ubytkah/) (дата обращения: 02.04.2023)
3. Галкина Н. А. Бухгалтерский баланс в анализ финансового состояния предприятия. – URL: (дата обращения: 02.04.2023)
4. Алексашкин С.С. Анализ финансового состояния предприятия. – URL: <https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/12127/1/> (дата обращения: 02.04.2023)
5. Макаров В.В. Ликвидность и платежеспособность как элементы анализа финансового состояния предприятия. – URL: <https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/24742/1/> (дата обращения: 02.04.2023)
6. Краткая характеристика ООО «Ратимир». – URL: [https://studwood.net/1086251/ menedzhment/kratkaya_harakteristika_predpriyatiya_ratimir/](https://studwood.net/1086251/menedzhment/kratkaya_harakteristika_predpriyatiya_ratimir/) (дата обращения: 02.04.2023)

УДК 330.34

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ПО МОНТАЖУ, ОБСЛУЖИВАНИЮ И РЕМОНТУ СИСТЕМ ПОЖАРНО-ОХРАННОЙ СИГНАЛИЗАЦИИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ НА БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭГИДА-ПРИМ»

Е.А. Терехова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье исследованы факторы микро и макро среды, оказывающие воздействие на ООО «Эгида-Прим». Отраслевой анализ и группировка факторов воздействующих на рынок управляющей компании, дает возможность в развитии организации, с учетом имеющихся конкурентов.

Ключевые слова: *микросреда, макросреда, конкурентоспособность организации, PESTLE-анализ, анализ М. Портера, SNW- анализ.*

TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY FOR THE INSTALLATION, MAINTENANCE AND REPAIR OF FIRE ALARM SYSTEMS IN THE PRIMORYE TERRITORY FOR THE COMING YEARS ON THE EXAMPLE OF LLC «EGIDA-PRIM»

The article examines the factors of micro and macro environment that have an impact on LLC «Egida-Prim». Industry analysis and grouping of factors affecting the management company's market makes it possible to develop the organization, taking into account existing competitors.

Keywords: *microenvironment, macroenvironment, competitiveness of the organization, PESTLE analysis, M. Porter analysis, SNW analysis.*

Отраслевой анализ с элементами конкурентного анализа имеет большое значение для определения перспектив развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия, так как помогает понять на какой стадии жизненного цикла находится отрасль и выбрать правильную стратегию развития для компании. Для результативного развития компании нужно углубленно изучить макросреду и микросреду [1].

Основная цель в проведении отраслевого анализа заключается в определении привлекательности отрасли и оценке перспектив деятельности компании. Исследование отрасли позволяет оценить текущие тенденции, понять её структуру и динамику, уровень конкуренции, потенциальные возможности и угрозы, определить ключевые факторы успеха, и в результате разработать правильную стратегию поведения на рынке [2].

Отрасль по монтажу, обслуживанию и ремонту систем пожарно-охранной сигнализации находится на стадии роста, так как с каждым годом появляются новые конкуренты, технологии совершенствуются и пока невозможно достичь идеала. Но также в связи с ростом технологий, строительства и увеличением количества компаний, спрос на охранные и сигнализационные услуги растёт.

Отрасль технических средств охранной сигнализации появилась еще в начале XIX века, но она ограничивалась технологиями, которые были созданы на тот момент. И пользовались такими установками только военно-промышленные комплексы и банки.

В начале 90-х в России появился большой интерес к приборам охранной сигнализации у различных коммерческих и частных структур, так как резко усилилась криминализация общества и была произведена легализация частной собственности на средства производства. На тот момент в России не так был развит рынок охранных средств, поэтому на рынке стала широко распространяться охранная сигнализация от целого ряда ведущих мировых производителей.

С каждым годом востребованность в системах безопасности растет, так как на рост рынка технических средств охранной сигнализации оказывает влияние такой фактор как общая активность в сфере строительства, как в жилом секторе, так и в нежилом. При пристройке новых зданий устанавливается большая часть ТСОС. Это говорит о том, что рынок охранной сигнализации тесно связан со строительной индустрией. Одним из факторов, который позитивно влияет на рост объема продаж технических средств охранной сигнализации является технологические инновации. Благодаря им продукцию обогащают новыми характеристиками, благоприятно влияющими на работоспособность [3].

Рынок довольно быстро развивался и увеличивался в объеме и по итогам 2017 г. объем рынка технических средств безопасности (ТСБ) в России по предварительным подсчетам составил приблизительно 70 млрд рублей с учетом всех государственных тендеров и коммерческих закупок. По итогам 2021 года российский рынок технических средств безопасности оценивался почти в 80 млрд рублей.

Основные сегменты рынка технических средств безопасности:

- видеонаблюдение;
- охранно-пожарная сигнализация;
- системы контроля и управления доступом.

Аналитики считают, что российский рынок услуг охраны и безопасности считается сегодня одним из самых перспективных. В связи с развитием информационных технологий, увеличением количества строящихся зданий и сооружений и с введением новых норм по предупреждению чрезвычайных ситуаций, организации, занимающиеся установкой и обслуживанием технических средств безопасности, становятся всё более востребованными.

События 2022 года стали переломными, особенно для рынка безопасности. Многие компании пересмотрели стратегии развития, еще больше увеличилось количество отечественных производителей технических средств безопасности. Несмотря на то, что программа импортозамещения шла уже несколько лет, именно в 2022 году, в период кризиса выяснилось в чем кроются основные проблемы, и где возникли пробелы.

На факторы макросреды компания не может сама воздействовать. К ним относятся: социокультурные, политические, экономические, технологические, экологические и правовые факторы.

Для того чтобы оценить положение компании на рынке и обозначить сильные и слабые стороны, а также возможные факторы, препятствующие развитию, проведем PESTLE-анализ, представленный в табл. 1.

Таблица 1

Результаты PESTLE-анализа ООО «Эгида-Прим»

Группа факторов	Фактор	Признаки и их проявление	Возможные ответные меры руководства предприятий	Вероятность наступления
Р – политический	Ухудшение политического климата страны Санкции со стороны других стран	Сложное взаимодействие с главными странами-поставщиками	Создание заменяемых отечественных товаров	Высокая
Е – экономический	Снижение курса рубля Снижение покупательской способности потребителей	Снижение спроса из-за невозможности оплатить услуги по охране, и впоследствии снижение выручки	Проведение акций, создание линейки технических средств экономкласса	Средняя
S – социокультурный	Рост мобильности населения, трудовая миграция за границу	Отток работников и специалистов в отрасли по обеспечению безопасности	Совершенствование системы стимулирования оплаты труда и мотивации, бонусные премии, социальный пакет	Средняя

Группа факторов	Фактор	Признаки и их проявление	Возможные ответные меры руководства предприятий	Вероятность наступления
Т – технологический	Появление новых технологий и повышение стандартов	Появление новых приборов, материалов, инструментов, оборудования, станков и технологических линий, которые необходимо изучить, освоить и внедрить в работу	Дополнительные вложения в «ноу-хау» и обновление производственных мощностей.	Высокая
Л – правовой	Законы о защите данных, труда, потребителя	Ужесточение законов и повышение требований к безопасности, особенно в общественных местах. Следовательно, повышение спроса к организациям безопасности	Увеличение маркетинга, чтобы у людей было на слуху, к кому они могут обратиться. А также увеличение штата монтажников по необходимости из-за увеличенного спроса	Высокая
Е – экологический	Экологичность применяемых материалов и технологий	Ужесточение требований заказчика (потребителя) к использованию экологически безопасных технологий	Приоритет критериев качества при оценке используемых технологий и материалов	Средняя

Рассмотренные факторы внешней среды, оказывающие наибольшее влияние на деятельность компании «Эгида-Прим» и отрасль по обеспечению безопасности в целом, определили следующие перспективы и проблемы компании: к перспективам необходимо отнести увеличение спроса на услуги по причине, увеличения требований к безопасности, а также возможность создания отечественного товара, который может занять крупную нишу технических средств безопасности из-за снижения импорта.

После оценки макросреды, рассмотрим микросреду предприятия. Внешнюю микросреду ООО «Эгида-Прим» образует совокупность организаций-поставщиков, потребителей, посредников, конкурентов и др.

Проанализируем конкурентную позицию предприятия на отраслевом рынке, используя «Модель пяти сил Портера», приведенную в табл. 2.

Таблица 2

Сводная таблица анализа «5 конкурентных сил» М. Портера

Параметр	Риск	Описание	Направление работ
Угроза появления новых конкурентов	Средний	Почти все ниши в отрасли заняты, возможно остались какие-то микро-ниши услуг, которые были бы удобны для потребителей	Компании необходимо на постоянной основе отслеживать предложения конкурентов и появление новых компаний
Угроза внутриотраслевой конкуренции	Средний	Крупных конкурентов на рынке не так много и в данной отрасли на покупателя влияет только значимая разница в цене	Компания должна сосредоточить свои усилия на предоставлении высокого качества услуг, соизмеримого с ценой
Угроза появления услуг – заменителей	Низкий	Вероятность появления услуг – заменителей в отрасли по обеспечению безопасности низкая	Компании следует на постоянной основе контролировать ситуацию на рынке
Рыночная власть потребителей	Средний	Примерно 50 % клиентов совершают закупки в больших масштабах, а также на покупателя влияет только значимая разница в цене	Важно выстраивать долгосрочные взаимоотношения с клиентами, поэтому необходимо предоставлять скидку постоянным клиентам или создавать оборудование эконом-класса для всех потребителей
Рыночная власть поставщиков	Средний	Поставщиков на рынке много, но в связи с санкциями количество иностранного товара сильно сократилось. Но есть поставщики качественных отечественных товаров	Необходимо заранее озаботиться контрактами с отечественными поставщиками, чтобы не было перебоев в поставках технического оборудования

Из приведенных данных следует, что компания «Эгида-Прим» занимает достаточно устойчивое положение на рынке и основное влияние на компанию оказывает угроза рыночной власти поставщиков, так как взаимодействие с другими странами сейчас у России на низком уровне, следовательно, при поломке уже установленной импортной техники могут возникнуть проблемы с поставкой деталей для замены.

Также для конкурентного анализа организации проведем SNW-анализ в табл. 3, который может выявить сильнейшую сторону организации и улучшить ее.

Таблица 3

SNW-анализ ООО «Эгида-Прим»

Критерии	Позиции			Комментарии
	Сильная	Нейтральная	Слабая	
Развитие стратегии компании	80			Стратегия организации разработана в полном объеме. Необходимы новые идеи для роста и доминирования над конкурентами.
Состояние бизнес-стратегии компании	80			Есть собственные идеи, но они не позволяют закрепить доминирование на рынке.
Структура управления	90			Сильная.
Уровень конкурентоспособности	70			Высокий. Имеет сильных конкурентов, от которых нет возможности оторваться.
Рентабельность менеджмента	80			Необходимы серьезные аргументы в пользу компании, для повышения количества клиентов.
Уровень инноваций		50		Продукция не имеет отличий среди конкурентов.
Лидерские качества руководства	70			Руководство опытное. Имеет все необходимые лидерские качества. Требования для принятия на работу высокие, из-за этого тяжело набирать персонал.
Маркетинговые коммуникации			20	Плохо оформленный сайт. Пиар-кампания практически не ведется и ограничена расклейкой листовок.
Развитие менеджмента	80			Высокое.
Бренд		50		Известен только заинтересованным в данных услугах людям.
Эффективность персонала	80			Высокое. Есть проблемы с набором работников.
Имидж на рынке	90			Высокий.
Имидж руководителя		60		Средний.
Взаимоотношения с конкурентами		50		Нейтральные. Нет борьбы или конфликтов.
Психологический климат	80			Есть периодические недопонимания среди персонала.

Проведя анализ, можно выделить в сильную сторону хорошо разработанный план компании, зарекомендованный статус среди конкурентов и профессиональный коллектив. Минусами компании является ее замкнутость и безызвестность среди потенциальных клиентов, а также отсутствие каких-либо серьезных инновационных идей для доминирования на рынке.

Ключевые факторы успеха для компании:

- благоприятный имидж и репутация;
- качество выполняемых работ;
- удобный, доступный сервис и техобслуживание;
- профессиональный и сформированный рабочий коллектив.

На сегодняшний день значимость сферы безопасности не вызывает никаких сомнений. Задачи этой сферы деятельности состоят в максимальном удовлетворении потребительского спроса в товарах и услугах в удобное для потребителя время, в нужном ассортименте и необходимом количестве.

На данный момент, в связи с событиями на Украине, усложнились ситуации с поставками. Многие (почти все) зарубежные западные партнеры отказываются от сотрудничества, разрывают контракты в одностороннем порядке. Произошло и дальше происходит спекулятивное, резкое повышение цен на товары, появляется дефицит товаров.

Среди предпринимателей происходит переосмысление ситуации, поиск новых партнеров, разрабатываются новые стратегии ведения бизнеса.

Проведенный отраслевой анализ и изучение факторов макро- и микро- среды, воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, открыть филиал, увеличить ассортимент услуг и участвовать в государственных тендерах.

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 320 с.

2. Заздравных А.В., Бойцова Е.Ю. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум для вузов. – 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2023. – 359 с. (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/511798> (дата обращения: 30.04.2023).

3. Ермолаева Е.Ю. Анализ рынка технических средств охранной сигнализации. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 18 (256). – С. 117–119. – URL: <https://moluch.ru/archive/256/58737/> (дата обращения: 30.04.2023).

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ

УДК 65.01

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

С.Т. Бакшук

бакалавр

И.А. Шеромова

д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Для сервисных предприятий актуальной является проблема удовлетворенности потребителей. Одним из самых важных аспектов внутри предприятия находят корпоративную культуру. Изучение влияния элементов корпоративной культуры на факторы удовлетворенности потребителей может помочь сервисной организации повысить свою эффективность.

Ключевые слова: *удовлетворенность потребителей, корпоративная культура, сервисная организация, процесс обслуживания, факторы удовлетворенности, характеристики корпоративной культуры.*

CORPORATE CULTURE AS A FACTOR IN CUSTOMER SATISFACTION OF A SERVICE ORGANIZATION

For service enterprises, the problem of customer satisfaction is relevant. One of the most important aspects within an enterprise is the corporate culture. Studying the influence of corporate culture elements on customer satisfaction factors can help a service organization improve its efficiency.

Keywords: *customer satisfaction, corporate culture, service organization, service process, satisfaction factors, elements of corporate culture.*

Удовлетворённость клиентов процессом обслуживания – актуальная тема для каждого сервисного предприятия, так как от удовлетворенности клиентов зависит значительная часть прибыли организации. В связи с этим исследование факторов, обеспечивающих удовлетворенность клиентов, является актуальным.

Научная новизна работы заключается в установлении взаимосвязи между факторами удовлетворенности клиентов и характеристиками корпоративной культуры сервисного предприятия.

Целью исследования является оценка влияния корпоративной культуры сервисного предприятия на удовлетворенность клиентов.

Задачи исследования:

– Проанализировать теоретические аспекты обеспечения удовлетворённости клиентов процессом обслуживания, в том числе выявить факторы, влияющие на удовлетворенность клиентов процессом обслуживания на сервисных предприятиях.

– Исследовать характеристики корпоративной культуры и проанализировать воздействие корпоративной культуры на удовлетворенность клиентов сервисных организаций.

При проведении исследования был использован библиографический метод исследования.

В пункте 3.1.4 ISO 9000-2008 дано следующее определение удовлетворенности потребителя. Удовлетворенность потребителя – это восприятие потребителем того, насколько удовлетворены его требования [1]. Добиваться высокой удовлетворенности клиентов очень важно, ведь степень удовлетворенности потребителей оказывает влияние на их решение о том, чтобы воспользоваться услугами организации снова. Чтобы определить точные потребности клиентов, компаниям следует внимательно следить за эффективностью собственной деятельности и проводить регулярный мониторинг удовлетворенности потребителей.

Существует несколько основных факторов удовлетворенности потребителей, а именно: комплексность услуги, качество услуги, наличие «школы на ходу» для потребителя.

Первый фактор – комплексность услуги. Комплексность услуги означает, что к основной услуге прилагаются дополнительные, сопутствующие услуги.

Следующий фактор – качество услуги. Согласно ГОСТ Р 50646-2012, качество услуги – совокупность характеристик или показателей качества услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [2].

Еще один фактор – «Школа на ходу» для потребителя. Многие потребители хотят не только получить возможность воспользоваться услугой, но и приобрести новые знания, получить рекомендации специалистов, повысив таким образом свою компетентность. Потребителям это нужно для того, чтобы иметь представление о проблемах, в связи с которыми у них возникают потребности в тех или иных услугах.

Для проведения оценки удовлетворенности потребителей с учетом выявленных факторов были разработаны критерии и показатели оценки применительно к каждому фактору. Как было отмечено выше, комплексность услуги позволяет приобрести все необходимые услуги сразу и за разумное время. Отсюда выделяются следующие критерии оценки комплексности услуг: время, отсутствие ненужной бумажной работы, удобная навигационная система, возможность выбора из нескольких [3]. Базовые показатели выделенных критериев приведены в табл. 1. Следует отметить, что, используя базовые показатели комплексности, можно разработать более конкретные показатели, для этого следует проводить опросы или наблюдать за клиентами.

Таблица 1

Критерии и показатели фактора «Комплексность услуги»

Критерии комплексности услуги	Базовые показатели критериев
Время	Компетентность персонала, бесперебойно работающего оборудования
Отсутствие ненужной бумажной работы	Количество уровней работы. Оставив только крайне необходимые
Удобная навигационная система	Передача определенной информации наиболее коротким способом
Возможность выбора из нескольких вариантов	Количество компонентов, с которыми необходимо иметь дело

Далее были рассмотрены критерии и показатели, значимые для потребителей с точки зрения качества услуг [3].

Улучшение качества предоставляемых услуг достигается посредством постоянного совершенствования процессов деятельности организаций сферы услуг. Для этого необходимо осуществлять свою деятельность таким образом, чтобы полностью отвечать требованиям и ожиданиям потребителя; совершенствовать свою деятельность по организации услуг с использованием передовых отечественных и зарубежных достижений в системе менеджмента качества; сохранять и расширять рынок оказываемых услуг.

Критерии и показатели, значимые для потребителей с точки зрения качества услуг, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Критерии и показатели фактора «Качество услуг»

Критерии качества услуг	Базовые показатели критериев
Доступность	Удобное место, время, получение без лишнего ожидания
Компетентность персонала	Необходимые навыки и знания
Обходительность персонала	Приветливость, вежливость, доброжелательность
Отзывчивость персонала	Сотрудники внимательны, творчески подходят к решению проблем и удовлетворению запросов
Надежность	Услуги предоставляются аккуратно, на стабильном уровне
Безопасность	Нет риска, опасности, сомнений
Осязаемость	Зримые компоненты услуги отражают ее качество
Понимание потребностей	Индивидуальный подход

К критериям и показателям для сервисного взаимодействия в процессе обслуживания в ключе фактора «школа на ходу» для потребителя относятся: обстановка, консультирование, ясность, выбор, компетентность персонала (см. табл. 3) [3].

Таблица 3

Критерии и показатели фактора «Школа на ходу»

Критерии «Школы на ходу»	Базовые показатели критериев
Обстановка	Время и место для обслуживания клиента
Консультирование	Подсчет информации, которая принесла пользу клиенту
Ясность	Понятный язык, наглядность или мысленный образ решения задачи, примеры
Выбор	Число потребителей, оставшихся довольными предложенным выбором товаров или услуг
Компетентность персонала	Совпадает с критерием фактора «качество услуг»

Таким образом, сотрудник сервисного предприятия должен идти навстречу желанию потребителя повысить свою компетентность при пользовании услугами, оказываемых предприятием.

Одним из факторов, влияющих на удовлетворенность клиентов, является корпоративная культура, под которой понимают отношение людей на предприятии друг к другу. Одно из самых полных определений дал И.А. Корниенко: «Корпоративная культура – это система общественно прогрессивных формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости работников между собой и с организацией, перспектив развития» [4].

Корпоративная культура состоит из трех уровней. Первый – поверхностный или символический, включает такие внешние факторы, как применяемая технология и архитектура, использование пространства и времени, наблюдаемые образцы поведения, способы вербальной и невербальной коммуникации, лозунги и т.д. На этом уровне вещи и явления легко обнаружить, но их достаточно трудно интерпретировать в терминах организационной культуры без знания других её уровней.

Второй уровень – изучение ценностей, верований и убеждений, разделяемых членами организации, в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке, каким образом они несут в себе смысловое объяснение первого уровня. Восприятие ценностей и верований носит сознательный характер и зависит от желания людей. Вторым уровнем корпоративной культуры получил название «организационная идеология».

Третий, «глубинный», уровень включает базовые предположения, которые трудно осознать даже самим членам организации без специального сосредоточения на этом вопросе. Эти скрытые и принимаемые на веру предположения направляют поведение людей в организации – это отношение к бытию в целом, восприятие времени и пространства, общее отношение к человеку и работе [5].

К характеристикам корпоративной культуры относятся:

- осознание себя и своего места в организации – сокрытие внутреннего настроения или его яркое проявление; в одних случаях независимость и творчество проявляются через сотрудничество, а в других – через индивидуализм;

- коммуникационная система и язык общения – использование устной, письменной, невербальной коммуникации, «телефонного права» и открытости коммуникации отличает одну организацию от другой; жаргон, аббревиатуры, жесты варьируются в зависимости от отраслевой, функциональной и территориальной принадлежности организаций;

- внешний вид, одежда и представление себя на работе – разнообразие униформ и спецодежды, деловых стилей, опрятность, косметика, прическа;

- осознание времени, отношение к нему и его использование – степень точности и относительности времени у работников; соблюдение временного распорядка и поощрение за это; монокроническое или полихроническое использование времени;

- взаимоотношения между людьми – по возрасту и полу, статусу и власти, мудрости и интеллекту, опыту и знаниям, рангу и протоколу, религии и гражданству; степень формализации отношений, получаемой поддержки, пути разрешения конфликтов;

– ценности и нормы – набор ориентиров в том, что такое хорошо и что такое плохо, набор предположений и ожиданий в отношении определенного типа поведения, что люди ценят в своей организационной жизни (свое положение, титулы или саму работу), как эти ценности сохраняются;

– вера во что-то и отношение или расположение к чему-то – вера в руководство, успех, в свои силы, во взаимопомощь, в этическое поведение, в справедливость; отношение к коллегам, к клиентам и конкурентам, к злу и насилию, агрессии; влияние религии и морали;

– процесс развития работника – бездумное или осознанное выполнение работы; опора на интеллект или силу; процедуры информирования работников; признание или отказ от логики в рассуждениях и действиях; абстракция и концептуализация в мышлении или заучивание;

– трудовая этика и мотивирование – ответственное отношение к работе; разделение и замещение работы; чистота рабочего места; качество работы; привычки по работе; оценка работы и вознаграждение; индивидуальная или групповая работа; продвижение по работе [6].

Анализ факторов, влияющих на удовлетворенность потребителя, и характеристик корпоративной культуры позволил установить, что корпоративная культура оказывает прямое воздействие на компоненты, влияющие на удовлетворенность потребителя.

Связь между критериями удовлетворенности потребителей и характеристиками корпоративной культуры отражена в табл. 4.

Таблица 4

Влияние характеристик корпоративной культуры на критерии удовлетворённости потребителей

Критерии удовлетворенности потребителей	Характеристики корпоративной культуры
Обходительность персонала Отзывчивость персонала	осознание себя и своего места в организации
Консультирование Ясность Доступность	коммуникационная система и язык общения
Обстановка	внешний вид, одежда и представление себя на работе
Отсутствие ненужной бумажной работы Время	осознание времени, отношение к нему и его использование
Возможность выбора из нескольких вариантов Удобная навигационная система	взаимоотношения между людьми
Надежность Безопасность	ценности и нормы
Обходительность персонала Отзывчивость персонала Надежность	вера во что-то и отношение или расположение к чему-то
Компетентность персонала Отзывчивость персонала	процесс развития работника
Обходительность персонала Отзывчивость персонала Понимание потребностей	трудовая этика и мотивирование

Так, осознание себя и своего места в организации влияет на проявление обходительности и отзывчивости персонала; коммуникационная система и язык общения обеспечивают доступность, ясность и консультирование в целом; внешний вид, одежда и представление себя на работе влияют на окружающую обстановку; осознание сотрудниками времени, отношение к нему и его использование избавляют процесс оказания услуги от ненужной бумажной работы и экономит время, за которые будет оказана услуга; ценности и нормы, заложенные в организации, оказывают влияние на надежность и безопасность оказываемых услуг; вера во что-то и отношение или расположение к чему-то воздействуют на обходительность, отзывчивость персонала и надёжность услуг; процесс развития работника – необходимая часть корпоративной культуры, которая влияет на компетентность персонала и отзывчивость; трудовая этика и мотивирование так же воспитывает в персонале обходительность, отзывчивость и понимание потребностей клиентов.

Таким образом, уровни корпоративной культуры, ее характеристики формируют такие качества у каждого сотрудника, а также персонала в целом, которые проявляются в их рабочей деятель-

ности и влияют на удовлетворенность потребителей, поэтому руководителям организации не следует пренебрегать формированием и развитием корпоративной культуры.

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2008. «Системы менеджмента качества. Основные положения». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200068733> (дата обращения: 20.03.2023).

2. ГОСТ Р 50646-2012. «Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200102288> (дата обращения: 20.03.2023).

3. Практические советы сотруднику сервисной организации по взаимодействию с потребителем в процессе предоставления услуг. – URL: https://bstudy.net/723592/turizm/prakticheskie_советы_sotrudniku_servisnoy_organizatsii_vzaimodeystviyu_potrebitelem_protssesse_predostavl (дата обращения: 20.03.2023).

4. Йюп Стрийверс. Понедельник – день тяжелый. – URL: <https://www.labirint.ru/books/319758/> (дата обращения: 23.03.2023).

5. Структура и уровни корпоративной культуры. – URL: https://studbooks.net/1493853/menedzhment/-struktura_urovni_korporativnoy_kultury (дата обращения: 23.03.2023).

6. Структура и содержание организационной культуры. – URL: <https://studfile.net/preview/383531/page:3/> (дата обращения: 23.03.2023).

УДК 65.015

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА МОТИВАЦИЮ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЕРСОНАЛА АВТОТРАНСПОРТНЫХ СЛУЖБ

О.И. Дьякова

бакалавр

И.А. Слесарчук

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье исследуются факторы, оказывающие влияние на систему мотивации производственного персонала автотранспортных служб предприятий. В результате проведенного исследования установлено, что в системе мотивации основной акцент необходимо делать на внутренние факторы, нематериальное стимулирование и комбинированный вид мотивации, с учётом определённых мотивационных типов для малых коллективов.

***Ключевые слова:** мотивация, автотранспортные предприятия, стимулирование, внешние и внутренние факторы среды, мотивационные типы.*

FACTORS AFFECTING MOTIVATION AND INCENTIVES FOR MOTOR VEHICLE PRODUCTION PERSONNEL

The article examines the factors that influence the motivation system of production personnel of the transport services of enterprises. As a result of the study, it was established that in the motivation system, the main emphasis should be on internal factors, intangible stimulation and a combined type of motivation, taking into account certain motivational types for small teams.

***Keywords:** motivation, trucking companies, incentives, external and internal environmental factors, motivational types.*

Актуальность работы обусловлена тем, что качество обслуживания клиентов транспортных предприятий напрямую зависит от работы водителей, которая из-за постоянного или периодического физического и психического напряжения характеризуется повышенной опасностью и сложностью. Поскольку в процессе трудовой деятельности человек, кроме удовлетворения личных потребностей, также руководствуется социальными условиями, при формировании системы мотивации сотрудников важно учитывать воздействие различных факторов среды. В трудах Е.Н. Куклиной [1] и Е.А. Костюченко [2] определены и систематизированы внешние и внутренние факторы,

влияющие на мотивацию сотрудников автотранспортных предприятий. Однако, авторами специфика этих факторов выявлена для достаточно крупных коллективов, представляющих собой персонал всех уровней – от высшего руководства до менеджеров нижнего звена и рабочих. Наряду с этим, помимо крупных и средних автотранспортных предприятий широкое развитие получили малые водительские коллективы, нередко в составе предприятия, напрямую не связанного с оказанием автотранспортных услуг. Поскольку они представляют собой вспомогательные службы, то обычно мотивации такого рода сотрудников не уделяется должного внимания, что приводит к текучести кадров и, следовательно, снижению качества обслуживания клиентов на предприятии. Анализ многочисленных работ, рассматривающих мотивацию и стимулирование труда в различных областях трудовой деятельности, показал, что, несмотря на актуальность вопросов мотивации сотрудников автотранспортных предприятий, в частности, в малых водительских коллективах, исследованиям в этой сфере в настоящее время уделяется недостаточно внимания.

Научная новизна заключается в исследовании влияющих на мотивацию факторов среды применительно к производственному персоналу автотранспортных служб.

Цель работы – анализ факторов среды, оказывающих влияние на мотивацию и стимулирование производственного персонала автотранспортных служб.

Основными задачами являются:

- 1) Анализ условий труда сотрудников автотранспортных служб.
- 2) Выявление факторов среды и оценка их влияния на мотивацию и стимулирование сотрудников автотранспортных служб.
- 3) Проверка полученных выводов на примере службы механизации и транспорта филиала ПАО «Россети».

При написании работы были использованы ряд теоретических и эмпирических **методов исследования**: аналитический метод (библиографический анализ); социологические методы (тестирование В.И. Герчикова, опрос в форме анкетирования).

Анализ немногочисленной литературы [1, 2] показал, что все факторы среды, влияющие на мотивацию сотрудников автотранспортных предприятий (далее – АТП), можно разделить на внешние и внутренние факторы. К внешним факторам относятся экономические факторы, социальные факторы и научно-технический прогресс. К внутренним факторам относят факторы прямого влияния, связанных с психологическими особенностями личности и коллектива, и косвенного влияния, связанные характером организационной структуры АТП (рис. 1).



Рис. 1. Внешние и внутренние факторы влияния на мотивацию сотрудников АТП

При более глубоком анализе внешних факторов, представленном в таблице 1, выявлено, что такие факторы могут оказывать «как положительное влияние на мотивационный фон персонала, так и отрицательный». По мнению Е.А. Костюченко [1], весьма затруднительно проследить кон-

кретное влияние внешних факторов на мотивацию сотрудников АТП. Поэтому следует учитывать их влияние в общем на эмоциональное настроение в коллективе.

Таблица 1

Внешние факторы влияния по мнению Е.А. Костюченко [1]

Факторы	Примеры факторов	Пример влияния на сотрудников
Экономический	Уровень заработной платы в автотранспортной отрасли; Средняя заработная плата по стране; Безработица в автотранспортной отрасли	Увеличение уровня заработной платы в автотранспортной отрасли благоприятно скажется на уровень мотивации сотрудников, однако если данная заработная плата будет низкой, по сравнению со средним показателем по стране, это может привести к увольнению сотрудников.
Социальный	Составление определённых условий в системе здравоохранения сотрудников АТП; Закрепление охраны труда сотрудников АТП на законодательном уровне	Несоблюдение условий охраны труда на транспорте может привести к ухудшению мотивации сотрудников или их увольнению, поскольку транспорт – источник повышенной опасности, и здесь необходимо соблюдение данных условий.
Научно-технический прогресс	Появление и внедрение новейших видов транспорта; Увеличение грузоподъёмности; Внедрение новых технологий в работу сотрудников АТП	Появление новейших технологий окажет благоприятное действие, так как это ведёт за собой облегчение трудовой деятельности сотрудников АТП. Однако данный процесс подействует неблагоприятно в результате замены человеческого труда на автоматизированный труд, что приведёт к увеличению безработицы.

В основном в литературе поэтому уделяется внимание внутренним факторам, учитывающим специфику труда сотрудников АТП (табл. 2).

Таблица 2

Внутренние факторы по Е.Н. Куклиной [2]

Влияние факторов	Факторы	Виды и методы стимулирования
Прямое	Командный характер труда	Позволяет применять групповую и индивидуальную мотивации в коллективе
	Уровень ответственности	Позволяет мотивировать людей к исполнению трудовых обязанностей с минимальным количеством ошибок и недочётов
	Особенные факторы	Позволяют использовать материальное и нематериальное стимулирование в комплексе
Косвенное	Организационная структура АТП	Позволяет ориентироваться на представленные результаты и подбирать систему мотивации в зависимости от мотивационного типа

Е.Н. Куikliна предлагает учитывать индивидуальную мотивацию, в составе групповой, поскольку необходимо «стимулировать каждого работника», причем делать это так, чтобы он понимал, что «собственное благополучие и уверенность в завтрашнем дне зависит от общего финансового состояния АТП» [2, с. 175].

Однако результаты проведённого опроса водителей службы механизации и транспорта (далее – СМиТ) филиала ПАО «Россети» показали, что наряду с групповой мотивацией на АТП целесообразно отдельное использование индивидуальной мотивации, поскольку применение групповой мотивации по доминирующему типу в коллективе АТП, где все работники тесно взаимосвязаны друг с другом и от выполнения работы одного сотрудника напрямую зависит выполнение работы другого, и в связи с этим отсутствие учёта мотивации отдельного сотрудника зачастую приводит к потере интереса к выполнению своих обязанностей, что неизбежно влечёт за собой снижение эффективности работы. Кроме того, индивидуальная мотивация будет наиболее эффективна, когда состав коллектива не превышает 5 человек, поскольку в малом коллективе каждый сотрудник значим, и такой подход будет иметь благоприятное влияние.

Высокий уровень ответственности за выполняемую работу на АТП характерен в большей степени рабочим, а именно водителям, поскольку транспорт является источником повышенной опасности, и малейшая ошибка может привести к ужасным последствиям. Необходимо использовать такие виды и методы стимулирования, которые позволят мотивировать людей к исполнению трудовых обязанностей с минимальным количеством ошибок и недочётов. Например, включение в систему материального поощрения дополнительных выплат водителям, которые в течение месяца ни разу не попали в ДТП. А нематериальным поощрением может стать внесение двух дополнительных выходных в график водителю, у которого в конце месяца не будет ни единого штрафа.

Наряду с фактором ответственности, существует категория особых факторов, влияние которых также отражается на трудовой деятельности сотрудника. Отличие их в том, что они более тесно взаимосвязаны с физическим и психическим состоянием человека. Один из таких примеров – увеличения рабочего времени сотрудников из-за выходных или предпраздничной суеты. Данная ситуация может вызвать у человека не только переутомление, но и появление стресса, эмоциональных срывов, повышение тревожности, что в конечном счёте может привести к потере квалифицированного специалиста. Это подтверждается и результатами интервьюирования работников, для которых нематериальная мотивация имеет большое значение. Поэтому стоит использовать материальное и нематериальное стимулирование в комплексе, однако второму стимулированию стоит уделить даже больше внимания, поскольку денежная составляющая не будет уже являться их главным мотиватором.

При рассмотрении влияния организационной структуры АТП на мотивацию и стимулирование, Е.А. Костюченко предложила вариант построения структуры персонала с учетом мотивационных типов сотрудников АТП, в котором было установлено, что рабочие (водители, механики, ремонтные рабочие, кладовщики, уборщики, охрана) представляют собой сотрудников с «профессиональным или люмпенизированным, или инструментальными типами мотивации» [1, с. 645].

Ценность такой работы заключается в том, что руководству АТП можно ориентироваться на представленные результаты и подбирать систему мотивации в зависимости от того, какие мотивационные типы выделены для каждого структурного элемента организации, не проводя дополнительных исследований.

Для подтверждения представленного варианта Е.А. Костюченко, проведено исследование мотивационных типов коллектива СМиТ по методике В.И. Герчикова [3], и выявлено, что в малых коллективах автотранспортных служб предприятий у водителей также выделяются инструментальный и люмпенизированный типы. Однако третьим типом мотивации является патриотический тип, особенности которого заключаются в заинтересованности сотрудников преимущественно нематериальной составляющей их работы, то есть, в стремлении получить похвалу и уважению со стороны рабочего коллектива (рис. 2).

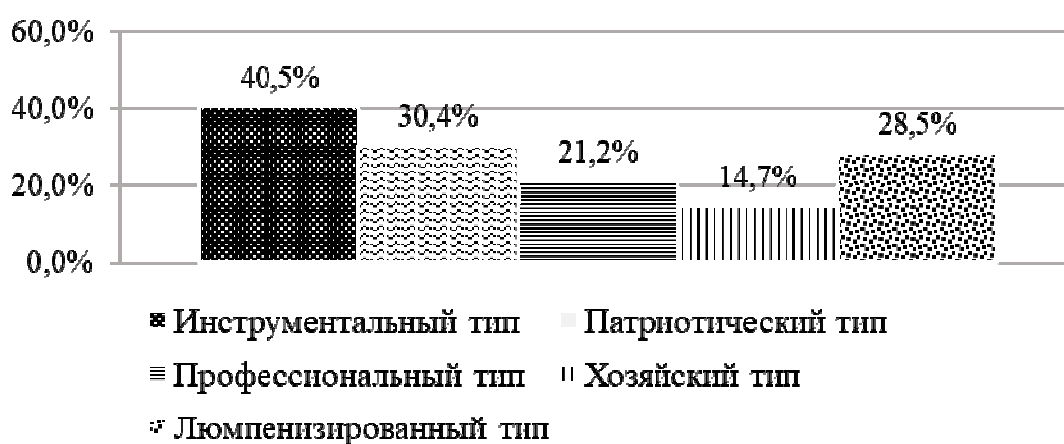


Рис. 2. Результаты типов мотивации водителей СМиТ филиала ПАО «Россети», г. Владивосток, по методике В.И. Герчикова [3]

Поэтому здесь стоит сделать вывод о том, что в коллективах автотранспортных служб предприятий, особенно малых, профессиональный тип встречается реже или совсем не встречается, а на его месте выделяется патриотический тип, который необходимо учитывать в системе мотивации.

Таким образом, проведённые исследования позволили сделать следующие выводы:

1. В основном при мотивации сотрудников автотранспортных служб следует учитывать внутренние факторы.
2. Упор при мотивации с учётом специфики характера труда работников автотранспортных служб следует делать на нематериальное стимулирование.
3. Для лучшего стимулирования сотрудников автотранспортных служб стоит рассмотреть использование комбинированной мотивации.
4. Для малых коллективов необходимо учитывать наряду с профессиональным, люмпенизированным и инструментальным типами патриотический тип.

1. Костюченко Е.А. Влияние внешних и внутренних факторов на формирование мотивации сотрудников АТП // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 12-4 (53). – С. 644–647.

2. Куклина Е.Н. Особенности и механизмы мотивации труда в транспортных организациях (на примере пассажирского автотранспортного предприятия) // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – Т. 5, № 2-3. – С. 172–176.

3. Типологическая модель мотивации Герчикова. – URL: <https://4brain.ru/blog/tipologicheskaja-model-motivacii-gerchikova/>.

УДК 338.465.4

АНАЛИЗ ТРЕБОВАНИЙ К СЕРВИСНЫМ УСЛУГАМ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ВОКЗАЛАХ

В.М. Жукова

бакалавр

И.А. Слесарчук

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Уровень сервисного обслуживания пассажиров и посетителей железнодорожных вокзалов основан на должном контроле соблюдения регламентированных сервисных услуг. В статье на основе анализа нормативных документов, систематизированы требования к обязательным и дополнительным услугам, предоставляемым на железнодорожных вокзалах.

Ключевые слова: сервисные услуги, нормативные требования, обслуживание пассажиров, железнодорожный вокзал

ANALYSIS OF SERVICE REQUIREMENTS AT RAILWAY STATIONS

The level of service for passengers and visitors of railway stations is based on proper control of compliance with regulated services. Based on the analysis of regulatory documents, the article systematizes the requirements for mandatory and additional services provided at railway stations.

Keywords: services, regulatory requirements, passenger service, railway station.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время оказание сервисных услуг на железнодорожных вокзалах играет важную роль в работе с пассажирами, поскольку качественный сервис и оказание первого впечатления начинается с вокзала. Российские железные дороги заботятся о своей репутации, поддержание которой опирается на должный контроль соблюдения сервисных услуг.

Железнодорожный транспорт имеет достаточно большую нормативную базу, и все услуги, предоставляемые на вокзалах, должны быть регламентированы. Но практика показывает, что из-за большого количества документации, регламентирующей работу вокзала, некоторые вопросы оценки качества оказания услуг могут упускаться из виду, что негативно влияет на работу вокзала в целом.

Анализ специальной литературы и мнения пассажиров в области оказания сервисных услуг на железнодорожных вокзалах показал, что в рамках данной темы проведен ряд исследований, но они

больше касаются вопросов совершенствования отдельных услуг на железнодорожном вокзале и изучения спроса на них. Однако большой объем информации, который позволит тщательно контролировать организацию оказания сервисных услуг на железнодорожном вокзале в соответствии с нормативными требованиями, до сих пор не структурирован.

Научная новизна настоящих исследований заключается в структурировании и систематизации нормативной документации, регламентирующей услуги на железнодорожных вокзалах.

Целью работы является изучение и структурирование требований к сервисным услугам на железнодорожных вокзалах.

Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач: проанализировать состав обязательных и дополнительных услуг на железнодорожных вокзалах; проанализировать нормативные документы, устанавливающие требования к сервисным услугам на железнодорожных вокзалах, и определить необходимые показатели при сервисном обслуживании пассажиров на железнодорожных вокзалах.

В работе использованы структурно-функциональный подход и следующие теоретические и экспериментальные методы исследования: анализ, сравнение, наблюдение, систематизация.

В результате анализа нормативной документации [1] выявлено, что обязательные и дополнительные услуги для пассажиров железнодорожных вокзалов оказываются в зависимости от класса вокзала (рис. 1).

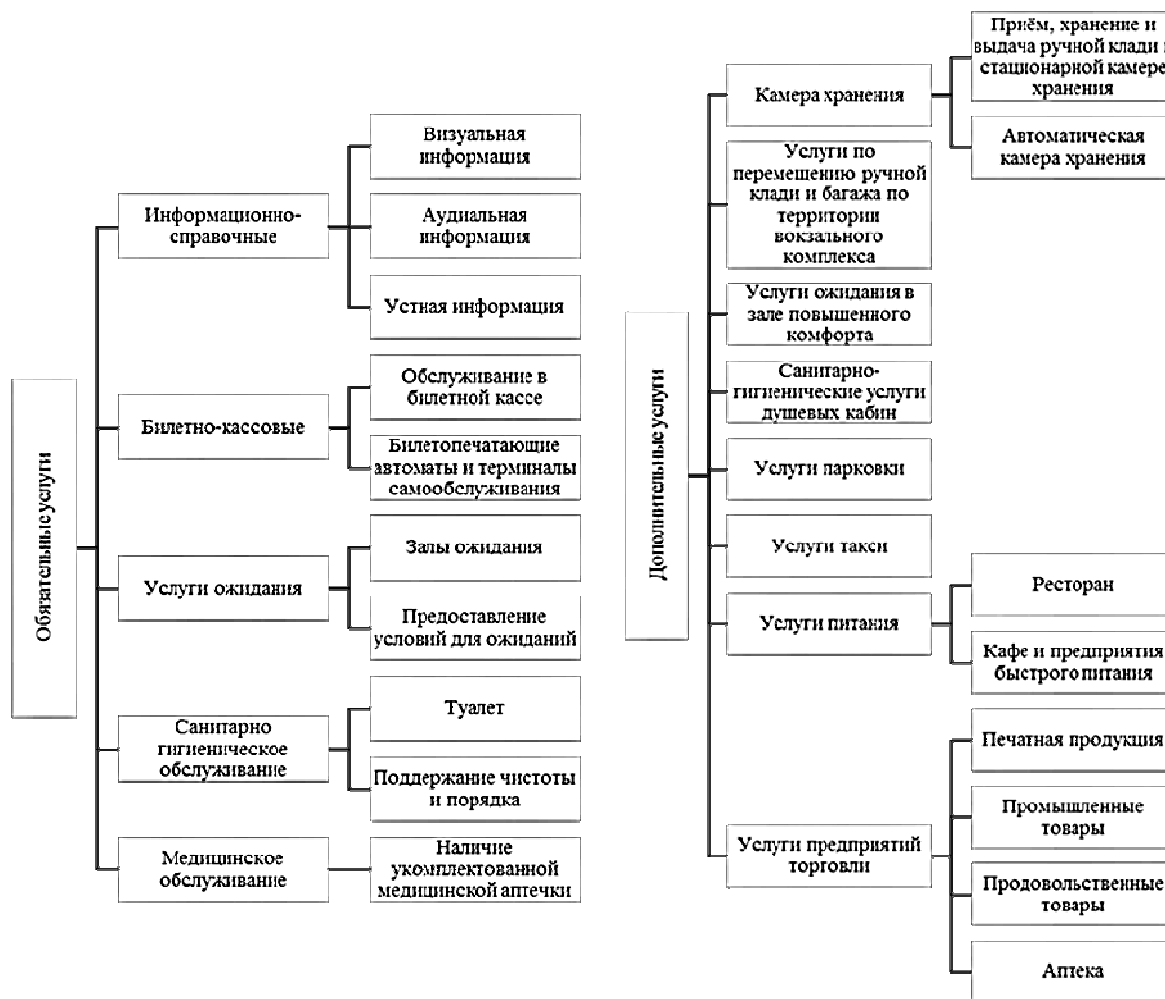


Рис. 1. Необходимый состав обязательных и дополнительных услуг в железнодорожном вокзальном комплексе [1]

Классность вокзала характеризуется показателями, выражаемыми в баллах, и определяется в зависимости от объемов выполняемой работы и пассажиропотока.

На втором этапе исследования в соответствии с рассмотренной выше классификацией услуг на железнодорожном вокзале проанализированы нормативные документы, устанавливающие основные требования к услугам на железнодорожных вокзалах в контексте обслуживания пассажиров

[1–3], в частности, к объемно-планировочным решениям железнодорожного вокзала для обеспечения комфорта пассажиров при прохождении ими непосредственно основных этапов технологического процесса и ожидании по показателям инфраструктуры: путь движения и операции, совершаемые пассажирами, залы ожидания, вестибюль, группировка залов, билетные и багажные кассы, камеры хранения, помещения торговли, санитарные нормы и др. (табл.).

Таблица

**Нормативные требования к объемно-планировочным конструктивным решениям
в соответствии с [3]**

Показатели	Нормативные требования
Путь движения пассажиров	На пути движения пассажиров и багажа подъемы и спуски должны быть сведены к минимуму. При наличии подъемов и спусков высотой до 0,5 м они должны оборудоваться специальными наклонными съездами и подъемами, а свыше – специальными подъемным и спускаемым оборудованием с высокой пропускной способностью.
Операции, совершаемые пассажирами	Помещения и оборудование вокзала следует располагать с учетом рациональной технологической последовательности совершаемых пассажирами операций, при которой возвратные движения и массовое скопление пассажиров в отдельных местах вокзала должны быть сведены к минимуму.
Залы ожидания	Залы ожидания должны быть связаны с вестибюлем, предприятиями общественного питания и выходами на перрон, а также с залами, размещенными в подземном этаже и на втором этаже.
Вестибюль	В вестибюле вокзала на входе и выходе предусматриваются два ряда дверей для снижения скорости движения воздуха в зоне пассажирского потока.
Группировка залов	Операционный, распределительный и кассовый залы следует группировать со стороны главного входа с привокзальной площади.
Билетные кассы	Билетные кассы следует располагать блоками, объединяя их по категориям пассажиров (по дальности следования). Перед билетными кассами необходимо предусматривать свободную зону накопления пассажиров глубиной не менее: 3 м – на вокзалах вместимостью до 500 пассажиров и 4 м – в остальных случаях.
Камеры хранения	Камеры хранения ручной клади следует располагать вблизи путей следования пассажиров прибытия в местах, удобных для использования пассажирами В больших и крупных вокзалах кроме автоматических камер хранения для ручной клади следует предусматривать автоматизированную систему хранения заранее зарегистрированного багажа, сдаваемого пассажирами при регистрации под ответственность перевозчика.
Багажные кассы	Багажные кассы и автоматы для оплаты хранения ручного багажа должны размещаться вблизи мест хранения.
Помещения торговли	Помещения торговли должны располагаться рядом с распределительным залом и залом ожидания, торговые киоски и автоматы допускается располагать непосредственно в зале ожидания. Предприятия общественного питания допускается предусматривать в виде непроходных помещений, расположенных смежно с распределительным залом и залом ожидания либо в виде зон в этих залах.
Санитарные нормы	Турникеты должны быть установлены в пассажирских павильонах, под навесами или в приспособленных для этих целей помещениях вокзальных комплексов или в других местах, защищенных от атмосферных воздействий. Каждая турникетная линия должна быть выполнена для двух типов зон проходов: – стандартный – шириной 600 мм; – багажный расширенный – 900 мм (для прохода маломобильных пассажиров или пассажиров с ручной кладью и багажом). Турникеты не должны иметь выступающих частей, которые могут нанести вред пассажиру, его одежде или личным вещам. Турникет должен иметь: – функцию реализации режима "антипаника"; – индикацию направления прохода (вход/выход) и индикацию разрешения прохода.
Турникетные линии	Турникеты должны быть установлены в пассажирских павильонах, под навесами или в приспособленных для этих целей помещениях вокзальных комплексов или в других местах, защищенных от атмосферных воздействий. Каждая турникетная линия должна быть выполнена для двух типов зон проходов: – стандартный – шириной 600 мм; – багажный расширенный – 900 мм (для прохода маломобильных пассажиров или пассажиров с ручной кладью и багажом). Турникеты не должны иметь выступающих частей, которые могут нанести вред пассажиру, его одежде или личным вещам.

Показатели	Нормативные требования
Уборные в здании вокзала	В здании вокзала на каждом из этажей должны предусматриваться уборные. Уборные следует проектировать отдельными (мужские и женские) без непосредственного выхода в вестибюль, операционный, распределительный, кассовый зал, зал ожидания, объединенный пассажирский зал. При размещении уборных в здании вокзала расстояние от них до любого пассажирского помещения должно быть не более 75 м. В больших и крупных вокзалах уборные должны быть с двойными шлюзами, секционной группировкой кабин, допускающей возможность уборки или ремонта отдельных секций
Помещения бытового обслуживания	Размещение и площадь помещений справочных бюро, сервис-центра, парикмахерских и других помещений бытового обслуживания пассажиров определяется технологическими требованиями и заданием на проектирование.

Таким образом можно сделать вывод, что оказание сервисных услуг и работа железнодорожных вокзалов регламентирована большим количеством нормативных документов.

Из-за большого объема и отсутствия структуры информации могут упускаться важные требования, которые негативно влияют на обслуживание пассажиров на железнодорожном вокзале. Разработанная таблица может служить чек-листом для проверки соответствия услуг нормативным документам при оценке качества оказания услуг пассажирам на железнодорожных вокзалах.

1. ГОСТ Р 58171–2018 «Услуги на железнодорожном транспорте. Требования к обслуживанию пассажиров на вокзальных комплексах» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200159795>.

2. ГОСТ 33942 Услуги на железнодорожном транспорте. Обслуживание пассажиров. Термины и определения. // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200142720>.

3. СП 417.1325800.2018 Здания железнодорожных вокзалов. Правила проектирования // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов – URL: <https://docs.cntd.ru/document/554403266>.

УДК 656

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АВИАВЛАДСЕРВИС»

Л.Д. Корольчук
бакалавр

Л.А. Мельникова
канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Основой успешной деятельности сервисного предприятия является построение долгосрочных отношений с потребителями услуг. Создать и сохранить подобные отношения помогает, такой весомый конкурентный инструмент, как качество обслуживания клиентов. Любое предприятие должно быть заинтересовано в том, чтобы осуществлять мониторинг качества услуг, правильно оценивать результаты и применять их в формировании маркетинговых стратегий своего бизнеса.

Ключевые слова: сервис, сервисное предприятие, услуга, качество услуги, методы оценки качества услуг, управление качеством услуг.

SERVICE QUALITY MANAGEMENT OF THE SERVICE COMPANY «AVIAVLADSERVIS» LLC

The basis for the successful operation of a service company is building long-term relationships with service consumers. Such a significant competitive tool as the quality of customer service helps to create

and maintain such relationships. Any enterprise should be interested in monitoring the quality of services, correctly assessing the results and applying them in the formation of marketing strategies for their business.

Keywords: *service, service enterprise, service, service quality, methods for assessing the quality of services, service quality management.*

Актуальность данного исследования связана с ростом количества предприятий, оказывающих сервисные услуги, расширением спектра новых видов услуг, что обостряет конкуренцию на рынке и выводит на первый план вопрос о качестве предоставляемых услуг. В условиях конкуренции смогут победить только те компании и предприятия, которые постоянно ведут работу по обеспечению и совершенствованию качества обслуживания по важным для потребителя показателям. Управление качеством позволяет создавать соответствующие ожиданиям клиентов продукты и услуги в срок с минимальными затратами. Новый востребованный продукт, появившийся на рынке, будет быстро скопирован конкурентами, а качество обслуживания и клиент ориентированное отношение скопировать сложно.

Помимо качества услуг именно управление этим качеством является основой для его стабильного отслеживания и поддержания и это является **проблематикой** данного исследования.

Объектом исследования является качество услуг.

Предмет – управление качеством услуг сервисного предприятия.

Цель работы – Исследовать управление качеством услуг на сервисном предприятии. Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

- выявить теоретические аспекты управления качеством услуг на предприятии сервиса;
- охарактеризовать существующие на предприятии ООО «Авиавладсервис» методы анализа качества услуг;
- исследовать управление качеством услуг сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис».

Для проведения исследования управление качеством услуг сервисного предприятия использовался социологический опрос в виде анкетирования.

Управление качеством – это определенные мероприятия, которые выполняются самими работниками организации с вовлечением сотрудников службы качества в той или иной степени. Служба качества сама по себе не создает качество продукта или услуги. Она лишь помогает другим подразделениям (производству, продажам, снабжению и т.п.) улучшать качество. «Помощь» в том числе заключается в дополнительных требованиях и рекомендациях.

Стандарты ИСО серии 9000 отражают идеологию менеджмента качества и управления качеством. Она является базой для построения и развития системы качества в любой организации. В основе системы менеджмента качества лежат 7 принципов. Принципы менеджмента качества сформулированы достаточно кратко, но идея, заложенная в формулировках принципов, разворачивается далее в конкретных требованиях стандарта ИСО 9001. Каждый принцип может быть раскрыт в нескольких блоках требований стандарта. [1]

Ориентация на потребителя (ранее – организация, сфокусированная на заказчика).

Принцип говорит, что любые организации созданы для удовлетворения потребности Заказчиков – своих потребителей, а не наоборот. С точки зрения менеджмента качества все действия организации должны быть направлены на выявление, понимание и удовлетворение потребностей заказчиков.

Лидерство (ранее – лидерство руководства). Для эффективного достижения целей организации сотрудники на всех уровнях должны не просто хотеть достигнуть поставленных целей, но и быть лидерами в достижении этих целей, быть примером в стремлении к этим целям.

Взаимодействие людей (ранее – вовлечение людей).

Хорошо и эффективно люди в организации смогут работать только тогда, когда они увлечены своей работой, когда она им интересна. Чтобы достигнуть целей по качеству, в организации должны быть созданы условия для максимальной заинтересованности людей в той работе, которую они выполняют. Этого можно добиться за счет эффективного управления персоналом.

Процессный подход.

Любая деятельность в организации должна рассматриваться как процесс, следовательно, она должна иметь четко определенные и однозначные входы, выходы, ресурсы, операции и взаимосвязь всех указанных составляющих процесса.

Улучшение (ранее – постоянное улучшение).

Данный принцип определяет необходимость постоянного развития организации.

Принятие решений, основанных на фактах.

Любые решения, любые управляющие воздействия должны приниматься только на основе объективных данных, объективных свидетельств, но никак не на основе предположений, домыслов или субъективных мнений.

Менеджмент взаимоотношений (ранее – взаимовыгодные отношения с поставщиками).

Этот принцип ориентирует организацию на развитие своих взаимоотношений с заинтересованными сторонами. Каждая заинтересованная сторона в той или иной степени влияет на результаты деятельности организации. Если организация сможет оптимальным образом выстроить свои взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами, то это позволит ей снизить как внешние, так и внутренние риски, связанные с результатами деятельности.



Рис. 1. Основные требования стандарта ИСО 9001 [7]

Рассмотрим подробнее основные требования стандарта ИСО 9001, а также методы исследования и критерии оценки данного этапа.

1. Ориентация на потребителя.

– Методом исследования являются отзывы, опрос.

– Критерием оценки является соответствие ожиданиям; сравнение с идеальной организацией/услугой;

2. Лидерство

– Методом исследования является опрос, тестирование

– Критерием оценки является качество оказания услуги (профессионализм);

3. Вовлечение персонала

– Методом исследования является опрос, наблюдение

– Критерием оценки является отношение к клиентам;

4. Процессный подход

– Методом исследования является сравнение, опрос

– Критерием оценки является общая удовлетворённости;

5. Улучшение

– Методом исследования является анкетирование, сравнение, отзывы

– Критерием оценки является комфортность условий, вежливость и компетентность;

6. Принятие решений на основе фактических данных

– Методом исследования является анализ фактов

– Критерием оценки является результативность и эффективность работы;

7. Управление взаимоотношениями

– Методом исследования является наблюдение, опрос

– Критерием оценки является общее понимание целей и ценностей; стабильный поток предоставления услуг.

От того, насколько хорошо руководители и сотрудники организации понимают принципы менеджмента качества, будет зависеть работа всей системы качества.

Исходя из вышесказанного, рассмотрим управление качеством услуг сервисного предприятия на примере ООО «Авиавладсервис». Основным видом деятельности компании согласно коду по ОКВЭД 51.10.1 – перевозка пассажирским транспортом, подчиняющимся расписанию.

На рисунке 2 представлены основные услуги, которые предоставляет ООО «Авиавладсервис» своим клиентам.

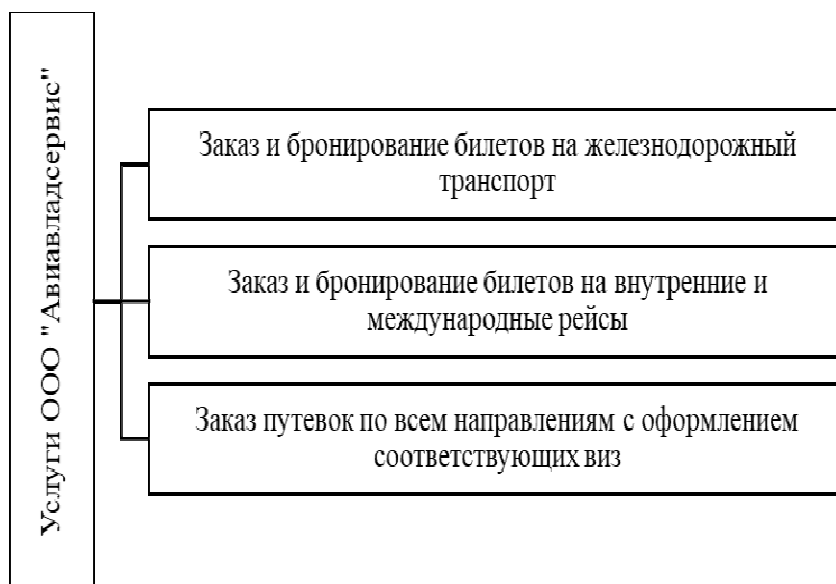


Рис. 2. Основные виды услуг, предоставляемых клиентам ООО «Авиавладсервис» [сост. авт.]

На предприятии ООО «Авиавладсервис» управление качеством сервисных услуг осуществляется на основе разработанных документов и процедуры сбора, учёта, идентификации, регистрации, ведения информации о качестве, поступающей от заказчиков. Осуществление указанных процедур возложено на службу качества (бюро управления качеством), положениями и должностными инструкциями. Вся информация от потребителей анализируется, по итогам анализа предпринимается корректирующие и предупреждающие действия.

Однако для более детального анализа системы управления качеством сервисных услуг был использован метод опроса и разработана анкета, направленная на выявлении мнения потребителей о качестве предоставляемых услуг компании ООО «Авиавладсервис». Было составлено 15 вопросов. В исследовании приняло участие 113 респондентов, из которых 68 – женщины и 45 мужчин. Наибольшую часть в опросе составили респонденты в возрасте от 24 до 35 лет.

В вопросе о частоте пользования услугами сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис» было установлено, что большая часть респондентов (а именно 50 %) пользуются услугами компании раз в год, практически в равных долях с 41,7 % респондентов, которые пользуются услугами раз в месяц и лишь малая часть, а это 8,3 % опрошенных пользуются услугами компании раз в полгода.

Исходя из этого, следует предположение, что цель поездки не всегда предполагает отпуск. Есть люди, которые в силу своей профессиональной деятельности действительно пользуются услугами сервисных предприятий примерно раз в месяц: командировки, деловые встречи, профессиональная переподготовка и так далее. Другая доля пользуется услугами такого рода сервисных предприятий примерно раз в год, например, в отпуск.

Результаты ответов на вопрос о критериях, по которым респонденты выбирают агентство, показали, что большая часть опрошенных (61,5 %) ценят профессионализм, 53,8 % опрошенных обращают особое внимание на ценовой диапазон и отношение к клиентам, а 46,2 % респондентов выбирают сервисное предприятие, исходя из удобства места расположения и только 7,7 % отдадут предпочтение клиентоориентированности.

Следующий вопрос заключался в том, как респондентов встретили на самом сервисном предприятии (и предлагалось оценить по 5-балльной шкале, где 1 – очень плохо, а 5 – отлично). Исходя из результатов, можно сделать вывод о том, что в 38,5 % случаев респонденты выбрали оценку 4 – хорошо, 30,8 % опрошенных оценили на 5 – отлично, следующим по популярности стала оценка 3 – удовлетворительно, и в равных количествах (по 7,7 %) была разделена оценка 1 – очень плохо и оценка 2 – плохо.

Результаты анализа ответов на вопрос о том, насколько они оценят профессионализм сотрудников (и предлагалось оценить по 5-балльной шкале, где 1 – очень плохо, а 5 – отлично). Исходя из ответов, можно сделать вывод о том, что в 46,2 % случаев респонденты выбрали оценку 4 – хорошо, 30,8 % опрошенных оценили на 5 – отлично, следующим по популярности стала

оценка 3 – удовлетворительно (15,4 %), и 7,7 % опрошенных выбрали оценку 2 – плохо. На ответ 1 – очень плохо пришлось 0 % опрошенных.

На следующем этапе опроса респондентам предлагалось оценить насколько им подобрали нужный маршрут по их запросам, ответы на данный вопрос распределились следующим образом: 30,8 % выбрали оценку 5 – отлично, оценка 4 – хорошо и 3 – удовлетворительно разделилась на равное количество ответов среди респондентов (по 23,1 %), 15,4 % опрошенных выбрали ответ 2 – плохо и 7,7 % ответили 1 – очень плохо.

Важной частью любого процесса оказания услуг является обратная связь о проделанной работе. Опрос клиентов показал, что не всегда происходит получение обратной связи, так 30,8 % опрошенных ответили, что у них не взял обратную связь, а другая часть ответила, что обратная связь была взята, но им не понравилось. 38,5 % ответили, что обратная связь была взята и им все понравилось.

После всех этапов обслуживания и получения обратной связи о работе менеджера было предложено оценить всю его работу в целом по 5-балльной шкале. Результаты распределились следующим образом: 38,5 % респондентов дали оценку 4 – хорошо, 23,1 % опрошенных дали оценку 3 – удовлетворительно, в равных долях по 15,4 % были выбраны оценки 5 – отлично и оценка 2 – плохо, самый меньший процент, а это 7,7 %, оценили на 1 – очень плохо.

Самым последний вопросом анкеты было предложено дать общую оценку сервисному предприятию ООО «Авиавладсервис» по 5-балльной шкале. Большая часть респондентов, в количестве 53,8 % дали общую оценку 4 – хорошо, 23,1 % опрошенных дали оценку 3 – удовлетворительно, меньшую долю взяли на себя оценки 1 – очень плохо и оценка 5 – отлично, их выбрало 7,7 % и 15,4 % опрошенных.

По результатам опроса клиенты, которые посетили сервисное предприятие ООО «Авиавладсервис», в целом остались не довольны качеством обслуживания. Самый значимый процесс работы менеджера с клиентом и данный процесс оценили 38,5 % клиентов и на оценку 4 – хорошо. По остальным результатам можно понять, что руководству агентства стоит больше внедрять методов оценки качества услуг, а также пересмотреть существующую систему менеджмента качества. Именно такие мелочи как не полученная обратная связь, не предложенные дополнительные услуги, не полная удовлетворённость всех поставленных запросов клиента не дают развиваться сервисному предприятию.

Таким образом, подводя анализ деятельности компании ООО «Авиавладсервис» было выявлено, что диапазон мероприятий, направленных на развитие системы менеджмента качества в ООО «Авиавладсервис», не разработан в полной мере, что дает основания для разработки и внедрения новых мероприятий по управлению системой качества услуг сервисного предприятия, таких как:

- повышение квалификации персонала
- развитие бренда компании
- практика постоянного анализа ситуации на предприятии в целом
- получение обратной связи от клиентов посредством различных мероприятий.

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Москва: Стандартинформ, 2015. 23 с.

2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. Официальное издание. – Москва: Стандартинформ, 2015. 48 с.

3. Электронный источник // <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-1/novatorov.shtml>Best4service: [сайт]. – URL: // <https://best4service.ru/articles/Article1/>

4. Рышкова, А. В. Сущность удовлетворенности потребителей. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 20 (362). – С. 290–292. – URL: <https://moluch.ru/archive/362/81071/> (дата обращения: 23.05.2022).

5. Электронный источник // <https://www.sistus-iso.ru/articles/167/>

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОЦЕНКИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ПРИ ДОСТАВКЕ ГРУЗОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭТАЛОН-СЕРВИС»

Ж.А. Кравченко

бакалавр

И.А. Шеронова

д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Каждое предприятие стремится к успешной деятельности, для которой в первую очередь важно формирование долгосрочных отношений с клиентами, что создает поток лояльных покупателей, увеличивающих продажи компании. Большинство руководителей понимают, что для создания конкурентных преимуществ в настоящее время уже недостаточно предоставлять продукцию и услуги требуемого качества, важно устанавливать и поддерживать долгосрочные отношения, как с внешними, так и с внутренними клиентами. Любое предприятие должно быть заинтересованно в постоянном мониторинге клиентоориентированности, а также правильно оценивать полученные в ходе исследований результаты для того, чтобы применять их в формировании клиентоориентированного подхода в компании. При нынешних требованиях потребителей к компании выигрывать будут те компании, которые заинтересованы в постоянном улучшении клиентоориентированности, как внутренней, так и внешней.

Ключевые слова: клиентоориентированность, транспортное предприятие, транспортное обслуживание, обслуживание потребителей.

ANALYSIS OF CUSTOMER-CENTRICITY ASSESSMENT FEATURES IN FREIGHT DELIVERY USING THE EXAMPLE OF ETALON-SERVICE LTD

Each enterprise strives for successful activities, for which it is primarily important to form long-term relationships with customers, which creates a flow of loyal buyers, increasing sales of the company. Most managers understand that it is no longer sufficient to provide products and services of the required quality to create a competitive advantage; it is important to establish and maintain long-term relationships with both external and internal customers. Any enterprise should be interested in continuous monitoring of the customer focus, as well as to correctly evaluate the results of research, in order to apply them in the formation of a customer-oriented approach in the company. In the current requirements of consumers to the company, will benefit those companies that are interested in continuous improvement of customer focus, both internal and external.

Keywords: customer orientation, transport enterprise, transport service, customer service.

Актуальность данного исследования обусловлена стремительно растущим количеством предприятий, оказывающих сервисные услуги, расширением вариативности подходов к обслуживанию клиентов, что приводит к росту требований со стороны последних, выводя на первый план клиентоориентированность.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня показателей оценки клиентоориентированности предприятий, осуществляющих деятельность по доставке грузов, путем адаптации общепринятых критериев клиентоориентированности сервисного предприятия к рассматриваемой области деятельности.

Объектом исследования является клиентоориентированность, а его **предметом** – особенности оценки клиентоориентированности при доставке грузов.

Целью работы стал анализ особенностей оценки клиентоориентированности при доставке грузов на примере ООО «Эталон-Сервис». Для достижения поставленной цели был решен ряд **задач**, а именно:

– рассмотреть теоретические аспекты формирования и исследования клиентоориентированности сервисного предприятия в сфере грузоперевозок;

- сформировать перечень критериев и показателей клиентоориентированности при оказании услуг в сфере грузоперевозок;
- определить методы проведения исследования на основе анализа методов оценки клиентоориентированности и выполнить анализ клиентоориентированности ООО «Эталон-Сервис» с учетом сформированного перечня критериев.

Основным **методом исследования** являлся социологический (опрос в форме анкетирования).

На первоначальном этапе исследования были рассмотрены теоретические аспекты формирования клиентоориентированности предприятия, в том числе выбрано базовое определение понятия клиентоориентированности: «Клиентоориентированность – это умение вовремя определить потребности и желания клиентов, чтобы удовлетворить их с максимальной пользой».

В ходе исследования установлено, что клиентоориентированность предприятия подразумевает собой ведение бизнеса, основанное на долгосрочной стратегии получения дохода за счет формирования базы постоянных клиентов. Как правило клиентоориентированность является важной составляющей клиентского опыта.

Клиентский опыт (Customer Experience (CX)) – это опыт потребителя, то есть то, как клиент взаимодействует с брендом. С. Гупта и М. Вахик утверждают, что опыт возникает, когда потребитель испытывает некоторые ощущения либо приобретает знания благодаря взаимодействию с разными составляющими услуги, созданными сервисной организацией.

Для управления клиентским опытом в первую очередь стоит управлять клиентоориентированностью. Для этого необходимо учитывать реальные запросы потребителей и обрабатывать возражения и анализировать отзывы.

Важным этапом работы стало формирование перечня критериев оценки клиентоориентированности предприятия при доставке грузов.

Анализ специальной литературы позволил выявить общие критерии клиентоориентированности предприятия при оказании услуг, к которым относятся: время оказания услуги; качество оказания услуги (профессионализм работников); цена; отношение к клиентам.

На основе данных критериев с учетом особенностей процесса оказания услуг по доставке грузов был сформирован перечень критериев и показателей клиентоориентированности предприятия при доставке грузов:

- скорость доставки (срок доставки, определяемый плановым промежутком времени от момента оформления заказа до момента передачи груза потребителю);
- качество доставки и профессионализм работников (сохранность груза при хранении и доставке; соблюдение сроков доставки; возможность доставки в удобное для клиента время и место; возможность изменения времени и места доставки после оформления услуги; соблюдение работником фирмы, осуществляющим доставку, всех установленных требований; наличие дополнительных услуг);
- цена (стоимость услуги доставки и дополнительных услуг);
- отношение к клиентам (возможность выбора условий контакта при оформлении заказа (лично в офисе, дистанционно с использованием технических средств коммуникации); возможность получения всей необходимой информации об условиях доставки и ее стоимости без прямого контакта с сотрудником фирмы; быстрота реакции персонала при работе с клиентом; возможность получения оперативной информации о доставке груза; вежливость, готовность помочь, отзывчивость и доброжелательность персонала, контактирующего с клиентами; внешний вид персонала, контактирующего с клиентами, в том числе наличие и состояние униформы; комфортность условий при нахождении клиента в офисе).

Анализ специальной литературы показал, что для оценки клиентоориентированности могут быть использованы различные методы, при этом наиболее известными являются следующие методы оценки: метод критических событий; метод тайного покупателя; анализ жалоб; опрос потребителей.

Кроме того, для сбора информации о клиентоориентированности предприятия могут быть использованы такие методы, как: опросы потребителей при каждой сделке; опросы потерянных покупателей и тех, кто реже стал обращаться в компанию; отчеты работников, непосредственно контактирующих с клиентами; общие обзоры рынка; опросы сотрудников.

Вышеперечисленные методы применимы для любой организации и в зависимости от специфики могут корректироваться и дополняться. Данные методы позволяют охватить как внешних, так и внутренних покупателей, а также документально зарегистрировать все неудачные элементы сер-

висной системы; улучшить обратную связь, как по отдельным сделкам, так и по качеству обслуживания клиентов в целом.

Оценка клиентоориентированности сервисного предприятия при доставке грузов проводилась на примере ООО «Эталон-Сервис».

Услуги, предоставляемые компанией ООО «Эталон-Сервис», представлены ниже на рис. 1.

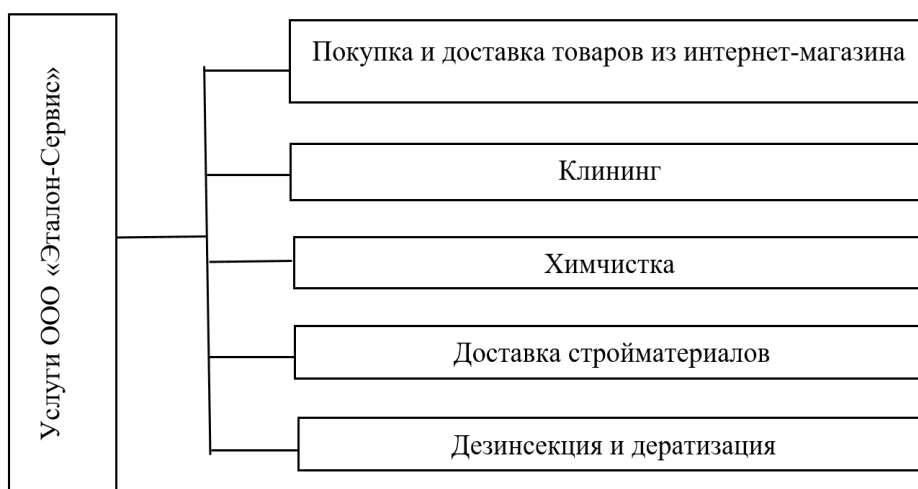


Рис. 1. Услуги ООО «Эталон-Сервис»

Каждая предоставляемая услуга сопровождается грузоперевозкой, но в случае услуг клининга, химчистки и дезинсекции эта услуга является вспомогательной. В случае же доставки товара из интернет-магазина и доставки стройматериалов грузоперевозка является основной предоставляемой услугой. Услуга доставки стройматериалов предоставляется компаниям, заключившим контракт.

Первоначально были выделены методы сбора информации о клиентоориентированности, используемые в ООО «Эталон-сервис». На данный момент в компании в процедуру оценки клиентоориентированности в процессе грузоперевозок входят: анализ жалоб и опрос потребителей после каждой сделки.

При проведении настоящего исследования был использован анализ жалоб и анкетирование потребителей с применением анкеты, специально разработанной на основе сформированного перечня показателей клиентоориентированности предприятия, работающего в сфере грузоперевозок.

После проведения исследования были рассчитаны коэффициенты отклонения фактического количества претензий от допустимого их количества, по которым оценивалась степень удовлетворенности потребителей по принятой на предприятии методике.

Результаты оценки степени удовлетворенности потребителей ООО «Эталон-Сервис» представлены в табл. 1

Таблица 1

Показатели степени удовлетворенности потребителей разными методами

Наименование показателя	Анализ жалоб	Метод анкетирования
Количество предъявленных претензий компании	3	7
Допустимое количество претензий	1	1
Коэффициент отклонения	3,0	7,0

Проведенные исследования позволили установить, что в компании ООО «Эталон-Сервис» имеются следующие проблемы: не соблюдение сроков доставки; сложность заказа через сайт; отсутствие возможности отслеживания доставки; загрязнения, повреждения, потери товара. Для устранения выявленных проблем рекомендованы следующие способы решения.

1. Сроки доставки. Для того, чтобы оговоренные сроки доставки соблюдались, необходимо проводить анализ фактического времени доставки и причин задержки. Это позволит устанавливать более адекватные сроки доставки, и, по возможности, принять корректирующие действия для устранения выявленных причин.

2. Заказ через сайт. На данный момент сложность заказа состоит в том, что, несмотря на то, что покупатель оформляет заказ через сайт, его заявка подтверждается только после обсуждения с менеджером компании, который связывается с клиентом по телефону по истечении некоторого времени. Это довольно неудобно, учитывая, что в настоящее время большинство интернет-магазинов отправляют товар после заполнения данных покупателем без участия менеджера. Для устранения данной проблемы необходимо добавить на сайте возможность заказа товара самостоятельно без контакта с менеджером.

Второй проблемой работы с сайтом является отсутствие возможности удаления товаров из корзины. Для решения данной проблемы компании необходимо связаться с разработчиками сайта для добавления функции удаления товаров из корзины.

3. Отслеживание доставки. На данный момент в компании отсутствует возможность отслеживания доставки, что негативно сказывается на клиентоориентированности компании. Благодаря отслеживанию клиент может контролировать свое время, поэтому данная возможность необходима. Для внедрения такой возможности, есть два варианта.

Первый вариант. Создать свое приложение для отслеживания передвижения машин с помощью GPS. Данный вариант является наиболее затратным, но наиболее эффективным.

Второй вариант. Смс-уведомления о местоположении груза. Данный вариант практически не затратный, но он актуален скорее для доставки между городами, либо по области. Доставки в пределах города также могут отслеживаться и передаваться клиенту с помощью смс, но намного удобнее для этой доставки первый вариант.

4. Повреждения, загрязнения, потери товара. Необходимо внедрить в практику работы курьеров перед погрузкой в машину обязательную проверку товара, полученного со склада, на наличие загрязнений. В случае наличия загрязнений курьеру необходимо будет очистить коробку от пыли с помощью тряпки. Кроме того, следует проводить периодические проверки соблюдения условий хранения товаров на складе. Для снижения числа случаев загрязнения упаковки груза на складе рекомендовано установить стеллажи в несколько ярусов. Таким образом, товар не будет накладываться друг на друга, и это предотвратит порчу, как упаковки, так и содержимого.

Для снижения числа повреждений и загрязнений груза после погрузки в автомобиль, рекомендовано осуществлять проверку надежности крепления груза перед отправкой, а также отслеживать, использует ли их курьер при доставке, состояние (чистоту) самого автомобиля, манеру вождения курьера.

Благодаря данным мерам можно решить проблемы, выявленные в ходе исследования клиентоориентированности компании.

Таким образом, проведенное теоретическое исследование позволило решить ряд важных вопросов, обеспечивающих возможность проведения корректной оценки клиентоориентированности предприятия при оказании услуг по доставке грузов, а проведенная апробация результатов теоретического исследования подтвердила их практическую значимость.

1. Вестник Нижегородского университета. Методологические основы оценки клиентоориентированности персонала организаций законодательстве. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnoe-regulirovanie-klientoorientirovannosti-naprimere-meditsinskih-organizatsiy-skoroy-pomoschi>

2. Studfile. Анализ исполнения услуги и повышение качества законодательстве. – Текст: электронный. – URL: <https://studfile.net/preview/6711533/page:10/>

3. Клиентский опыт (Customer Experience). – Текст: электронный. – URL: <https://www.mango-office.ru/products/calltracking/glossary/klientskiy-opyt-customer-experience/>

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА СОТРУДНИКОВ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТЛК ВЛ ЛОДЖИСТИК»

В.В. Лоцицкая

бакалавр

Л.Ю. Фалько

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Во Владивостоке широкий выбор вакансий на рынке труда, поэтому компаниям необходимо серьезно подходить к вопросу мотивированности своих сотрудников, чтобы они не планировали смену рабочего места ради более выгодного, а также выполняли свою работу более качественно. Поэтому в статье представлены подход и пример оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников транспортного предприятия.

Ключевые слова: *мотивация сотрудников, система мотивации, оценка эффективности, показатели эффективности.*

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE LABOR MOTIVATION SYSTEM OF EMPLOYEES OF A TRANSPORT ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF LLC TLK VL LOGISTIK

There is a wide choice of vacancies in the labor market in Vladivostok, so companies need to seriously approach the issue of motivation of their employees so that they do not plan to change jobs for a more profitable one, and also perform their work more efficiently. Therefore, the article presents an approach and an example of evaluating the effectiveness of the motivation system of employees of a transport enterprise.

Keywords: *employee motivation, motivation system, performance evaluation, performance indicators.*

Вопрос уровня мотивированности персонала стоит перед любым предприятием, которое хочет добиться успеха в своей деятельности. Руководству этих предприятий стоит серьезно подходить к тому, какую систему мотивации труда своих сотрудников они применяют. Если мотивация сотрудников на низком уровне, то это будет сказываться на их рабочей деятельности, то есть, работа таких сотрудников будет выполняться недостаточно качественно, они могут уходить от части своих обязанностей и, следовательно, являться убыточным звеном для предприятия в целом.

Актуальность вопроса удовлетворенности системой мотивации труда сотрудников на предприятии вызвана тем, что рынок вакансий в городе Владивосток переполнен предложениями, поэтому сотрудники компаний могут легко уйти из одного места работы в другое, если их там что-либо не устроило, что будет нести в себе потери для компании, так как поиск и обучение новых сотрудников подразумевает значительные затраты.

Здесь стоит отметить, что недостаточно создать удовлетворяющую в определенный момент запросы персонала систему мотивации, также необходимо постоянно проводить оценку её эффективности: является ли она актуальной относительно потребностей сотрудников компании, есть ли в ней достаточная экономическая выгода от вложений для предприятия, привлекает ли и удерживает в компании сотрудников, повышает ли эффективность труда и исполнительную дисциплину и другое. Поэтому научной новизной данной исследовательской работы является оценка эффективности используемой системы мотивации на примере транспортного предприятия ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик».

Цель настоящей работы состоит в том, чтобы на практике оценить эффективность системы мотивации труда сотрудников транспортного предприятия ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик». Для достижения поставленной цели будет решен ряд задач:

- выявить теоретические аспекты оценивания системы мотивации персонала на предприятии;
- исследовать показатели эффективности системы мотивации персонала на транспортном предприятии ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»;

– разработать рекомендации по совершенствованию системы мотивации транспортного предприятия ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик».

Объектом исследования является система мотивации труда сотрудников на транспортном предприятии.

Предмет исследования работы – оценка эффективности системы мотивации труда сотрудников на транспортном предприятии

В качестве методов будут использованы библиографический, включающий изучение теоретической базы в виде литературы, а также социологический, который включает в себя анонимный опрос работников компании, свободную беседу и включенное наблюдение.

Вопросом мотивации людей научные деятели интересуются уже продолжительное время, так при исследовании поставленного вопроса оценки эффективности системы мотивации были рассмотрены работы А. Маслоу, Д. Мак-Клелланда, Ф. Герцберга, а также современников: Т.О. Соломанидиной, Н.С. Пряжникова и других.

Перед оценением эффективности системы мотивации труда сотрудников выбранного предприятия необходимо ознакомиться с содержанием понятий «мотивация», «система мотивации», «эффективность».

В научно-популярной литературе можно найти множество вариаций на тему понятия и сущности термина мотивации, к сожалению, четкой общепризнанной формулировки его не существует, но многие психологи и учёные различных отраслей высказывали собственные определения, основанные на их точке зрения [1, с. 24-25]. При изучении данного вопроса, можно сказать, что мотивацией называется процесс побуждения человека к какой-либо деятельности, который может идти как от самого человека, опираясь на его мотивы, так и извне, используя для этого стимулы, но при этом, мотивы и стимулы должны соответствовать актуальным потребностям человека.

На предприятиях при стимулировании работников на повышение качества выполняемой работы, совершенствовании человеческих ресурсов, мотивацию рассматривают не как отдельные элементы для каждого сотрудника, а как систему взаимосвязанных мер и процессов по стимулированию персонала, которая и будет именоваться системой мотивации труда сотрудников на предприятии, в том числе, транспортном.

Эффективность представляет собой соотношение достигнутых результатов и использованных ресурсов, относящихся к их достижению. Чаще всего термин эффективность относится к экономической стороне исследуемого вопроса, но в данной работе эффективность будет исследоваться также с социальной и целевой стороны, то есть, как сами люди, на которых направляются ресурсы по совершенствованию системы мотивации, оценивают свою степень удовлетворенности от их использования, а также на сколько реализуется запланированная деятельность, ради которой она создавалась.

Для оценки эффективности необходимо определиться с показателями, на которых она будет производиться. Общего требования по перечню необходимых показателей для оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников нет, поэтому любое предприятие вправе само определить для себя перечень показателей. Выбор показателей и методов оценки зависят от целей, ради которых предприятие создало и внедрило определенную систему мотивации труда сотрудников или иной инструмент воздействия. Чаще всего такими целями являются следующие:

- привлечение и удержание работников, особенно тех, которые имеют высокие профессиональные знания и квалификацию;
- повышение эффективности труда;
- повышение уровня исполнительской дисциплины.

В качестве показателей эффективности могут быть выбраны:

- показатели экономической эффективности, которые должны продемонстрировать, что затраченные на систему мотивации денежные средства оправдывают своё применение и не идут в убыток для предприятия;
- показатели социальной эффективности, которые несут в себе оценку уровня удовлетворенности сотрудников положением дел в компании, а также характеризуют степень использования их потенциала возможностей;
- показатели целевой эффективности (или показатели достижения цели), которые демонстрируют степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов.

Более детально метод оценки эффективности системы мотивации представлен в таблице 1, где приведены виды эффекта, возможные от применения определенной системы мотивации труда сотрудников на предприятии, а также определены показатели эффективности и методы их измерения.

Метод оценки эффективности системы мотивации по видам эффекта

Виды эффекта	Показатели эффективности	Методы измерения
Социальный	<ul style="list-style-type: none"> – Удовлетворенность работников различными аспектами труда; – текучесть кадров; – санитарно-гигиенические условия труда; – социальная защищенность работников; – социально-психологические условия труда и т.д. 	Качественные: <ul style="list-style-type: none"> – удовлетворенность сотрудников; – качество выполнения работы; – соблюдение правил (планов, требований); – качество отношений и т.д.
Экономический	Прямые: <ul style="list-style-type: none"> – рентабельность; – фондоотдача; – окупаемость капиталовложений и т.д. Косвенные: <ul style="list-style-type: none"> – прирост дохода; – прибыль за отчетный период; – затраты на внедрение системы мотивации; – производительность труда; – коэффициент опережения; – доля ЗП в себестоимости продукции / в совокупных затратах; – зарплатоёмкость и т.д. 	Количественные показатели: <ul style="list-style-type: none"> – финансовые результаты; – доля, рост, снижение (%); – эффективность / производительность и т.д.
Достижение цели	<ul style="list-style-type: none"> – Результативность = Результат/Цель; – KPI и т.д. 	Качественные / Количественные: <ul style="list-style-type: none"> – соблюдение планов; – результативность (%) и т.д.

Для оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников на транспортном предприятии ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик», специализируемого на предоставлении физическим и юридическим лицам услуг по перевозке грузов разными видами транспорта, были произведены сбор общедоступных данных относительно прибыльности компании за последние несколько лет, а также проведен анонимный опрос среди сотрудников предприятия для выявления их общего уровня удовлетворенности при работе в компании, кроме того были проанализированы отзывы бывших сотрудников и клиентов компании для определения степени довольства работы в компании и сотрудничества с ней соответственно.

Показатели экономической эффективности.

При рассмотрении настоящих показателей были проанализированы общедоступные данные относительно прироста прибыли компании за последние несколько лет (рис. 1).



Рис. 1. Финансовые показатели ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»

Из рисунка 1 видно, что показатели выручки и прибыли растут (в 2020 г. прибыль упала ввиду пандемии), это показывает, что динамика экономической эффективности является положительной, а так как компания в основной своей деятельности предоставляет услуги, которые, в свою очередь, зависят от работы сотрудников, то можно сказать, что персонал заинтересован в увеличении прибыльности компании, то есть они совершенствуют свои навыки и улучшают качество выполняемой работы.

Показатели социальной эффективности

Для выявления уровня удовлетворенности работниками сложившимися условиями труда и методами стимулирования их деятельности, заложенными в системе мотивации, были проанализированы данные анонимного анкетного онлайн опроса, интервью с некоторыми сотрудниками (выступили в роли экспертов), отзывы бывших сотрудников и клиентов компании в сети Интернет и включенное наблюдение. По полученным данным составлена таблица 2 (показатели для опроса сотрудников, выступившими экспертами и оценки в формате включенного наблюдения, были выделены из статьи кандидата экономических наук, доцента кафедры Экономики и управления на воздушном транспорте Московского государственного технического университета гражданской авиации Никифоровой Лейлы Халидовны «Подходы к оценке эффективности систем мотивации персонала» 2016 [5]), где оценки соответствуют следующей системе оценивания: 0 – показатель в компании отсутствует, 1 – показатель на низком уровне, 2 – показатель удовлетворителен, 3 – показатель можно улучшить, 4 – показатель на высоком уровне.

Таблица 2

Оценка социальной эффективности системы мотивации труда сотрудников ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»

Показатель	Оценка					
	Э1	Э2	Э3	Ср. анон. опрос	Вкл. набл-е	Ср. оценка
Группа 1: Удовлетворенность работников различными аспектами труда						
Уровнем заработной платы	2	3	3	3	2	2,6
Санитарно-гигиеническими условиями труда	3	3	2	2	2	2,4
Организационно-трудовыми условиями труда	3	3	3	3	2	2,8
Отношениями в коллективе	4	3	2	3	3	3
Содержанием и значимостью труда	3	2	3	2	2	2,4
Системой вознаграждения и признания заслуг	2	2	3	2	2	2,2
Системой карьерного развития	3	2	3	3	3	2,8
Системой профессионального развития	2	2	2	2	2	2
Конкретными кадровыми мероприятиями	3	2	3	3	2	2,6
Средняя оценка по группе 1: 2,5						
Группа 2: Санитарно-гигиенические условия труда						
Температурный режим	2	1	2	2	2	1,8
Освещенность рабочих мест	2	2	2	2	2	2
Уровень шума	3	3	3	3	3	3
Запыленность помещения	2	3	2	3	3	2,6
Обеспеченность работников санитарно-гигиеническими помещениями	2	1	1	2	1	1,4
Средняя оценка по группе 2: 2,2						
Группа 3: Организационно-трудовые условия труда						
Уровень дисциплины труда	3	2	3	3	2	2,6
Уровень исполнительской дисциплины	3	2	2	2	2	2,2

Показатель	Оценка					
	Э1	Э2	Э3	Ср. анон. опрос	Вкл. набл-е	Ср. оценка
Уровень заболеваемости работников	2	3	2	2	3	2,4
Уровень оснащённости рабочих мест	1	2	2	2	2	1,8
Уровень механизации и автоматизации труда	2	1	2	2	2	1,8
Уровень компьютеризации административно-управленческого труда	3	3	3	3	3	3
Напряжённость и интенсивность труда	2	1	2	2	2	1,8
Рациональность режимов труда и отдыха	2	1	2	2	2	1,8
Удельный вес творческих операций	1	2	3	2	1	1,8
Удельный вес неквалифицированного труда	2	2	3	2	3	2,4
Обеспечённость работников нормативной документацией	1	2	1	2	2	1,6
Средняя оценка по группе 3: 2,1						
Группа 4: Социально-психологические условия труда						
Морально-психологический климат в коллективе	2	3	3	3	3	2,8
Уровень конфликтности в подразделениях и на предприятии в целом	2	2	1	2	2	1,8
Участие работников в управлении	2	2	2	2	2	2
Трудовая и общественная активность работников	3	1	2	2	2	2
Уровень вовлечённости и лояльности персонала	2	3	2	2	2	2,2
Средняя оценка по группе 4: 2,16						
Группа 5: Социальная защищённость работников						
Обеспечённость детскими дошкольными учебными заведениями	0	0	0	0	0	0
Обеспечённость медицинской помощью	0	0	0	0	0	0
Обеспечённость в санаторно-оздоровительные учреждения	0	0	0	0	0	0
Обеспечённость дополнительными пенсионными гарантиями	0	0	0	0	0	0
Средняя оценка по группе 5: 0						
Социальная эффективность системы мотивации труда сотрудников: 67,6 / 136 или 50 %						

Анализирую таблицу 2, можно увидеть, что общая оценка социальной эффективности системы мотивации труда сотрудников по выбранным показателям на транспортном предприятии ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» является «удовлетворительной» (составляет 67,6 баллов из 136 максимально возможных, или 50 %), то есть сотрудники компании хотели бы улучшений в имеющихся методах стимулирования.

При этом наиболее отрицательными оказались показатели обеспеченности работников санитарно-гигиеническими условиями, а также напряжённости и интенсивности труда, что подтверждает недовольства работников сложившимися условиями труда в свободных беседах. Из таблицы также видно, что руководство не задействует в своей системе мотивации инструменты социальной защищённости работников, что является одной из наибольших слабых звеньев всей системы в целом. Ведь при уверенности работников в своем работодателе, в том, что при любых жизненных обстоятельствах им будет оказана поддержка, они бы с меньшей вероятностью стали искать новое место работы с менее выгодными в данном деле условиями. Именно поэтому компании следует рассмотреть возможность редактирования своих методов стимулирования работников, если имеющиеся инструменты уже не удовлетворяют потребностей сотрудников.

Показатели целевой эффективности

Показатель целевой эффективности также можно назвать показателем результативности, он определяется отношением фактических показателей труда к запланированным.

В ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» применяется KPI. Из-за отсутствия конкретных количественных данных по целевым показателям, можно только сказать, что одним из инструментов мотивирующих сотрудников к совершенствованию данного показателя является система поощрений за перевыполнение планового уровня прибыли или заключенных сделок. Так, в ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» присутствует система, где сотрудникам, работающими на тех должностях, которые непосредственно влияют на общую прибыль компании (логисты, менеджеры по работе с клиентами и др.), устанавливаются плановые показатели по количеству заключенных сделок в месяц, при превышении планового количества сделок, сотрудник получает прибавку к заработной плате в виде фиксированной ставки за каждую новую сделку, либо за % от полученной сделки. Также в компании присутствует система штрафов, которая также распространяется на работников, прямо влияющих на прибыль, которые взимаются за упущенные возможности и сорванные сделки.

Данные инструменты помогают грамотней планировать для отдельных работников плановые показатели, целевые показатели компании в целом на период вперед и другое. Работники же замотивированы в перевыполнении плановых показателей ради получения дополнительного дохода.

По данным оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников были сделаны следующие выводы (детальней в табл. 3):

– оценка экономической и целевой эффективности является относительной, так как не было возможности использовать точные количественные данные компании, только те, которые находятся в открытом доступе, поэтому возможен вариант, что при более детальном их изучении и выборе другого перечня показателей, результат оценки может отличаться;

– в отношении социальной эффективности можно сказать, что она нуждается в постоянном мониторинге, а также корректировке под актуальные потребности сотрудников.

Таблица 3

**Результаты оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников
ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик»**

Виды эффекта	Проблемы	Рекомендации
Социальный	Выявлены слабые моменты в системе мотивации труда сотрудников. На предприятии не применяются инструменты для обеспечения социальной защищенности работников, используемые у конкурентов.	Оценка эффективности используемой системы мотивации не менее 1 раза в год. Опросы сотрудников на внедрение изменений в систему мотивации не менее 1 раза в год. Анализ и внедрение инструментов социальной защищенности работников (при положительных прогнозах).
Экономический	В исследовании применен только косвенный показатель в связи с отсутствием точных экономических данных – возможна недостоверность результатов оценки	Более детальное исследование экономических показателей эффективности с использованием четких экономических данных. Отслеживание динамики экономических показателей при введении новых инструментов стимулирования персонала.
Достижения цели	В исследовании применена теоретическая оценка показателей – возможна недостоверность оценки.	Четкое представление целей компании и расчет результативности за выбранный период. Отслеживание динамики оценки результативности.

Система мотивации – это сложный инструмент воздействия на сотрудников компании. Невозможно подобрать универсальный и идеальный вариант системы мотивации, так как его просто не существует. Поэтому руководству любой компании необходимо постоянно отслеживать потребности своих работников и применять эффективные и актуальные методы стимулирования. Для этого в практике компаний должно быть разработано и внедрено мероприятие по оценке эффективности системы мотивации труда сотрудников, которое будет отвечать целям, поставленным при внедрении системы мотивации, а также послужит увеличению прибыльности бизнеса и уменьшению расходов там, где это возможно.

При необходимости, вопрос оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников транспортного предприятия ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» может быть проработан более детально при более глубоком анализе деятельности компании.

Для совершенствования системы мотивации на предприятии можно также провести следующие мероприятия:

– внедрение различного рода конкурсов в деятельность сотрудников предприятия для поднятия соревновательного духа среди работников, что будет нести в себе положительный эффект на работоспособность сотрудников;

– предоставление дополнительных льгот для сотрудников, например, бесплатное корпоративное питание, абонементы в спортивные клубы, оплата детских садов для детей работников и т.д., что будет являться стимулом для сотрудников оставаться в настоящей организации, а не вести поиски другого места работы;

– обеспечение работников более комфортными условиями работы, например, косметический ремонт помещений и санитарно-гигиенических зон в более современном стиле, что позволит сотрудникам работать в более комфортных условиях.

Эти и другие мероприятия могут помочь улучшить систему мотивации на предприятии и повысить эффективность работы сотрудников.

При необходимости, вопрос оценки эффективности системы мотивации труда сотрудников транспортного предприятия ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» может быть проработан детальней при более глубоком анализе деятельности компании.

Таким образом, в теоретической части настоящего исследования было выявлено, что не существует общепринятого перечня показателей для оценки эффективности применяемой системы мотивации труда сотрудников, поэтому каждое предприятие вправе само определить их для себя в соответствии с целями и ресурсами.

В эмпирической части исследования определено, что систему мотивации ООО «ТЛК ВЛ Лоджистик» можно назвать достаточно эффективной в данный момент, но требующей более детального изучения, а также доработки как самой системы мотивации, так и работы с потребностями персонала.

1. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов / Е.А. Родионова, В.И. Доминяк, Г. Жушман, М.А. Экземпляров; под ред. Е. А. Родионовой. – Москва: Юрайт, 2022. – 279 с.

2. Пряжников Н. С. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2022. – 365 с.

3. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / А.А. Литвинюк [и др.]; под ред. А.А. Литвинюка. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 461 с.

4. Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2021. – 323 с.

5. Никифорова Л.Х. Подходы к оценке эффективности систем мотивации персонала. – Текст: электронный // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. № 6. – URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2016/06/11632> (дата обращения: 10.02.2023)

6. VL-LOGISTIC // vl-logistic.ru: официальный сайт компании. – URL: <https://vl-logistic.ru> (дата обращения: 14.02.2023).

УДК 331.101.3

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА СОАП НА ПРИМЕРЕ АО "МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК"

Н.С. Матюшина

бакалавр

И.А. Шеронова

д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Мотивация является одним из ключевых факторов повышения производительности труда сервисной службы СОАП в аэропорту. Мотивация трудовой деятельности, включает материальную заинтересованность интерес к работе, отношения в коллективе, общественную значимость

труда, возможность обучения и переобучения, перспективы карьерного роста. Управление мотивацией способствует формированию личности работника, преданного компании, осознающего свою важную роль в работе.

Ключевые слова: мотивация, сервисная служба, служба СОАП, аэропорт, персонал, пассажиры.

ANALYSIS OF THE MOTIVATION PECULIARITIES OF PTOS SERVICE PERSONNEL ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT JSC

Motivation is one of the key factors in increasing the productivity of the service department of passenger transportation at the airport. Motivation of work activity includes material interest, interest in work, relationships in the team, the social significance of work, the possibility of training and retraining, career prospects. Motivation management contributes to the formation of an employee's personality, dedicated to the company, aware of his important role in the work.

Keywords: motivation, customer service, PTOS service, airport, staff, passengers.

Актуальность. Одной из ключевых ролей в поддержании высокого уровня выполнения своих обязанностей персоналом сервисных служб аэропорта принадлежит мотивации. К сожалению, стимулированию персонала наземных служб, несмотря на достаточно сложные и напряженные условия работы и высокую степень ответственности, уделяется значительно меньше внимания.

Научная новизна исследования связана с выявлением особенностей мотивации персонала сервисной службы по организации перевозки пассажиров.

Цель работы – Проанализировать особенности мотивации персонала СОАП на примере АО «Международный аэропорт Владивосток». Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

- проанализировать теоретические аспекты формирования и оценки мотивации персонала;
- исследовать характер деятельности и условий труда и выявить особенности мотивации персонала СОАП;
- выполнить анализ мотивации персонала СОАП АО «МАВ» и дать рекомендации по её совершенствованию.

Объектом исследования является мотивация персонала, а его **предметом** – особенности мотивации персонала СОАП.

Методы исследования – библиографический (анализ специальной литературы и нормативно-правовых документов); социологический (опрос форме анкетирования).

При решении первой задачи, связанной с анализом теоретических аспектов мотивации персонала, было проанализировано понятие «мотивация труда» и установлено, что существуют разные подходы к определению этого понятия.

Мотивация труда – это стремление работника удовлетворить потребности (получить определенные блага) посредством трудовой деятельности. Влияние мотивации на поведение человека во многом зависит от множества факторов, оно очень индивидуально и может меняться под воздействием мотивов и обратной связи с деятельностью человека. Хорошая работа по мотивации сотрудников ведет к:

- увеличению прибыли;
- улучшению качества проделанной работы;
- индивидуальному подходу и активности в рабочем процессе;
- увеличение сотрудников;
- отсутствие текучести сотрудников;
- к улучшению репутации организации [1, с. 495].

Мотивация – это психологическое явление, определяющее деятельность человека. Мотив основан на потребности, направленной на определенный предмет. Стимулирование – это использование внешних факторов для получения заданной реакции человека. В процессе руководства внутренняя мотивация сотрудника и внешнее его стимулирование должны находиться в непротиворечивом взаимодействии. Для того чтобы сотрудник мог соотносить применяемые стимулы с мотивами сотрудников, ему нужен практичный способ определения мотивов персонала, то есть система [2, с. 439].

Мотив – это то, что вызывает определенные действия человека, его внутренние и внешние движущие силы. В структуру мотива труда входят:

- потребность, которую хочет удовлетворить работник;
- благо, способное удовлетворить эту потребность;
- трудовое действие, необходимое для получения блага;
- цена – издержки материального и морального характера, связанные с осуществлением трудового действия.

Наиболее типичные определения мотивации в литературе даны на рис. 1.

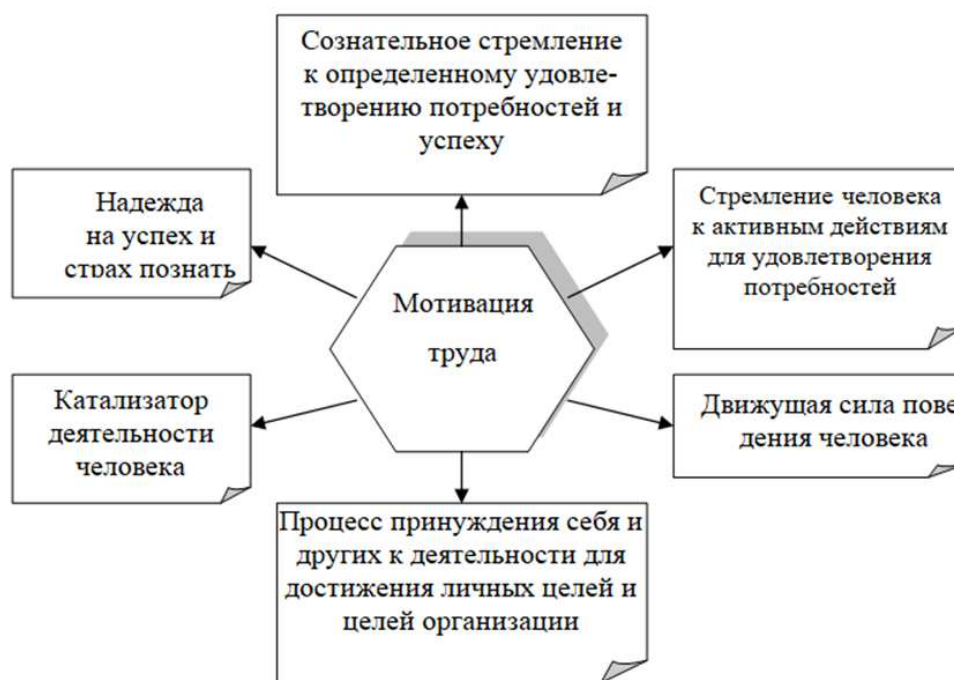


Рис. 1. Типичные определения понятия «Мотивация персонала»

Анализ основного содержания стимулирующих систем в практике предприятий РФ и за рубежом показывает, что для разработки и внедрения эффективной системы мотивации нужно реализовать такие формы стимулирования, как: премии; надбавки за профмастерство; доплаты за условия труда; доплаты за работу в ночное время; доплаты за работу в праздничные и воскресные дни, за сверхурочную работу, за руководство бригадой; оплата или компенсация за отпуск; бонусы; оплата транспортных расходов или обслуживание служебным транспортом; организация бесплатного питания для сотрудников; доступные программы обучения; медицинское обслуживание.

Состав компенсационного пакета должен быть сбалансированным и, в первую очередь, удовлетворять потребности сотрудников.

Чтобы разработать и внедрить эффективную систему мотивации организации, нужно реализовать три составляющих:

- провести диагностику мотивационной среды компании в зависимости от условий и объема предоставления услуг;
- разработать систему мотивации с учетом мотивационного профиля работников, в которой комплексно применять материальные и моральные средства мотивации;
- регулярно проводить мониторинг и коррекцию мотивационной системы.

В данной работе были рассмотрены теории и методики для анализа исследования мотивации сотрудников, перечень которых приведен ниже. При проведении эмпирического исследования были использованы последние три.

Дэвид МакКлелланда – теория потребности высших уровней;

Фредерик Герцберг – модель «двух факторов»;

Абрахама Маслоу – теория иерархии потребностей;

Владимир Исакович Герчиков – оценки мотивации;

Ольга Фёдоровна Потёмкина – социально-психологические установки личности в мотивационно-потребностной сфере;

Анкетирование.

В аэропорту функционирует достаточно много служб, каждая из которых имеет своё название и функциональные обязанности. Эксплуатацию аэропорта условно можно разделить на техническую и коммерческую. Техническая эксплуатация аэропорта включает в себя технику и технологии работы всех систем аэропорта и направлена на обеспечение безопасной и бесперебойной основной (авиационной) деятельности предприятия.

В структуре служб, осуществляющих техническую эксплуатацию аэропорта, можно выделить несколько комплексов (рис. 2).



Рис. 2. Структура технических служб аэропорта

Обслуживанием перевозок в рамках пассажирского комплекса занимается ряд производственных подразделений аэропорта. В аэропортах РФ непосредственное обслуживание осуществляет служба организации авиационных перевозок (СОАП, в структуре представлена как СОПП). Координация работы СОАП, как и всех остальных подразделений аэропорта, осуществляется производственно-диспетчерской службой аэропорта. Служба организации авиационных перевозок является производственной службой аэропорта, которая обеспечивает обслуживание пассажиров в терминале, обработку багажа, груза и почты на внутренних и международных воздушных линиях. Главной целью службы организации перевозок является обеспечение безопасности и регулярности полетов, поддержание высокого уровня культуры обслуживания пассажиров, грузовой клиентуры, а также обеспечение совместно с другими службами и отделами авиакомпаний высокой культуры обслуживания пассажиров и обработки багажа. Именно деятельность службы СОАП стала объектом исследования в данной статье.

Функция управления мотивацией персонала в СОАП заключается в нормировании трудового процесса и тарификации оплаты труда; разработке систем материального и нематериального стимулирования, а также в применении методов морального поощрения персонала. Основная проблема, с которой сталкиваются специалисты по работе с персоналом – это большая трудоемкость управления, огромное количество задач, функций, процессов, которыми необходимо оперативно и качественно управлять, в число которых входит и мотивация.

Система мотивации трудовой деятельности персонала СОАП включает две основных составляющих: материальную (зарплаты, бонусы, премии и штрафы, а также медицинское обслуживание, оплата корпоративного обучения или отдыха, скидки на услуги организации) и не материальную (карьерный рост, комфортный график, сплоченный коллектив, социально-значимая работа, поддержка коучей или наставников).

Для выявления направлений повышения эффективности мотивации работы сотрудников службы СОАП была проанализирована мотивация сотрудников данного подразделения аэропорта на примере АО «Международный аэропорт Владивосток» (МАВ). Установлено, что способы и формы мотивации, применяемые в АО «МАВ», можно условно разделить на две группы:

- те, что поддерживают престиж организации;

– те, что стимулируют производительность и качество труда.

К стимулам первой категории можно отнести отчисления в пенсионный фонд, страховые и больничные доплаты, участие в прибылях. Стимулы второй категории – это премирование в форме денежных выплат, продвижение по службе, моральное стимулирование и др.

В ходе проведенного анализа были выявлены как положительные, так и отрицательные аспекты мотивирования сотрудников СОАП МАВ. Основные факторы удовлетворенности сотрудников работой, обусловленные существующей системой мотивации:

- большая инфраструктура с потоком клиентов для общения и профессионального обучения;
- возможность саморазвития и повышения профессионализма;

Главные факторы неудовлетворенности работой:

- относительно низка оплата труда;
- слабая ротация на должностях;
- медленный карьерный рост;
- сложный механизм администрирования в работе.

Для анализа мотивов, оказывающих влияние на трудовое поведение персонала СОАП, проведено исследование, включающее опрос 60 сотрудников АО «Международный аэропорт Владивосток» по методике В.И. Герчикова и методике О.Ф. Потемкиной. Большинство опрошенных – агенты по организации обслуживания пассажиров, остальные – диспетчеры по управлению рейсами и инспекторы по претензиям.

В результате тестирования с использованием методики В.И. Герчикова получены следующие результаты. Большинство сотрудников считают себя профессионалами, полагают, что могут самостоятельно организовывать работу подразделения и выражают желание наладить карьерный рост.

Результаты исследования с использованием методики О.Ф. Потемкиной показали, что большинство сотрудников можно отнести к профессиональному мотивационному типу. Они ценят свою работу, осознают себя, как профессионала, стараются разнообразить свою повседневную деятельность и предпочитают материальное вознаграждение за свой труд.

Для того, чтобы проверить выводы, сделанные на основании результатов использования методик Герчикова и Потемкиной, была разработана анкета для проведения опроса сотрудников СОАП. Результаты анкетирования показали следующее: большинство сотрудников СОАП действительно относятся к профессиональному мотивационному типу, а существующая система мотивации в АО «Международный аэропорт Владивосток» не в полной мере проявляет свою эффективность.

По результатам проведенного анализа были разработаны следующие рекомендации по повышению мотивации сотрудников СОАП АО «Международный аэропорт Владивосток»:

- предусмотреть надбавки сотрудникам данной службы за выполнение ответственной работы, выполнение дополнительных обязанностей, работу в стрессовых ситуациях;
- на постоянной основе проводить тренинги, направленные на сплочение коллектива;
- проводить награждение лучших сотрудников на общих собраниях коллектива.

Таким образом, проведенное исследование позволило установить, что в АО «Международный аэропорт Владивосток» формирование системы мотивации персонала должно исходить из того, что правильно поставленная цель путем формирования ориентации на ее достижение служит мотивирующим средством для работника. Показано, что мотивация персонала Службы организации пассажирских перевозок характеризуется рядом особенностей, обусловленных широтой возложенных на данное подразделение аэропорта функций, сложным характером деятельности и особыми условиями труда.

В ходе анализа системы мотивации сотрудников в АО «Международный аэропорт Владивосток» с использованием комплекса методов установлено, что мотивация труда сотрудников, прежде всего, применяемые методы материального и морального стимулирования, не в полной мере учитывают особенности мотивации персонала СОАП, выявленные в ходе теоретического исследования.

По результатам проведенного исследования сформулированы рекомендации и предложения по совершенствованию мотивации сотрудников СОАП АО «Международный аэропорт Владивосток», охватывающие как материальное, так и моральное стимулирование.

1. Волосский А.А. Мотивация и стимуляция труда. – Москва: Техносфера, 2017. – 495 с.

2. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. – Москва: Инфра-М., 2017. – 439 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ БАРЬЕРОВ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ СОВРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН НА ПРИМЕРЕ АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

А.С. Молочкова

бакалавр

Л.Ю. Фалько

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Современные женщины стремятся работать не только для обеспечения комфортной жизни, но и для раскрытия потенциала, независимо от их статуса. Однако на их пути могут встречаться барьеры, которые не позволяют им реализовать свои возможности, в результате чего им приходится либо менять компании, либо мириться с текущим положением дел.

Ключевые слова: *фактор, стеклянные стены, стеклянная коробка, стеклянная скала, стеклянный потолок, липкий пол.*

THE STUDY OF BARRIERS TO BUILDING A CAREER FOR MODERN WOMEN ON THE EXAMPLE OF JSC VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT

Modern women strive to work not only to ensure a comfortable life, but also to unlock their potential, regardless of their status. However, there may be barriers on their way that do not allow them to realize their opportunities, as a result of which they have to either change companies or put up with the current state of affairs.

Keywords: *factor, glass walls, glass box, glass rock, glass ceiling, sticky floor.*

Актуальность исследования заключается в различных факторах, препятствующих раскрытию творческого и карьерного потенциала современной работающей женщины.

Многие авторы, среди которых А.Д. Баргатина, К.К. Мойсиевич, Г.И. Гатина, С.В. Волкова, Ю.В. Куделина, К.О. Акинина изучают барьеры, мешающие женщинам расти по карьерной лестнице. Они пришли к выводу, что все проблемы связаны с гендерной дискриминацией, проявляющейся в разных формах: стеклянный потолок, гендерные стереотипы, стеклянный лифт, список запрещённых профессий и т.д.

Поскольку изучением барьеров занимаются длительное время, то проблема достаточно глубоко исследована и были разработаны пути её решения, также существует движение, направленное на борьбу за равные права – феминизм. Его представительницы каждый день борются за то, чтобы женщины были услышаны и признаны. Среди феминисток самыми известными являются Эбигейл Смит Адамс, Олимпия Де Руж и Симона де Бовуар.

Научная новизна заключается в том, чтобы показать на примере конкретного предприятия, какие барьеры стоят на пути женщин в аэропортовой деятельности.

Цель работы – выявить факторы карьерного роста в трудовой деятельности современных женщин на примере сотрудниц АО «Международный аэропорт Владивосток». Для достижения указанной цели необходимо решить ряд задач:

- выявить теоретические аспекты построения карьеры современной женщины;
- исследовать факторы, влияющие на построение карьеры современной женщины в качестве барьеров и возможностей (в сфере аэропортовой деятельности);
- разработать рекомендации по снижению влияния негативных факторов в процессе движения по карьерной лестнице сотрудниц АО «Международный аэропорт Владивосток».

Объектом исследования является карьерный рост современной женщины.

Предметом исследования являются факторы карьерного роста современной женщины.

В исследовании использовался адаптационный подход.

Методы исследования – библиографический и социологический (опрос в форме анкетирования).

Карьерный рост зависит от условий, прилагаемых усилий, самооценки и возможностей женщины.

Потребности и карьерный рост взаимосвязаны, поскольку любая карьера делается ради удовлетворения амбиций. Руководствуясь мотивами, люди делают всё необходимое, чтобы достичь желаемого результата. Помимо мотивации, на это влияет стремление, целеполагание, личностные характеристики индивида и внешние факторы. К внешним факторам можно отнести возможности карьерного роста в организации, информативность, прозрачность и структурированность информации, касающейся возможностей и условий карьерного развития.

Помимо факторов, необходимых для построения успешной карьеры, присутствуют те, которые не дают продвинуться по карьерной лестнице, к ним относятся отсутствие возможностей карьерного роста на предприятии, незаинтересованность сотрудников в своей деятельности, работа ради получения заработка, наличие увлечений вне профессиональной сферы, которые важнее работы, а также психологические расстройства личности, основанные на эмоциональном выгорании. В совокупности данные аспекты влияют на отсутствие интереса сотрудников к развитию своего профессионализма.

В настоящее время в мире все развивается и меняется: власть, кризис, пандемия, политические конфликты и все это влияет на карьеру. В законодательствах различных стран прописаны равные права женщинам и мужчинам, и, по идее, для женщин не существуют формальные ограничения для построения карьерной лестницы, но существуют, так называемые, невидимые барьеры для достижения успеха.

Было проведено множество исследований проблем гендерного неравенства в профессиональном росте и становлении личности из этого было выделено три основных направления, в которых остро ощущается дискриминация по половому признаку.

1) «Стеклянные стены», «стеклянная скала», «стеклянная коробка». Наличие гендерных стереотипов, которые не позволяют объективно выбрать кандидатов на ту или иную работу. Работодатель заранее делит профессии или компетенции на мужские и женские, поэтому предпочтение в выборе работника на руководящие должности отдаётся мужчине, а если у женщины получается занять руководящую должность, то они могут попасть в «ситуацию опасного лидерства». Это рассматривается в связи с феминизацией профессий, которые становятся все менее престижными, трудоемкими и не сочетающимися с успешной научной карьерой.

2) «Стеклянный потолок». По данным ООН, в мире женщины зарабатывают около 77 центов от одного доллара, который зарабатывают мужчины за одинаковый труд. Международная организация труда отмечает, что глобальный гендерный разрыв в заработных платах в мире составляет 16–20% [2, с. 67].

Если рассматривать разницу в заработной плате мужчин и женщин в мировом масштабе, то этот показатель будет выше – 81,2%. Следует отметить, что такой разрыв не обусловлен уровнем образования, опытом работы, эффективностью или производительностью труда. Исследования Международной организации труда указывают на то, что причина заключается в разделении по половому признаку [3, с. 50].

3) «Липкий пол». Женщинам, вступившим в брак, приходится совмещать работу и семью, где они полностью отвечают за быт. В итоге возникает потребность в гибком графике и отсутствии равновесия между работой и личной жизнью. После рождения детей ситуация становится сложнее, поскольку карьера сохраняет свою актуальность, в результате приходится идти на жертвы и выбирать работу без карьерного роста и с низкой заработной платой [2, с. 67].

Ситуация с дискриминацией в России и так стоит остро, но во время пандемии COVID-19 в 2020 году усугубилась ещё сильнее.

В компаниях, склонных придерживаться «традиционных» ролей, усилилась гендерная дискриминация. Женщинам, у которых были дети или они планировали завести ребёнка в будущем, отказывали в приёме на работу, из-за страха, что во время декретного отпуска или отпуска по уходу за ребёнком, отстанет от профессиональных тенденций.

Неравная оплата труда, связанная с тем, что мужчина исконно занимает роль «кормильца», а следовательно, и оклад должен быть больше.

Карьерный рост женщин остановился, из-за стереотипов о том, что мужчины более компетентны в чрезвычайных ситуациях.

Таким образом, все кто изучал тему гендерного неравенства отмечал, что женщинам сложнее построить успешную карьеру, чем мужчинам. В итоге женскую часть населения недооценивают, платят более низкую зарплату, по сравнению с мужчинами за равный объём работы, либо предпочитают вовсе не брать на работу.

АО «Международный аэропорт Владивосток» (АО «МАВ») благодаря своему географическому положению – на пересечении воздушных трасс между Дальним Востоком РФ и странами АТР – имеет стратегическое значение в авиатранспортной системе региона.

Всего в аэропорту работает 949 сотрудников. 599 из них мужчины, остальные женщины.

АО «Международный аэропорт Владивосток» (Кневичи) имени В. К. Арсеньева – международный аэропорт (II категории ИКАО) имени В.К. Арсеньева, аэродром совместного базирования морской авиации Тихоокеанского флота, авиации МЧС России и гражданской авиации. Также аэродром используется предприятием АО «322-й авиаремонтный завод», выполняющем плановые ремонтные работы на различной авиационной технике.

В настоящее время аэропорт имеет статус аэропорта федерального значения.

Допущен к приёму всех типов воздушных судов без ограничений. В аэропорту имеются два пассажирских терминала и два грузовых (ООО «Аэро-Груз» и ООО «Карго-Владивосток»).

Одной из приоритетных целей аэропорта является повышение уровня обслуживания пассажиров и авиакомпаний. С этой целью АО «МАВ» активно инвестирует в развитие производства, приобретение специальной и аэродромной техники, сертифицирует новые виды деятельности и вводит новые услуги.

Среди работников АО «Международный аэропорт Владивосток» был проведён социологический опрос в форме анкетирования, в котором приняли участие 100 человек разного возраста. Цель этого исследования заключалась в выявлении барьеров, которые присутствуют на предприятии и мешают карьерному росту современных женщин.

В ходе опроса было выявлено, что большая часть респондентов (76,3 %) желает расти по карьерной лестнице. Для этого им необходимы такие факторы как: личные способности и качества, без них невозможен какой-либо рост (78,5 %), знание своего дела (64,5 %), лидерские качества (59,1 %), профессиональное образование (52,7 %).

К факторам, которые мешают в продвижении по карьерной лестнице 42,9 % респонденты относят: незаинтересованность сотрудника, эмоциональное выгорание и недостаток знаний и опыта.

Согласно ответам, карьерный рост возможен (76,1 %). Для этого АО «МАВ» даёт такие возможности как: накопление практического опыта (71 %), семинары, тренинги и рекомендации по результатам (37,6 %), оценка на соответствие (29 %), информирование обо всех доступных вакансиях (26,9 %) и номинирование на желаемую должность (22,6 %).

57,1 % респондентов считают, что присутствуют барьеры или препятствия карьерного роста. К ним относят конфликты с руководителем (45,2 %), из-за плохих отношений с сотрудником руководитель не даёт возможности для роста. Стереотипы (41,9 %), которые замедляют работу или наоборот ее затрудняют, поскольку сотрудники не могут оценивать своих коллег объективно. Также невозможен рост, если занята желаемая должность (33,3 %). Наличие ребёнка (23,7 %) не всегда позволяет также активно расти в рабочей сфере, поскольку ему необходимо уделять много внимания и заниматься его воспитанием.

Большую часть респондентов дискриминация не затронула, однако 16,1 % опрошенных отметили, что им отказали в повышении должности, из-за гендерной дискриминации, а 36,6 % респондентов были свидетелями таких ситуаций.

Сотрудницы предложили несколько вариантов, которые, по их мнению, помогут преодолеть барьеры и негативные факторы в построении карьеры:

1) умение слушать, задавать вопросы, проявлять интерес, обеспечивать обратную связь с собеседником;

2) взаимопонимание между собеседниками, умение найти ту точку зрения, которую будут разделять оба собеседника;

3) доверие и открытость, побуждает сотрудников внутри коллектива к честному общению и уважению;

4) правильный выбор каналов коммуникации для взаимодействия между сотрудниками и вышестоящим руководством (телефон, личная беседа), рутинные послания (письма и тд.);

5) дать свободу действий;

6) стремление к своей цели, вера в себя, желание учиться и развиваться.

В целом следует отметить, что на предприятии АО «Международный аэропорт Владивосток» 76,3 % респондентов видят возможности карьерного роста и хотят строить профессиональную карьеру, однако также присутствуют и проблемы:

– конфликты с руководителем;

– незаинтересованность сотрудника;

- эмоциональное выгорание;
- недостаток знаний и опыта;
- гендерная дискриминация;
- занята желаемая должность.

Можно предложить следующие рекомендации, чтобы преодолеть эти проблемы:

- программы, направленные на мотивацию работников; на профессиональное развитие и повышение лояльности к компании;
- тренинги, направленные на повышение навыков личной эффективности, в том числе разрешение конфликтов / стрессоустойчивость;
- разработать программы, предполагающие временную смену деятельности;
- создать новостной канал, в котором рассказывать интересные факты о карьерах женщин, в том числе сотрудниц АО «МАВ», информировать о вакансиях.

В теоретической части исследования выявлены внутренние и внешние факторы карьерного роста женщин. Внутренние факторы – желание и возможности самого сотрудника, а внешние – это ресурсы, которыми располагает компания.

Помимо возможностей, существуют и барьеры, мешающие женщинам строить профессиональную карьеру, к которым относятся стереотипы, стеклянный потолок и медленное продвижение по карьерной лестнице.

В эмпирической части исследования выявлено, что на предприятии АО "МАВ" присутствуют как возможности карьерного роста, так и проблемы, препятствующие этому росту, которые замедляют работу, чтобы на примере великих женщин показать всю абсурдность сложившихся стереотипов.

1. Гарданова Ж.Р., Манина В.А. Сравнительный анализ понятий «препятствие» и «барьер» в психологической науке // Вестник науки и образования. – 2017 – № 12(36). – С. 106–109.

2. Шарин В.И. Карьерные барьеры в системе российской гражданской службы // Управленец.– 2019.– Т. 10. – № 6. – С. 67–76.

3. Акинина К.О. Гендерная дискриминация в сфере труда // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – № 4 (56). – С. 49–53.

4. Красная Н.А. Гендерный аспект карьерного роста // Система ценностей современного общества. – 2010. – № 10-2.– С. 140–144.

5. Гунделах О.Е. Гендерные барьеры карьерного продвижения в организации // Administrative Consulting. – 2021.– Т. 7. – № 2. – С. 32–39.

УДК 65.015

ИССЛЕДОВАНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ МОТИВАЦИОННЫХ АСПЕКТОВ СОТРУДНИКОВ СОАП АО «ТЕРМИНАЛ ВЛАДИВОСТОК»

Д.Р. Павленко

бакалавр

И.А. Слесарчук

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

На сегодняшний день для поддержания высокого уровня мотивации в коллективе, особенно в авиационной отрасли, высококвалифицированные специалисты все чаще испытывают потребность в удовлетворении нематериальных мотивационных аспектов, связанных с эмоциональными потребностями: уважением, признанием, статуса, комфорта и т.д. В статье определены направления совершенствования нематериальной мотивации в одной из сервисных служб аэропорта.

Ключевые слова: *мотивация, нематериальная мотивация, сотрудники, служба обеспечения авиационных перевозок.*

THE STUDY OF NON-MATERIAL MOTIVATIONAL ASPECTS OF EMPLOYEES OF THE SOAP JSC "TERMINAL VLADIVOSTOK"

Today, in order to maintain a high level of motivation in the team, especially in the aviation industry, highly qualified specialists are increasingly experiencing the need to satisfy non-material motivational aspects related to emotional needs: respect, recognition, status, comfort, etc. The article defines the directions for improving non-material motivation in one of the airport service departments.

Keywords: motivation, non-material motivation, Vladivostok Terminal, employees, air transportation support service.

Актуальность темы работы обусловлена тем фактом, что на сервисных предприятиях, в особенности в авиационной отрасли, доминируют преимущественно методы материальной мотивации. Однако материальная мотивация очень часто воспринимается сотрудниками как должное, своеобразная обязанность работодателя, поэтому со временем ее значение и эффективность существенно снижается. Поскольку работа в сервисных службах напряженная, ответственная, некоторых сотрудников уже недостаточно привлекает материальное стимулирование, т.к. происходит эмоциональное выгорание. Вопросам нематериальной мотивации в последнее время уделяется достаточно большое внимание, в том числе и для работников сервисных организаций, но в сфере авиации таких исследований не обнаружено.

Научная новизна заключается в рассмотрении аспектов нематериальной мотивации персонала служб сервиса применительно к аэропорту.

Цель работы – исследовать нематериальные мотивационные аспекты сотрудников СОАП «Терминал Владивосток». Для достижения указанной цели решался ряд задач: проанализировать теоретические аспекты нематериальной мотивации персонала; определить значимость и основные направления нематериального стимулирования сотрудников СОАП.

В исследовании использовался адаптационный подход и ряд теоретических (анализ, синтез) и экспериментальных (опрос в форме анкетирования, методика Р. Хакмена и Г. Олдхема «Модель ключевых характеристик работы») **методов исследования**.

Анализ многочисленной специальной литературы по мотивации персонала показал, что существуют различные подходы к понятию нематериальной мотивации. Все авторы сходятся во мнении, что нематериальная мотивация направлена на удовлетворение высших потребностей индивидуума – стремления к саморазвитию, жажды реализации потенциала, самоуважения и уважения со стороны окружающих.

Т.А. Дмитриевой [1] сгруппированы виды нематериальной мотивации, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Способы нематериальной мотивации

В соответствии с представленной классификацией на следующем этапе работы проведен анализ существующих на авиатранспортном предприятии АО «Терминал Владивосток» способов нематериальной мотивации.

Выявлено, что на предприятии некоторые способы нематериальной мотивации реализуются недостаточно широко или не используются совсем.

В связи с этим среди сотрудников службы организации авиационных перевозок (СОАП) проведено исследование по методике Р. Хакмена и Г. Олдхема «Модель ключевых характеристик работы» [2], целью которого явилось выявление наиболее значимых для работников характеристик труда, влияющих на нематериальную мотивацию персонала.

В данной работе представлены результаты исследования, проведенного путем опроса 50 сотрудников СОАП АО «Терминал Владивосток». В опросе участвовали сотрудники в возрасте от 18 до 55 лет, большинством из которых представляли женщины. Согласно модели Р. Хакмена и Г. Олдхема предлагалось оценить критерии от 1 до 5, где 1 – минимальная важность для респондента, а 5 – максимальная.

Опрос проводился по следующим характеристикам: условия труда, повышение квалификации, выполнение разнообразных задач, корпоративные мероприятия, автономность, обратная связь (рис. 2).

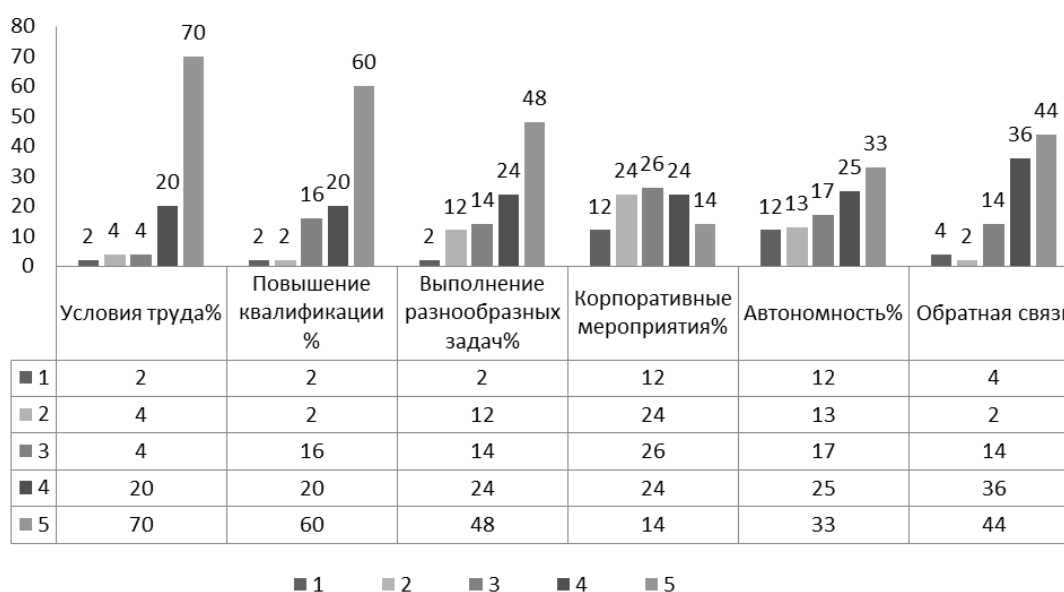


Рис. 2. Значимость для респондентов критериев нематериальной мотивации по модели Р. Хакмена и Г. Олдхема

Наиболее важным критерием для респондентов стали условия труда – 70% опрошенных поставило оценку «5». Это связано с тем, что комфортные условия имеют важное значение для работников и способствуют созданию благоприятной атмосферы для эффективной трудовой деятельности.

Респонденты также отметили характеристику «Повышение квалификации» – 60% опрошенных высоко оценили возможность применения новых навыков и умений на практике.

По критерию «Выполнение разнообразных задач» 48% поставили максимальную оценку этой характеристике. Это объясняется тем, что сотрудники стремятся к активной деятельности и монотонная работа их не привлекает.

По результатам опроса, самой неэффективной характеристикой нематериального стимулирования респонденты признали «Корпоративные мероприятия». Только 14% опрошенных поставили максимальный балл, а в то время, как минимальный балл набрал 12% голосов.

Характеристика – «Автономность», также имеет высокую важность для респондентов, 33% опрошенных выбрали максимальный балл для этой характеристики. Видно, что специалисты не боятся брать на себя слишком большую ответственность и предпочитают работать без контроля руководителя.

Характеристика «Обратная связь» имеет 44% оценки «5» и 36% оценки «4», что показывает важность данной характеристики для сотрудников. Это объясняется тем, что для профессиональ-

ного роста квалифицированного специалиста руководству следует общаться с работниками, делиться с ними опытом, разбирать ошибки.

Проанализировав результаты опроса, направленного на оценку значимости характеристик нематериальной мотивации, можно сделать вывод, что практически все критерии являются важными для сотрудников СОАП, за исключением корпоративных мероприятий. Выявлено, что для сотрудников данная характеристика не является ключевой.

Таким образом, можно сделать выводы, что для работников сервисной организации актуальны нематериальные мотивационные аспекты. Установлено, что в настоящее время нематериальная мотивация отличается многообразием методов, которые на предприятии зачастую используются не в полной мере. Выявлено, что работников СОАП существующая нематериальная система мотивации не удовлетворяет. Определено, что наиболее значимыми критериями для сотрудников СОАП служат условия труда и повышение квалификации, а корпоративные мероприятия не представляют для них интерес.

1. Дмитриева Т.А. Особенности использования методов нематериальной мотивации персонала в организации // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 23 (35). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-metodov-nematerialnoy-motivatsii-personala-v-organizatsii>.

2. Спивак В.А. Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие. – Москва: Эксмо; 2008. – 624 с.

УДК 338

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ, СВЯЗАННЫХ С ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, НА ПРИМЕРЕ ООО «ДЗТ ЛОГИСТИК»

В.А. Пластун

бакалавр

Е.А. Розанова

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена анализу особенностей оказания услуг, связанных с логистической деятельностью, на предприятии ООО «ДЗТ Логистик». Рассмотрены основные виды услуг на предприятии, а также отличительные особенности логистического сервиса ООО «ДЗТ Логистик». Выполнен анализ мнений контрагентов компании об оказании сервисной деятельности при перевозках грузов. Выявлены проблемы, связанные с логистической деятельностью предприятия. Сформулированы рекомендации и предложены мероприятия по совершенствованию сервисной деятельности ООО «ДЗТ Логистик», что позволит повысить конкурентноспособность предприятия.

Ключевые слова: логистический сервис, сервисная деятельность, конкурентноспособность, социологические исследования.

FEATURES OF RENDERING SERVICES RELATED TO THE LOGISTICS ACTIVITIES OF LLC «DZT LOGISTICS»

The article is devoted to the analysis of the features of the provision of services related to logistics activities at the enterprise LLC «DZT Logistic». The main areas of service provision, as well as the distinctive features of the logistics service of LLC «DZT Logistic», are considered. The analysis of the opinions of the company's counterparties on the provision of service activities in the transportation of goods was carried out, shortcomings were identified, recommendations were formulated and measures were proposed to improve the service activities of LLC «DZT Logistic».

Keywords: logistics service, forwarding activities, service, service activities, features of logistics services.

Определяющими факторами при покупке услуг, в настоящее время, становятся не только цена и потребительские характеристики, но и фактическая готовность организации предоставлять услуги на конкурентоспособном уровне. Такая ситуация в области организационного управления привела к переосмыслению традиционных решений и к возникновению необходимости поиска новых форм управления, координации и интеграции во всей цепочке поставок. Надежность, качество поставок, качество услуг вдоль цепи поставок и в процессе оказания услуг могут быть улучшены на основе логистического сервиса функций цепи поставок. Наиболее актуальными становятся клиентоориентированные стратегии развития, удовлетворяющие возросшие запросы потребителей в отношении совокупного предложения [1]. В настоящее время особое внимание на рынке логистических услуг уделяется логистическому сервису. Уровень логистического обслуживания непосредственно влияет на рыночную долю компании, на ее общие логистические издержки, и, в конечном счете, на рентабельность, определяя не только лояльность уже имеющихся потребителей, но и то, сколько ее потребителей станут фактическими. Рынок логистических услуг наполнен большим количеством компаний осуществляющих экспедиторскую деятельность, которые предлагают различный уровень сервисного обслуживания [2]. Актуальность работы связана с необходимостью повышения конкурентоспособности предприятия.

Целью данного исследования является анализ особенностей оказания логистических услуг на предприятии ООО «ДЗТ Логистик». В работе использованы социологические методы исследования, библиографические методы, системно-структурный анализ. Предметом исследования являются услуги, связанные с логистической деятельностью.

ООО «ДЗТ Логистик» – это интегрированная экспедиторская компания. Используя развитую сеть партнеров как в России, так и за рубежом, организация предлагает полный спектр транспортно-экспедиторских услуг. Большой опыт работы специалистов компании по транспортному экспедированию позволяет обеспечить быструю и качественную обработку грузов, грамотное оформление сопроводительной транспортной документации. Основу логистического сервиса в ООО «ДЗТ Логистик» составляет сервис потребительского спроса. Компания предоставляет широкий спектр услуг в области экспедирования, консолидирования, а также обработки грузов. Основным преимуществом ООО «ДЗТ Логистик» является собственный парк седельных тягачей, что позволяет без участия посредников предоставлять авто под перемещение грузов и дверную доставку, ричтракеров, благодаря которому по территории терминала осуществляется перемещение контейнеров, а также их погрузка и разгрузка, кранов большой грузоподъемности для осуществления много тоннажных работ. Немаловажным фактором является возможность принятия в работу заявок на перевозку негабаритных грузов, благодаря возможности принятия портом ДЗТ негабаритных/много тоннажных грузов и дальнейшее их перемещение, что выделяет компанию на рынке экспедиторов и логистических предприятий. Компания делает все, чтобы клиенты были довольны сроками транспортировки, высоким уровнем безопасности во время транспортировки, удобством сервиса, выполнением работ по погрузке-разгрузке и т.д. В рамках производственного сервиса деятельность ООО «ДЗТ Логистик» связана с эффективным использованием транспортных средств и их составляющих, с выявлением всех их возможностей для эксплуатации.

В условиях современной экономики большое значение приобрел сервис информационного обслуживания [3]. ООО «ДЗТ Логистик» пытается довести до потенциальных клиентов о преимуществах, которые они могут получить в случае использования их услуг (прежде всего, в форме рекламных кампаний). У ООО «ДЗТ Логистик» есть подготовлены каталоги и прейскуранты. Кроме того, ООО «ДЗТ Логистик» подготавливает для ознакомления клиентами (в случае изъявления ими подобного желания) техническую и эксплуатационную документацию. В сфере финансово-кредитного сервиса ООО «ДЗТ Логистик» сегодня предлагает своим клиентам разнообразные варианты оплаты транспортных услуг: по факту, в рассрочку, наличными и безналичными, с различными вариантами и системами скидок и льгот, предоставлением кредитов – банковских, коммерческих, товарных и др. Подобное разнообразие способов оплаты делает транспортные услуги более доступными для более широких кругов населения и организаций.

Для выполнения исследовательской работы был проведен анкетный опрос среди клиентов с целью выявления их удовлетворенности в контексте логистического сервиса. Было опрошено 29 контрагентов, с которыми в настоящее время сотрудничает ООО «ДЗТ Логистик». На рисунке приведен фрагмент результатов анкетного опроса.

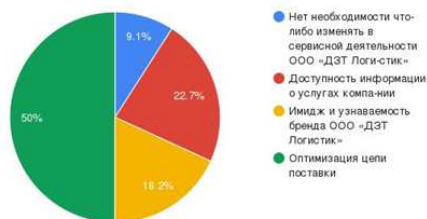


Рис. Как Вы считаете, что необходимо улучшить в клиентском сервисе компании ООО «ДЗТ Логистик»

Большинство респондентов отмечают, что для улучшения клиентского сервиса необходимо: улучшения цепей поставок, необходимость увеличения доступности информации об услугах компании, необходимость проведения работ по улучшения имиджа и узнаваемости бренда ООО «ДЗТ Логистик».

В целом, по результатам исследований выявлены следующие проблемы: неудовлетворенность логистическим сервисом компании, проблема с доступностью информации о предоставляемых услугах и актуальных ставках на грузоперевозки. Среди опрошенных контрагентов реклама представляет собой одно из основных средств получения информации у действующих контрагентов предприятия.

По итогам анкетного опроса сформированы рекомендации по совершенствованию сервиса в ООО «ДЗТ Логистик». Для дальнейшего совершенствования рекламной деятельности рекламные кампании ООО «ДЗТ Логистик» целесообразно проводить на протяжении всего периода работы. Это позволит ООО «ДЗТ Логистик»:

- поддерживать свой имидж;
- информировать потребителей о новом ассортименте услуг, проводимых рекламных акциях.

Для оптимизации логистических цепочек поставок возможно рассмотреть вариант открытия новых филиалов ООО «ДЗТ Логистик». Это позволит:

- ускорить время доставки грузов;
- оптимизировать процессы авто-вывозов по Москве и МО, а также другим регионам РФ;
- улучшить качество сервиса;
- ускорить процессы оформления документов в других городах;
- предоставит клиентам более широкий спектр услуг.

По предложенным мероприятиям рассмотрена экономическая эффективность от их внедрения. В таблице представлен примерный расчет эффективности рекламной кампании ООО «ДЗТ Логистик».

Таблица

Примерный расчет эффективности проведения рекламной кампании ООО «ДЗТ Логистик», млн руб.

Показатель, млн руб.	Значение
Прирост выручки от реализации	41,014 (10,5 % от уровня 2021 года)
Затраты бюджета маркетинговых мероприятия	18
Прибыль от реализации маркетинговых мероприятий	23,014
Налог на прибыль	4,6
Чистая прибыль	18,41

Таким образом, каждый вложенный в рекламную компанию рубль приносит 20,93 руб. чистой прибыли, а срок окупаемости рекламной 357 дней.

ООО «ДЗТ Логистик» сегодня активно реализует стратегию логистического сервиса, что делает ее более привлекательной в глазах фактических и потенциальных клиентов, т.е. повышается ее конкурентоспособность. Однако, для совершенствования оказания транспортных услуг рекомендуется обратить внимание на коммуникационную стратегию предприятия и масштабирование дея-

тельности. Внедрение предложенных мероприятий будет способствовать повышению логистического сервиса для клиентов ООО «ДЗТ Логистик».

1. Акпарова А. А. Анализ экономической деятельности компаний транспортно-экспедиторского сервиса (на примере ТОО «LOGISTIC») / А. А. Акпарова, Н. А. Кудайбергенов, Н. С. Нуркашева // Статистика, учет и аудит. – 2020. – № 4. – С. 116–120. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_44659308_37068612.pdf (дата обращения: 25.04.2023).

2. Alemany N., Arago V., Salvador E. Lead-lag relationship between spot and futures stock indexes: Intraday data and regime-switching models // International Review of Economics & Finance. – 2020. – № 68(7). – P. 269–280.

3. Анализ качества услуг логистической компании / К.А. Никитина, А.В. Кондратюк, П.А. Чеснокова // Управление качеством на этапах жизненного цикла технических и технологических систем: сб. науч. тр. 3-й Всерос. науч.-техн. конф. (Курск, 28 мая 2021 г.). – Курск, 2021. – С. 305–309. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46227493_32352731.pdf (дата обращения: 05.05.2023).

4. Большакова В. Е. Эффективное управление цепями поставок как основа конкурентоспособности // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – № 3. – С. 256–260. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_45477253_37244393.pdf

5. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник. – Москва: КноРус, 2018. – 176 с.

6. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 384 с.

УДК 656.072.6

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПассаЖИРОВ НА ЭТАПЕ РЕГИСТРАЦИИ БИЛЕТОВ И БАГАЖА НА ПРИМЕРЕ АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ «ВЛАДИВОСТОК»

И.Д. Самойлова
бакалавр

И.А. Шеромова
д-р техн. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Рассмотрены часто встречаемые проблемы, возникающие на этапе регистрации пассажиров и оформления багажа в аэропортах. Выявлены и проанализированы проблемы и трудности, с которыми сталкиваются пассажиры на этапе регистрации в АО «Международный аэропорт Владивосток», и разработаны рекомендации для их устранения или минимизации.

Ключевые слова: аэропорт, обслуживание пассажиров, этапы обслуживания, регистрация билетов и оформления багажа, проблемы обслуживания.

ANALYSIS OF PASSENGER SERVICE PROBLEMS AT THE STAGE OF TICKET AND BAGGAGE CHECK-IN ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT JSC

Frequently encountered problems that arise at the stage of passenger check-in and baggage check-in at airports are considered. The problems and difficulties faced by passengers at the check-in stage at Vladivostok International Airport JSC were identified and analyzed, and recommendations were developed to eliminate or minimize them.

Keywords: airport, passenger service, service stages, ticket and baggage check-in, service problems.

В настоящее время авиационные перевозки представляют собой сложный и многоплановый процесс, при выполнении которого необходимо принимать во внимание множество различных нюансов, без соблюдения которых данный процесс не сможет бесперебойно функционировать.

Каждый пассажир, вошедший в здание аэровокзала, автоматически становится объектом формализованного процесса обслуживания. Процесс обслуживания пассажиров в аэровокзале состоит из определенного количества этапов, последовательно следующих друг за другом: досмотр пассажиров и их вещей при входе в аэровокзал, сервисное обслуживание в зале вылета, регистрация пассажиров и оформление багажа, таможенное оформление и таможенный контроль, паспортный контроль, предполетный досмотр, сервисное обслуживание в зале ожидания вылета, контроль выхода пассажиров на посадку, их доставка и посадка на борт воздушного судна [1–3].

Регистрация пассажиров и оформление багажа является одним из самых значимых этапов предполетного обслуживания пассажиров. На сотрудников, обеспечивающих исполнение соответствующих обязанностей, возлагается высочайшая ответственность, так как от результатов регистрации зависит такой процесс, как центровка воздушного судна, при которой производится распределение пассажиров, их багажа, а также грузов для регулировки переднего и заднего центров тяжести воздушного судна, что является необходимым для обеспечения безопасности авиаперевозки на всем ее протяжении, от взлета до посадки самолета.

Необходимо отметить, что при организации предполетного обслуживания, в том числе регистрации пассажиров, необходимо учитывать культуру их обслуживания, так как от нее зависит имидж и репутация авиапредприятия. Зачастую культура обслуживания, в значительной степени определяющая уровень качества обслуживания, не соответствует установленным требованиям и стандартам, что приводит к конфликтам участников процесса обслуживания: пассажиров и сотрудников аэропорта.

Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения», качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя [4].

Вопросам организации обслуживания пассажиров в аэропорту посвящены труды Г.С. Вороницкой, А.А. Мазалова, Т.В. Галямовой, В.А. Романенко и других.

Цель исследования заключалась в выявлении и анализе проблем, возникающих у пассажиров на этапе регистрации билетов и оформления багажа, а также разработке рекомендаций по их устранению или минимизации.

Объект исследования – обслуживание вылетающих пассажиров на этапе регистрации билетов и оформления багажа в аэропорту.

Предмет исследования – проблемы обслуживания пассажиров на этапе регистрации билетов и оформления багажа.

Задачи исследования:

– провести исследование процесса регистрации билетов и оформления багажа в АО «Международный аэропорт Владивосток» (далее – «МАВ») с целью определения наличия проблем, возникающих на данном этапе;

– разработать рекомендации по устранению или минимизации проблем, выявленных в ходе исследования процесса обслуживания пассажиров на этапе регистрации билетов и оформления багажа в АО «МАВ».

Методы исследования включали две группы методов: методы сбора исходной информации о наличии проблем; методы анализа выявленных проблем.

В качестве методов сбора исходной информации были выбраны опрос в форме интервьюирования и online-анкетирования, при анализе проблем – статистические методы контроля качества.

При анализе проблем могут быть использованы: контрольный листок (цель использования – фиксирование и первичная систематизация исходной информации); диаграмма Парето (цель использования – выявление наиболее значимых проблем, требующих первоочередного решения); диаграмма Исикавы (цель использования – выявление конкретных причин возникновения проблем). Для более детального анализа могут быть использованы инструменты управления качеством: диаграмма сродства; древовидная диаграмма; матричная диаграмма.

Научная новизна исследования состоит в обосновании и использовании статистических методов контроля качества при исследовании проблем обслуживания пассажиров в аэропорту и определении области их возможного применения для решения задач подобного рода.

При проведении настоящего исследования для выявления наиболее значимых проблем, требующих первоочередного решения, была использована Диаграмма Парето.

Существует несколько технологий регистрации билетов и оформления багажа. Данные технологии можно разделить на две группы: традиционные, при которых регистрация производится сотрудником непосредственно на стойках регистрации, и инновационные, представляющие собой

саморегистрацию в трех вариантах [5-6]: при помощи киосков (стоек) саморегистрации; при помощи веб-сайта авиаперевозчика; при помощи мобильного приложения авиаперевозчика.

Как в отечественных, так и в зарубежных аэропортах технологии регистрации пассажиров и оформления багажа схожи или идентичны, поэтому и проблемы, с которыми сталкиваются пассажиры на данном этапе, имеют один характер. Проанализировав процессы технологий регистрации при помощи метода проектирования процессов сервиса swim-lane, был сделан вывод о том, что к наиболее часто возникающим относятся следующие проблемы: время ожидания в очереди на регистрацию, время регистрации, непонимание пассажирами способа эксплуатации киосков саморегистрации, способа наклеивания багажной бирки, а также трата времени пассажиров на определение рейсов, обслуживаемых и необслуживаемых киосками саморегистрации [7].

Вторым этапом исследования стал опрос пассажиров АО «Мав».

Определяя общую характеристику деятельности АО «Международный аэропорт Владивосток» (далее АО «Мав»), была рассмотрена эффективность его сервисной деятельности, где в качестве показателя были выбраны коэффициенты жалоб пассажиров на качество обслуживания (за 12 месяцев) за 2021 и 2022 гг., выявленных путем опроса пассажиров по заранее разработанным анкетам [8]. Анализ динамики изменения данного показателя представлен на рисунке 1 и свидетельствует о том, что сервисная деятельность Международного аэропорта «Владивосток» становится более эффективной.

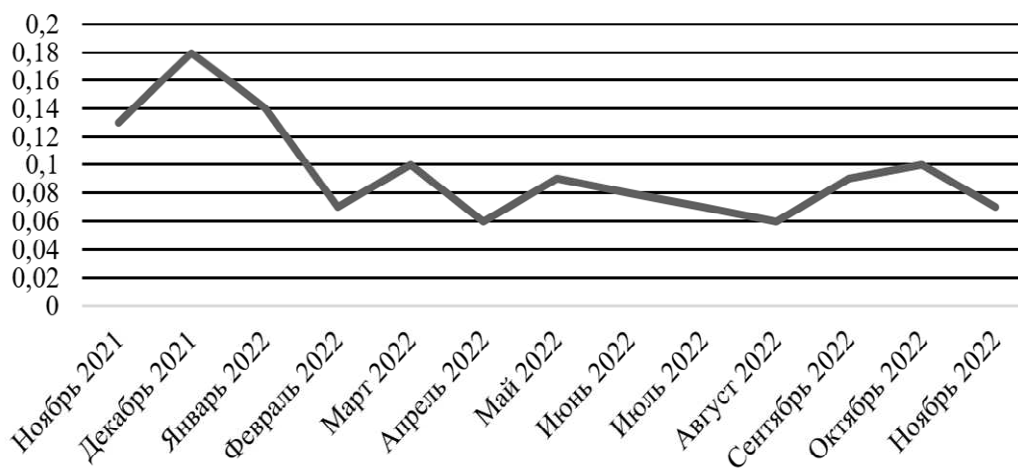


Рис. 1. Коэффициент жалоб пассажиров на качество их обслуживания

Сбор исходной информации для выявления и анализа проблем с использованием метода опроса проводился по следующим критериям:

- популярность технологий регистрации билетов и оформления багажа среди пассажиров;
- средняя продолжительность регистрации в совокупности с регистрируемым количеством человек в группе и классом обслуживания;
- наличие проблем, с которыми сталкиваются пассажиры на этапе регистрации билетов и оформления багажа, с их дальнейшей конкретизацией.

Согласно приведенным критериям, была разработана online-анкета, а также определено содержание и структура вопросов для интервьюирования.

Основными проблемами, выявленными в результате интервьюирования и анкетирования, стали следующие: неполнота инструкции по использованию стоек саморегистрации, отсутствие сотрудника, оказывающего помощь на стойках (киосках) саморегистрации, «невидимое» расположение контрольных весов для взвешивания багажа, отсутствие или нехватка мест для сидений в зоне регистрации.

Для анализа значимости проблем использовалась Диаграмма Парето. В таблице 1 отражены исходные данные для построения диаграммы Парето, полученные в результате online-анкетирования по следующему вопросу: «Укажите, с какими проблемами Вы столкнулись в процессе регистрации на рейс».

Исходные данные для построения Диаграммы Парето

№ п/п	Виды замечаний	Кол-во замечаний	Процент замечаний	Процент замечаний нарастающим итогом
1	Неполнота инструкции по использованию стоек саморегистрации	25	23,8	23,8
2	Отсутствие (нехватка) информации о возможности прохождения саморегистрации в аэропорту	20	19,0	42,8
3	В зоне регистрации отсутствовали (было недостаточное количество) места для сидения	15	14,3	57,1
4	Отсутствие возможности саморегистрации на рейс (кроме авиакомпании "Аэрофлот")	11	10,5	67,6
5	Вас обслуживал грубый и недоброжелательный персонал	7	6,7	74,3
6	Пребывание в очереди на регистрацию превысило 30 минут (для эконом-класса)	5	4,8	79,1
7	Агент не предоставил необходимую информацию по Вашим дальнейшим действиям в аэровокзале	5	4,8	83,9
8	Время регистрации превысило 1,5 минуты (для эконом- и бизнес-класса)	4	3,8	87,7
9	Прочие	13	12,3	100,0
	Итого	105		100

На основании исходных данных была построена Диаграмма Парето, из которой видно, что первостепенной проблемой, требующей незамедлительного решения, является неполнота инструкции по использованию стоек саморегистрации (рис. 2).

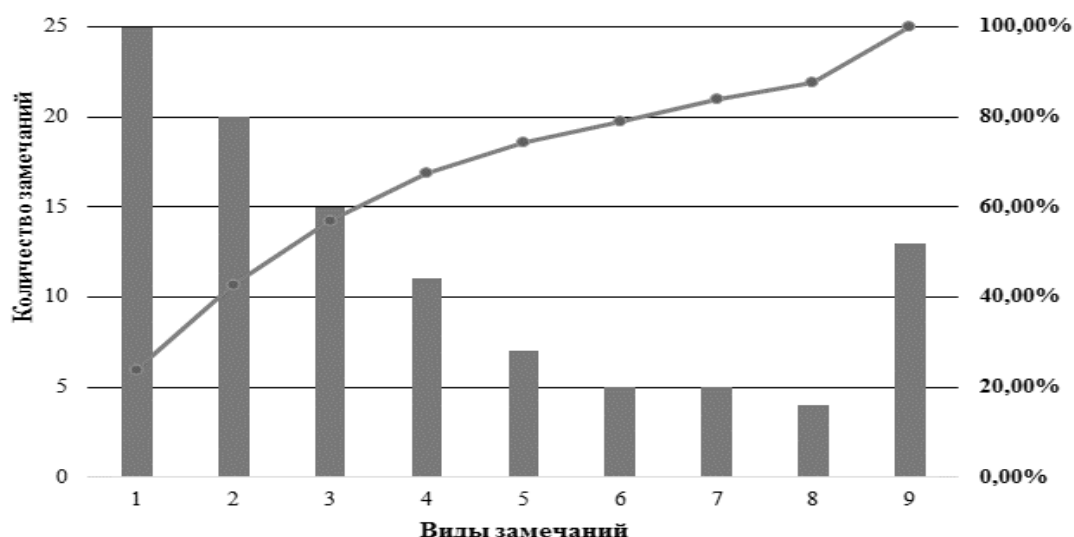


Рис. 2. Диаграмма Парето

В результате проведенного исследования, было выявлено 8 проблем, наиболее часто возникающих у пассажиров на этапе регистрации и оформления багажа в АО «МАВ», а также разработан ряд рекомендаций, направленных на их устранение или минимизацию.

Исходя из анализа данных, полученных в ходе исследования, можно сделать следующий вывод: проблемой, с которой пассажиры сталкиваются наиболее часто, являются «пробелы» в работе стоек саморегистрации, которые были описаны ранее.

Проанализировав данные, полученные в ходе исследования, были разработаны соответствующие рекомендации по устранению или минимизации выявленных проблем, возникающих на этапе регистрации пассажиров и оформления багажа в АО «МАВ»:

- для эффективной работы стоек саморегистрации рекомендуется разработать подробную инструкцию по их использованию;
- рекомендуется увеличить количество оповещений о возможности прохождения саморегистрации в аэропорту, установить яркий баннер;
- в зоне регистрации рекомендуется установить дополнительные места для сидений;
- необходимо установить программное обеспечение на стойках саморегистрации, позволяющее регистрировать пассажиров авиакомпаний, обслуживаемых АО «МАВ», с учетом их финансовых возможностей;
- для помощи пассажирам на стойках саморегистрации рекомендуется организовать рабочее место для сотрудников СОАП в зоне саморегистрации;
- для удобства пассажиров рекомендуется установить контрольные весы для взвешивания багажа в удобное, а главное «видимое» для пассажиров место.

Таким образом, некоторые точки процесса обслуживания пассажиров на этапе регистрации билетов и оформления багажа, как при традиционной, так и при инновационной технологиях обслуживания, являются затруднительными для пассажиров. Их выявлению способствует применение различных методов исследования, в том числе социологических и статистических. Апробация последних на базе АО «Международный аэропорт «Владивосток» позволила установить их жизнеспособность и эффективность и разработать рекомендации по устранению или минимизации проблем, выявленных в результате исследования, проведенного при помощи данных методов.

1. Вороницына Г.С. Технология перевозок на воздушном транспорте: учебное пособие. – Москва: МГТУ ГА, 2015. – 88 с.

2. Галямова Т.В. Организация перевозок на воздушном транспорте: тексты лекций. – Санкт-Петербург: СПбГУ ГА, 2018. – 135 с.

3. Романенко В.А. Организация и технология пассажирских воздушных перевозок: учебное пособие. – Самара: Самар. гос. аэрокосм. ун-т, 2004. – 100 с.

4. ГОСТ Р 50646-2012. «Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг».

5. Кропивенцева С.А. Организация и обслуживание пассажирских и грузовых авиаперевозок: учебное пособие. – Самара: изд-во СГАУ, 2015. – 72 с.

6. Бажов Л.Б. Воздушные перевозки: учебное пособие. – Ульяновск: УВАУ ГА, 2005. – 86 с.

7. Титарёв В.В. Система качества обслуживания пассажиров: внедрение показателей и их контроль. – Текст: электронный. – URL: <https://raedium.aero> (дата обращения 02.03.23).

8. Международный аэропорт Владивосток сообщает об итогах производственной деятельности за 10 месяцев 2022 года. – Текст: электронный. – URL: <https://vvo.aero/about/> (дата обращения 06.03.23).

УДК 658.3

АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ НА БОРТУ ВОЗДУШНОГО СУДНА НА ПРИМЕРЕ АО «АВИАКОМПАНИЯ «АВРОРА»

В.М. Черепанова

бакалавр

Е.А. Розанова

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена информационному обслуживанию на борту воздушного судна в контексте обеспечения безопасности. Рассмотрены существующие способы обеспечения безопасности в АО «Авиакомпания «Аврора». Выполнен анализ мнений авиапассажиров по их информированности по соблюдению правил поведения на борту воздушного судна, сформулированы рекомендации, и пред-

ложены мероприятия по совершенствованию обеспечения безопасности на борту воздушного судна для АО «Авиакомпания «Аврора».

Ключевые слова: безопасность, информированность, авиапассажир, воздушное судно, правила поведения на борту воздушного судна.

ANALYSIS OF SAFETY ON BOARD THE AIRCRAFT ON THE EXAMPLE AURORA AIRLINES JSC

This article is devoted to information services on board an aircraft in the context of security. The existing methods of ensuring security in JSC "Aurora Airlines" are considered. An analysis of the opinions of air passengers on their awareness of the need to comply with the rules of conduct on board an aircraft was carried out, recommendations were formulated, and measures were proposed to improve security on board an aircraft for Aurora Airlines JSC.

Keywords: safety, awareness, air passenger, aircraft, rules of conduct on board the aircraft.

Нарушения правил безопасности и пренебрежение к мерам пресечения нарушений безопасности на борту воздушного судна и в стенах аэропорта подрывают авторитет гражданской авиации, доверие к обеспечению безопасности полетов, что приводит к падению спроса на авиаперевозки, сокращению доходов и потере рабочих мест в аэропортах и авиакомпаниях [1]. Поэтому проблема разработки системы обеспечения безопасности очень важна для повышения уровня и качества авиационной безопасности в аэропортах и на воздушных судах. Актуальность работы заключается в введении в действие нового нормативного документа РИ-ГД-058 изд. 05, регламентирующего правила поведения авиапассажиров при предполетном досмотре и на борту воздушного судна АО «Авиакомпания «Аврора», возрастание угрозы террористических актов в связи с настоящей политической ситуацией в мире. Цель исследования: разработка мероприятий по обеспечению безопасности на борту воздушного судна для АО «Авиакомпания «Аврора». Предметом исследования является информационное обслуживание авиапассажиров в контексте обеспечения безопасности на борту воздушного судна. В работе использованы социологические методы исследования, такие как, включенное наблюдение, анкетный опрос, интервьюирование; метод системно-структурного анализа и библиографический метод [2].

Изучение проблем авиационной безопасности позволило выявить статистику нарушений, совершаемых пассажирами на борту воздушного судна, по данным отдела бортовых проводников АО «Авиакомпания «Аврора».

По результатам анализа установлены следующие информационные источники, регламентирующие обеспечение безопасности на борту воздушного судна: на официальном сайте авиакомпании <https://www.flyaurora.ru/information/passengers/safety/> пассажиры могут ознакомиться с тем, что строго запрещается в аэропорту в соответствии с РИ-ГД-058 изд. 05 утвержденной 13 июля 2022 года и введенной в действие с 27 июля 2022 года, на территории аэропорта авиапассажиры могут воспользоваться стендом с информацией о предметах, запрещенных к провозу на борту воздушного судна членами экипажа и пассажирами в зарегистрированном багаже и вещах, находящихся при пассажирах, на борту воздушного судна АО «Авиакомпания «Аврора» авиапассажиры могут ознакомиться правилами поведения пассажиров с помощью информационных буклетов, находящихся в каждом кресле [3].

Для выполнения исследовательской работы был проведен анкетный опрос среди авиапассажиров с целью выявления их информированности в контексте обеспечения авиационной безопасности. На рисунке 1 приведен фрагмент результатов анкетного опроса.



Рис. 1. В каком варианте информация о правилах поведения на борту воздушного судна была бы более доступна для Вас

По результатам анкетного опроса было установлено, что примерно 120 человек в день (2%) – не имеют представления о предметах, запрещенных к перевозке; почти половина опрошенных (47%) – не имеют официальной информации о предметах запрещенных к перевозке; значительная часть опрошенных (68,8%) – предпочитают получать информацию о запрещенных предметах с помощью sms-оповещения; большая часть пассажиров (80%) – не знают о мерах ответственности за нарушения правил поведения, при этом не имеют информации о наличии информационных буклетов на борту воздушного судна; при оценке общего уровня безопасности на борту воздушного судна – большая часть пассажиров оценила уровень безопасности в 5 баллов, тем не менее 8,7% поставили оценку 1[4].

По итогам анкетного опроса сформированы рекомендации по совершенствованию информированности пассажиров о безопасности на борту воздушного судна: разместить информацию о предметах, запрещенных к перевозке на борту воздушного судна на главной странице сайта в виде активной информации (рис. 2), в sms-оповещении (рис. 5); ввести в работу обновленные информационные буклеты на борту воздушного судна (рис. 3 и 4); разместить на официальном сайте АО «Авиакомпания «Аврора» инструкцию РИ-ГД-058 изд.5 в раздел «Полная версия Правил» и активной кнопкой «Ознакомится с правилами» после покупки билета онлайн.

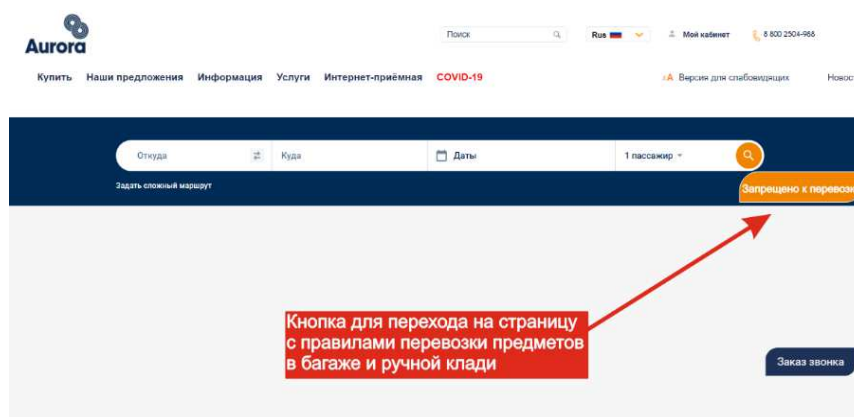


Рис. 2. Страница официального сайта «Купить» с изменениями

Информация, представленная на рисунке 2 привлечет внимание каждого потенциального пассажира совершающего покупку авиабилета на сайте АО «Авиакомпания «Аврора».

Используемые в настоящее время информационные буклеты, размещенные на борту воздушного судна АО «Авиакомпания «Аврора», наполнены большим количеством информации, которая представлена сплошным текстом и не привлекает внимание пассажиров для ее изучения. Исходя, из этого был разработан новый вид информационного буклета, представленный на рисунках 3 и 4, в который наряду с мерами пресечения добавлена статистика о нарушениях правил поведения пассажирами. Обновленный вариант информационного буклета выглядит красочнее, позволит в наибольшей степени акцентировать внимание на представленную информацию[5].



Рис. 3. Обновленный вариант информационного буклета (титовая сторона)

В случае нарушения перечисленных требований международного воздушного права и законодательство 166 государств (в том числе Российской Федерации), ратифицировавших Конвенцию «О преступлениях и некоторых других действиях, совершённых на борту воздушного судна» (Токио, 1963 г.), предусматриваю следующие санкции:



Рис. 4. Обновленный вариант информационного буклета (обратная сторона)

Внедрение предложенных мероприятий будет способствовать повышению обеспечения авиационной безопасности для пассажиров АО «Авиакомпания «Аврора».

1. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. Сервисная деятельность в обслуживании населения: учебное пособие. – Санкт-Петербург: Лань, 2018. – 192 с
2. Сервис для авиапассажиров // Студопедия [сайт]. – URL: Глава 10 СЕРВИС ДЛЯ АВИАПАССАЖИРОВ – Студопедия (studopedia.ru) (03.04.2023г.)
3. Авиационная безопасность // Википедия [сайт]. – URL: Авиационная безопасность. – Википедия (wikipedia.org) (05.03.2023.)
4. Закон РФ № 2446-1 «О безопасности» от 5 марта 1992 г. // КонсультантПлюс [сайт]. – URL: Закон РФ "О безопасности" от 05.03.1992 № 2446-1 (последняя редакция) \ КонсультантПлюс (consultant.ru) (10.12.2022г.)
5. Семиженко А.В. Авиационная безопасность и досмотр пассажиров путем профилактики актов незаконного вмешательства в деятельность гражданской авиации // Наука через призму времени. – 2020. – №12 (45).]

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

УДК 533.6.011.6

ВЫБОР НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНОГО СПОСОБА БОРЬБЫ С ГАЗОВЫМИ ГИДРАТАМИ В МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДАХ

А.А. Аликина
бакалавр
О.А. Тихонова
преподаватель

*Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

В данной статье были рассмотрены основные причины образования газогидратов в магистральных газопроводах, изучены и проанализированы основные методы и способы по предотвращению образования газовых гидратов, выявлен оптимальный способ для борьбы с газогидратами в магистральном газопроводе, принят ввод ингибиторов.

Ключевые слова: *газовые гидраты, ингибиторы, магистральный газопровод.*

CHOICE OF THE MOST OPTIMAL WAY TO DEAL WITH GAS HYDRATES IN MAIN PIPELINES

In this article, the main reasons for the formation of gas hydrates in main gas pipelines were considered, the main methods and methods for preventing the formation of gas hydrates were studied and analyzed, the best way to combat gas hydrates in the main gas pipeline was identified, and the introduction of inhibitors was adopted. Key words: gas hydrates, inhibitors, main gas pipeline.

Keywords: *gas hydrates, inhibitors, main gas pipeline.*

Гидратообразование характерно для всех магистральных газопроводов, за исключением тех газопроводов, по которым транспортируют осушенный газ с точкой росы паров воды ниже минимальной рабочей температуры. В условиях недостаточной осушки газа от паров воды, как правило, образуются гидраты. Так как гидраты могут закупорить частично или полностью, для таких процессов, как течение газа в газопроводе при наличии фазовых переходов, величину и скорость протекания процессов отложение твёрдой фазы на стенки трубопровода, а также теплообмен трубопровода с окружающей средой. Из-за этого, проблема образования гидратов весьма актуальна, для решения вопроса о безотказной работе магистральных газопроводов. Поэтому, в целях минимизации себестоимости добычи и транспорта газа, актуальной задачей является, совершенствование существующих и разработка новых методик раннего обнаружения, участков начала конденсации влаги и гидратообразования, учитывающие по возможности комплексное влияние основных процессов протекающих при эксплуатации газопроводов.

Как известно, условиями образования газогидрата являются, во-первых, наличие гидратообразователя, каковым является природный газ содержащий, влагу; во-вторых, низкая температура и высокое давление газа.

Поэтому для образования газогидрата на стенке трубопровода необходимо, чтобы ее температура была ниже или равна точки росы для влаги, содержащейся в газе. Большое количество газогидрата способно уменьшить внутреннее проходное сечение газопровода или вовсе закупорить его.

Существуют несколько методов борьбы с газогидратами:

1. Химический (ингибиторный).
2. Технологический (поддержание безгидратных режимов).
3. Физический [1].

Так же есть возможность подготовки газа, его осушка и охлаждение перед его подачей в магистральный газопровод. Цель этого процесса уменьшение влаги в газе, которая образует газогидраты.

Ликвидация гидратных пробок методом снижения давления.

Сущность этого метода заключается в нарушении равновесного состояния гидратов, в результате чего происходит их разложение. Давление снижают тремя способами:

1) отключают участок газопровода, где образовалась пробка, и с двух сторон через свечи пропускают газ;

2) перекрывают линейный кран с одной стороны и выпускают в атмосферу газ, заключенный между пробкой и одним из перекрытых кранов;

3) отключают участок газопровода с обеих сторон пробки и выпускают в атмосферу газ, заключенный между пробкой и одним из перекрытых кранов [2].

При отрицательных температурах по методу снижения давления в некоторых случаях не получают должного эффекта, так как вода, образовавшаяся в результате разложения гидратов, переходит в лед и образует ледяную пробку. В этом случае метод снижения давления используют в комбинации выводом в трубопровод ингибиторов. Количество ингибитора должно быть таким, чтобы при данной температуре раствор из введенного ингибитора и воды, получившийся при разложении гидратов, не замерзал.

Разложение гидратов снижением давления в комбинации с вводом ингибиторов происходит гораздо быстрее, чем при использовании каждого метода в отдельности. При образовании довольно обширной газогидратной пробки, распространена практика стравливания газа через продувные свечи и подача ингибитора в трубопровод. Однако данные мероприятия ведут к значительным загрязнениям окружающей среды, вследствие выброса большого количества углеводородов в атмосферу. На газоконденсатных шлейфах данный метод и вовсе не может быть применен, так как это повлечет выброс конденсата в окружающую среду и экологическому бедствию.

Также, в холодное время года, когда температура воздуха ниже 0, что характерно для промышленных крайнего севера, данная методика тоже не может быть использована, так как это повлечет к конденсации воды вследствие падения давления и последующему ее застыванию. В связи с этим, на некоторых месторождениях севера применяют метод одностороннего стравливания газа.

Вариант борьбы с газогидратной пробкой, когда стравливание газа невозможно либо нецелесообразно. Предлагается не сбрасывать газ, а наоборот увеличивать давление в шлейфе за гидратной пробкой путем поджатия. При этом давление между пробкой и запорной арматурой будет возрастать и выравниваться с давлением до зоны образования гидратной пробки. Это позволит значительно уменьшить дроссель-эффект в месте образования гидрата и снизить скорость роста пробки. Одновременно с увеличением давления на участке необходимо проводить обильную закачку ингибитора в шлейф. Под воздействием ингибиторов нарушаются структурные соотношения между молекулами воды и в результате изменяется энергия взаимодействия между ними. Следствием этого является снижение давления паров воды над ее поверхностью.

Давление паров воды, в которой растворен ингибитор, можно определить экспериментально или вычислить с помощью уравнений, описывающих термодинамические свойства растворов. Располагая уравнением, описывающим зависимость давления паров воды в присутствии ингибитора от температуры и его концентрации, можно вычислить с достаточно высокой для технологических расчетов точностью изменение равновесных параметров процесса гидратообразования.

В результате обработки многочисленных экспериментальных данных, полученных для различных ингибиторов, Гаммер-Шмидт предложил для гидратов природного газа эмпирическую формулу (2):

$$\Delta T = XM(100 - X),$$

где ΔT – снижение температуры гидратообразования;

K – константа, зависящая от типа конкретного ингибитора;

X – концентрация ингибитора, % (масс);

M – молекулярная масса ингибитора.

Следует отметить, что уравнение не учитывает количество ингибитора, насыщающего газовую фазу, и может использоваться с достаточной точностью только для ингибиторов с низким давлением насыщенного пара.

В результате многочисленных исследований в качестве ингибиторов гидратообразования были рекомендованы и использовались растворы хлористого натрия, этанола и аммиака, растворы хлористого кальция и метанола, гликолей и углеводородных жидкостей.

Предложенные в 40-х г. способы определения необходимого количества «ингибитора» позволяли вести борьбу с гидратами при давлениях до 5000 кПа в интервале температур от 268 до 285 К.

Существующие способы расчетов позволяли определять лишь допустимую концентрацию ингибитора в водном растворе, что приемлемо только для нелетучих ингибиторов.

На практике в качестве ингибиторов используются спирты и электролиты. Ингибиторы гидратообразования должны удовлетворять следующим требованиям:

- 1) как можно больше понижать температуру гидратообразования;
- 2) не вступать в реакцию с компонентами газо-жидкостного потока и не образовывать твердого осадка;
- 3) не повышать токсические свойства газов и продуктов сгорания;
- 4) не вызывать коррозию арматуры и трубопроводов;
- 5) полностью растворяться в воде и легко регенерироваться;
- 6) иметь низкую вязкость и давление паров;
- 7) иметь низкую температуру замерзания;
- 8) иметь низкую стоимость и быть доступными.

Ингибирование гидратообразования является одним из наиболее старых и наиболее распространенных способов борьбы с гидратами. В результате многочисленных исследований в качестве ингибиторов гидратообразования были рекомендованы и использовались растворы хлористого натрия, этанола и аммиака, растворы хлористого кальция и метанола, гликолей и углеводородных жидкостей. Для борьбы с газогидратами разработаны различные способы, так же и способы, использующие химические реагенты. Подобные реагенты называют антигидратными, либо ингибиторами газогидратов.

Ингибиторы газовых гидратов разделяют на ингибиторы гидратообразований и ингибиторы гидратоотложений (подразделение основано на механизмах действия ингибиторов). Под ингибиторами гидратообразований подразумевают вещества, которые или меняют термобарические условия формирования гидратов (ингибиторы в термодинамическом значении либо термодинамические ингибиторы), или каким-то способом воздействуют в скорость формирования гидратов в газожидкостном потоке (кинетические ингибиторы) [3].

Принцип работы термодинамического ингибитора гидратообразований состоит в понижении термодинамической активности вод в водном растворе и тем самым, в изменении равновесных условий формирования газогидратов. В качестве этих ингибиторов применяют водные растворы электролитов и неэлектролитов. Но при этом есть такие вещества, которые понижают активность воды в водном растворе и при этом участвуют в формировании смешанного газогидрата. По этой причине для подобных веществ обнаруживается порог их ингибирующего воздействия (т.е. приступая с определенной концентрацией ингибитора в водной фазе условия гидратообразования почти прекращают изменяться)

Ингибиторы образования гидратов – это вещества, сильно изменяющие (сдерживающие) скорость формирования газогидратов. К ним можно отнести некоторые водорастворимые полимеры и ПАВ [4].

Ингибиторы, это вещества, которые изменяют консистенцию массы гидрата, делая массу более текучей, из-за диспергирования газогидратов в газожидкостном потоке. Так же, эти вещества изменяют условия адгезии газогидратов ко внутренним поверхностям коммуникаций, это предупреждает отложения газогидратов ко внутренней стенке трубопровода.

Ингибиторы гидратообразования вводятся в поток газа на забой скважины без изменения температуры и давления газа в стволе скважины. Растворяясь в воде, имеющейся в потоке газа, ингибиторы снижают давление паров воды.

При этом если гидраты и образуются, то при более низкой температуре, чем в чистой воде. Ввод ингибиторов на уже образовавшиеся отложения гидратов также снижает давление паров воды, равновесие гидрат – вода нарушается, упругость паров воды над гидратом оказывается большей, чем над водным раствором, что и приводит к разложению гидратов.

Самым дешевым ингибитором в данное время является хлористый кальций. При правильной технологии приготовления хлористого кальция на промысле и эффективном его применении можно достигнуть значительной экономии средств и исключить использование вредного метанола [5].

В данной работе были рассмотрены основные причины образования газогидратов в газопроводах, изучены и проанализированы основные методы и способы по предотвращению образования газовых гидратов, выявлен оптимальный способ для борьбы с газогидратами в магистральном газопроводе-принят ввод ингибиторов.

Квеско Н.Г., Квеско Б.Б. Евразийский Союз Ученых 2015.// Ингибиторная защита оборудования от гидратообразования на газовых месторождениях Восточной Сибири

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «НИКО-ОЙЛ ДВ»

А.С. Гринева
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Настоящая статья посвящена анализу современного состояния и выявлению тенденций развития нефтегазовой отрасли Российской Федерации, оказывающие воздействие на деятельность ООО «Нико-Ойл ДВ». Сделан вывод о том, что в современных условиях нефтегазовый комплекс оказался в условиях ужесточения конкуренции на мировом рынке на фоне высокой волатильности цен на нефть и роста себестоимости добычи. Сложная макроэкономическая ситуация стала причиной дефицита финансовых средств. В ближайшие десятилетия в мировом распределении потребления различных энергоресурсов ожидаются заметные изменения. Для сохранения своей конкурентоспособности предприятия нефтегазового комплекса должны переопределить свои стратегии позиционирования на рынке энергоресурсов.

***Ключевые слова:** нефть, газ, объем добычи, объем рынка, конкурентоспособность организации, анализ М. Портера, PEST-анализ.*

TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE OIL AND GAS INDUSTRY IN RUSSIA, AFFECTING THE ACTIVITIES OF NIKO-OIL DV LLC

This article is devoted to the analysis of the current state and identification of trends in the development of the oil and gas industry of the Russian Federation, which have an impact on the activities of LLC Niko-Oil DV. It is concluded that in modern conditions, the oil and gas complex has found itself in conditions of tougher competition on the world market against the background of high volatility in oil prices and an increase in production costs. The difficult macroeconomic situation has caused a shortage of financial resources. In the coming decades, noticeable changes are expected in the global distribution of consumption of various energy resources. In order to maintain their competitiveness, oil and gas companies must redefine their positioning strategies in the energy market.

***Keywords:** oil, gas, production volume, market volume, competitiveness of the organization, M. Porter's analysis, PEST analysis.*

Проделанный стратегический анализ начинается с отраслевого анализа.

Целью отраслевого анализа является определение привлекательности отрасли и ее отдельных товарных рынков. Такой анализ позволяет понять структуру и динамику отрасли, характерные для нее возможности и существующие угрозы, определить ключевые факторы успеха и на этой основе разрабатывать стратегию поведения предприятия на рынке [1].

Для начала был произведен расчет реальной и потенциальной емкости рынка. Расчетный период – 2022 год; единицы измерения – тонны; территориальные границы реализации продукта – Приморский край.

Формула расчета реальной емкости рынка:

$$E_p = V_{ц.а.} * НП * V_{ср}, \quad (1)$$

где E_p – реальная емкость рынка;

$V_{ц.а.}$ – размер целевой аудитории (кто уже покупает);

НП – норма потребления продукции за отчетный период;

$V_{ср}$ – средний объем единицы продукции.

За размер целевой аудитории (Vц.а.) было взято количество контрагентов, с которыми были совершены сделки по продаже нефтепродуктов за 2022 год. Всего в 2022 году сделок по покупке с ООО «Нико-Ойл ДВ» совершило 98 контрагентов.

В качестве нормы потребления (НП) был принят годовой оборот вагонов с нефтепродуктами по вышеуказанным сделкам – 2816 вагонов. А за средний объем единицы продукции следует принят число 62, так как в среднем объем 1 вагона равен 62 тоннам. Итого, если перемножить все эти значения, то $E_p = 1\ 324\ 568$ тонн.

При расчете потенциальной емкости рынка мы также используем норму потребления и объем одной единицы, но вместо уже существующих потребителей мы берем всех, кто уже покупает и кто мог бы покупать, но по каким-то обстоятельствам не делает этого. Формула будет выглядеть вот так:

$$E_p = V_{\text{ц.а.}} * \text{НП} * V_{\text{ср}}, \quad (2)$$

где E_p – потенциальная емкость рынка;

$V_{\text{п.ц.а.}}$ – размер потенциальной целевой аудитории (кто еще не покупает, но мог бы);

НП – норма потребления продукции за отчетный период;

$V_{\text{ср}}$ – средний объем единицы продукции.

За потенциальную целевую аудиторию я взяла малые, средние и крупные предприятия производственной и промышленной отрасли Приморского края. Их получилось 516. Значит, E_p будет равна 90 089 472 тонны. То есть компании есть еще куда расти и какие цели ставить перед собой.

Если говорить о темпах роста отрасли, то доля нефтегазового сектора в ВВП России в I квартале 2022 г. составила 21,7%, следует из данных Росстата. Это рекорд за всю историю наблюдений за этим показателем (ведется с 2017 г.) В I квартале прошлого года вклад отрасли в ВВП составлял 17,3%.

Росстат начал публиковать данные в таком разрезе с 2021 г., в первом выпуске приводилась ретроспектива за последние 4 года. Служба включает в расчет показателя производство сырой нефти, природного газа и продуктов их переработки, транспортировку и продажу потребителю, а также вспомогательные услуги. Учитываются в том числе налоги: НДС, акцизы, таможенные пошлины, налоги на импортируемые товары и услуги для этого сектора. В этом году Росстат обновил методику расчета и перешел на публикацию ежеквартальных данных (раньше считали только годовые)[2].

В последний раз значение, близкое к рекорду, было зафиксировано во II квартале 2018 г., тогда доля этого сектора в ВВП составляла 21,5%. Минимальные значения были зафиксированы в 2020 г. – 12,6% в апреле – июне, когда из-за развала сделки ОПЕК+ цены на нефть тестировали исторические минимумы, а фьючерсы с ближайшими поставками даже уходили в отрицательную зону из-за переполненности хранилищ. В 2021 г. вклад нефтегазового сектора в ВВП составил 17,4% – это на 3,5 процентных пункта больше, чем в 2020 г. В 2018 г. значение составляло 20,7%, в 2017 г. – 16,6%.

Перспективы развития нефтегазовой отрасли России включают постоянное и экономически результативное возмещение внутренней и внешней потребности на углеводородное сырье, составление финансового спроса сфер отечественной экономики.

Опираясь на энергетическую политику Российской Федерации, дальнейшие перспективы развития нефтегазовой отрасли нуждаются в решении следующих вопросов:

- обеспечение восстановления ресурсной базы нефтегазовой промышленности;
- грамотное применение газовых и нефтяных запасов;
- безопасность энергетического комплекса;
- уменьшение расходов и потерь на всех стадиях производимых процессов;
- расширение количества отечественных нефтегазовых предприятий на иностранных рыночных площадках;
- качественная переработка полезных ископаемых;
- оставление и модернизация новых месторождений.

Перспективы развития нефтегазовой отрасли в России будут основываться на международных ценах, налоговых платежах, количествах внутреннего использования, продвижении транспортной сферы, технологических решениях в исследовании новых месторождений. Мировая стоимость углеводородного ресурса будет зависеть от степени развития международной экономики и активности введения других источников энергии [3].

Продвижение нефтегазовой индустрии в ближайшее время включает решение двух задач – это увеличение долговременной стабильности и эффективности проведения деятельности в данной отрасли. Сюда также входит предоставление требуемых инвестиций в нефтегазовую сферу, что даст возможность получить новые пути для экономического развития. Эти задачи полностью взаимосвязаны.

Нефтегазовый сегмент имеет большое значение в решении отечественных проблем и значительно зависит от развития и величины экономики [4].

Теперь стоит рассмотреть систему сбыта продукции. В «Нико-Ойл ДВ» пользуются непрямым-двухуровневым каналом сбыта. Это означает, что количество посредников в цепочке поставок не превышает двух. «Нико-Ойл ДВ» сначала закупает продукцию у поставщика, она перевозится ж/д путями с помощью ОАО «РЖД» или морским транспортом, затем продукция переваливается на нефтебазу, и с нефтебазы перевозится покупателю теми же способами. В некоторых случаях компания является продавцом, заключая договор о поставке нефтепродуктов с покупателями. А в других- организация является агентом между другим поставщиком и покупателем, заключая договор перевалки с поставщиком.

В нашем быстро развивающемся мире очень сложно оставаться «на плаву», так как конкуренция увеличивается. Чтобы предотвратить проблемы с конкуренцией, компании проводят анализ конкурентоспособности. Для данного анализа в «Нико-Ойл ДВ» использовалась модель «5 сил Портера». Она заключается в оценке возможных неблагоприятных событий, которые могут так или иначе оказать влияние на бизнес в будущем. Анализ проводится в разрезе 5-ти факторов, или так называемых сил. Анализ конкурентоспособности «Нико-Ойл ДВ» делался, учитывая его область работы – Приморский край.

5 сил Портера, влияющих на развития бизнеса:

- покупатели (клиенты);
- поставщики (если их нет, просто не учитываются);
- действующие конкуренты;
- новые конкуренты;
- товары-заменители.

В таблице 1 представлен общий вывод по анализу. В нем представлена оценка и описание влияния вышеупомянутых факторов, а также предложены направления работ для ослабления их влияния.

Таблица

Итоги анализа конкурентоспособности по методике «5 сил Портера»

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Влияние товаров заменителей	низкий	у компании высоко дифференцированный продукт	поддерживать и совершенствовать уникальность текущего товара; расширять целевую аудиторию.
Влияние внутрирыночной конкуренции	средний	рынок перспективный и высококонкурентный, конкурентов анализировать сложно, присутствуют ограничения в повышении стоимости продукта	улучшать качество клиентского сервиса; проводить мониторинг конкурентов; повышать уникальность продукта.
Влияние новых конкурентов	средний	на рынок не так просто зайти	рассмотреть возможность выхода на другие рынки.
Угроза потери действующих клиентов	средний	продукт не совсем уникальный, но качественный	улучшать качество продукта и клиентского сервиса; анализировать потребность целевой аудитории.
Влияние поставщиков	средний	существуют множество поставщиков, но есть проблема в ограниченности ресурса	расширять базу поставщиков.

Чтобы дополнить оценку конкурентоспособности, нужно выделить ключевые факторы успеха (КФУ). Выделяют различные виды КФУ: связанные с организацией производства, основанные на маркетинге, основанные на квалификации, связанные с организацией и управлением. Для компании ООО «Нико-Ойл ДВ» я выделила по каждому виду следующие факторы:

КФУ, связанные с организацией производства:

- низкие издержки производства;
- выгоды, связанные с местоположением предприятия;
- наличие доступа к квалифицированной рабочей силе;
- высокая производительность труда;
- экологичность производства;

КФУ, основанные на маркетинге:

- низкие издержки распределения;
- быстрая доставка;
- наличие партнерских отношений с независимой распределительной сетью;

КФУ, основанные на квалификации:

- наличие опыта в определенной технологии;
- эксперты в области технологии;
- нововведения в контроле качества;
- способность вывести на рынок новые продукты;

КФУ, связанные с организацией и управлением

- способность быстро реагировать на изменяющиеся условия;
- опытная в данной отрасли и сбалансированная управленческая команда.

Если говорить о привлекательности отрасли в целом, то нефтегазовая отрасль имеет достаточно большой потенциал и очень скоро потеряет свою привлекательность и необходимость. Ведь весь мир пользуется энергией, потребность в которой растет с каждым днем, в связи с развитием технологий. Существуют и альтернативные методы получения энергии, но они не могут производить ее в таких масштабах. Когда это станет возможно, конечно, нефтегазовая отрасль потеряет свою ценность. Но в ближайшие десятилетия она будет оставаться инвестиционно-привлекательной отраслью.

Далее был произведен анализ внешней среды организации. Для него был использован PESTLE-анализ (табл. 2).

Таблица 2

Матрица PESTLE-анализа для ООО «Нико-Ойл ДВ»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	во времени	по типу	по динамике	относительная значимость фактора	
Р Политические	N/F	-	=	very important	Политические факторы имеют не такое сильное влияние на стратегию, как могли, если бы компания работала по всей стране. Компания осуществляет свою деятельность в основном на территории Приморского края, но ее поставщики находятся по всей России. Поэтому данный фактор может влиять на поставку ресурсов и ее добычу. Также данный фактор может помешать компании выйти на новые рынки
Е Экономические	N/F	-	=	critical	Экономические факторы очень влияют на стратегию организации, так как увеличение цен на сырье может пагубно сложиться на торговлю компании
S Социальные	I	+	<	unimportant	Данные факторы не влияют на стратегию компании, так как практически все люди пользуются энергией, которая вырабатывается с помощью продукта, который поставляет предприятие
Т Технологические	N/F	+	>	important	Технологические факторы имеют достаточное влияние на развитие компании, так как появление новых технологий поможет компании создавать новые продукты, увеличивать их качество и клиентский сервис

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	во времени	по типу	по динамике	относительная значимость фактора	
Л Правовые	I	-	<	significant	Этот фактор не имеет сильного влияния на деятельность компании, так как эта деятельность не может быть противозаконной или как-то действовать против него
Е Экологические	N/F	-	>	critical	Экологический фактор очень сильно влияет на компанию, так как продукт, который продает организация очень не экологичен и любая ошибка в работе может сильно навредить экологии и самой организации. Поэтому компаниям в этой отрасли приходится рассчитывать все, чтобы их деятельность никак не навредила окружающей среде

В продолжении темы стратегий стоит определить функциональные стратегии, которые реализуются компанией. В ООО «Нико-Ойл ДВ» на данный момент реализуются следующие стратегии:

- финансовая стратегия;
- стратегия производства;
- инновационная стратегия;
- экологическая стратегия.

Все эти стратегии пересекаются в деятельности предприятия. Финансовая стратегия разработана для того, чтобы правильнее распределять доходы компании и регулировать издержки. Благодаря стратегии производства планируется повысить квалифицированность персонала, увеличить обороты производства и подготовить план действий в случае нестабильности. Инновационная стратегия направлена на повышение и поддержание статуса конкурентоспособности. Компания ищет новые методы для увеличения оборота, улучшения производства и качества продукции. Ну и одна из важных стратегий- экологическая. Она разработана для контроля экологической ситуации на предприятии, недопущения загрязнения окружающей среды продуктами, которые находятся в распоряжении компании.

1. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: учебник. – Москва: Омега-Л, 2019. – 472 с.

2. Доля нефтегазового сектора в ВВП России достигла рекорда в 2022 году – Текст: электронный // Ведущее деловое издание «Ведомости»: [сайт]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2022/07/20/932301-dolya-neftegazovogo-sektora>

3. Развитие нефтегазовой отрасли в России – Текст: электронный // Сайт международной выставки Нефтегаз-2023 от ЦВК «Экспоцентр»: [сайт]. – URL: <https://www.neftegaz-expo.ru/ru/articles/razvitie-neftegazovoj-otrasli-v-rossii/>

4. Перспективы развития нефтегазовой отрасли – Текст: электронный // Сайт международной выставки Нефтегаз-2023 от ЦВК «Экспоцентр»: [сайт]. – URL: <https://www.neftegaz-expo.ru/ru/articles/perspektivy-razvitiya-neftegazovoj-otrasli/>

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БОНОВЫХ ЗАГРАЖДЕНИЙ

А.А. Лапшин

бакалавр

А.П. Мельник

магистрант

О.А. Городников

старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Разливы нефти и нефтепродуктов на водной поверхности – это одна из важнейших проблем экологии. В статье рассмотрен самый часто применяемый метод локализации нефти и нефтепродуктов – использование боновых заграждений: аварийных, всплывающих, огнеупорных, постоянной плавучести, универсальных. Рассмотрены их строение, функции и способы применения. Проведен сравнительный анализ часто применяемых заграждений по их рабочим характеристикам.

Ключевые слова: боновое заграждение, локализация, экологически уязвимые участки, акватории.

COMPARATIVE ANALYSIS OF BOOMS

Oil and petroleum product spills on the water surface are one of the most important environmental problems. The article discusses the most commonly used method of localization of oil and petroleum products – the use of booms: emergency, pop-up, refractory, permanent buoyancy, universal. Their structure, functions and methods of application are considered. A comparative analysis of frequently used barriers according to their performance characteristics is carried out.

Keywords: booms, localization, ecologically vulnerable areas, water areas..

Проблемы экологии беспокоят человечество уже очень давно. Добыча и транспортировка нефти и нефтепродуктов является одним из наиболее опасных факторов, нарушающих равновесие водных экосистем. Особую опасность для экологии представляют утечки нефти и нефтепродуктов в реках, болотах, ручьях и т.д.

Повышение безопасности осуществляется за счет использования более эффективных средств локализации и ликвидации аварийных разливов. Наиболее распространенным средством для локализации нефти и нефтепродуктов на водной поверхности является боновое заграждение.

Боновые заграждения состоят из нескольких элементов:

- 1) надводной части, благодаря которой нефть не переклещивается через заграждение;
- 2) подводной части, препятствующей уносу нефти под заграждение;
- 3) груза, поддерживающего заграждение в вертикальном положении;
- 4) элемента продольного натяжения, который сохраняет конфигурацию заграждения в условиях ветра, течения и волн;
- 5) соединительных узлов, обеспечивающих соединение отдельных секций заграждения;
- 6) элемента, обеспечивающего крепление заграждение к якорям.

Боновые заграждения выполняют следующие функции:

1. Локализация нефти и нефтепродуктов для предотвращения их распространения по водной поверхности;
2. Целенаправленное изменение направления движения нефтяного пятна для дальнейшего сбора;
3. Отведение нефти и ограждение экономических или экологически уязвимых территорий.

Боновые заграждения делятся на типы:

- аварийные;
- всплывающие;
- огнеупорные;
- постоянной плавучести;
- универсальные.

Аварийные боновые заграждения применяются для локализации разливов нефти и нефтепродуктов, возникающих в аварийных ситуациях, например, при посадке судна на мель, прорыве трубопровода и тому подобное.

Всплывающие боновые заграждения используются для огораживания судна при перекачке нефти и нефтепродуктов. Данный тип заграждений устанавливается на дне акваторий портов на долгий промежуток времени. Обычно заграждение находится на дне в нерабочем состоянии для беспрепятственного перемещения водных средств передвижения, а когда судно готовится для проведения некоторых операций с нефтью и нефтепродуктами, боновые заграждения накачиваются воздухом и всплывают, ограждая судно.

Огнеупорные боновые заграждения применяются в тех случаях, когда сбор нефти и нефтепродуктов не представляется возможным, и единственным решением для их ликвидации является их сжигание. Данное боновое заграждение также предназначено для предотвращения распространения пожара.

Боновые заграждения постоянной плавучести применяются для локализации разливов нефти и нефтепродуктов в акваториях портов, затонах, водохранилищах, а также для оперативного ограждения судов при перекачке топлива.

Универсальные боновые заграждения состоят из двух соединенных между собой оболочек: воздушной и водонаполняемой. Принцип работы такого заграждения заключается в том, что две оболочки наполняются воздухом и водой, образуя барьер, не дающий нефтяному пятну распространяться, по окончании ограждения нефтяного пятна осуществляется сбор нефтепродуктов в водонаполняемую оболочку, вытесняя оттуда воду, и после такое боновое заграждение может быть отправлено на переработку.

Для более эффективного использования боновых заграждений необходимо устанавливать их под углом к направлению течения. Скорость течения не должна превышать 0,6 м/с, так как частички нефти вместе с водяным потоком будут проходить под заграждением.

В локализации и предотвращении распространения нефти и нефтепродуктов главную роль играет время. Чем больше проходит времени с момента разлива нефти, тем больше будет потрачено ресурсов на ее удержание. Время реагирования при использовании заграждений складывается из времени на обработку данных о разливе, времени на подготовку персонала и погрузку оборудования, следования к месту разлива и время на развертывание и установку оборудования.

На данный момент существует множество различных моделей боновых заграждений. Но самыми популярными заграждениями являются АО «АЦКБ», БЗ-14-00-00, УЖ-2М, Балеар-312 и Балеар-323. Характеристики этих боновых заграждений представлены в табл. 1. Для характеристики рассмотрены показатели: скорость течения, скорость ветра и высота волн, при которых сохраняется устойчивость заграждения, интервал рабочих температур, длина секции и высота экрана.

Таблица 1

Характеристика боновых заграждений

Характеристики	Тип бонового заграждения				
	АО «АЦКБ»	БЗ-14-00-00	Уж-2М	Балеар-312	Балеар-323
Скорость течения, м/с	0,25	0,5	1,5	1	1
Скорость ветра, м/с	12	10	12	10	10
Высота волн, м	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Интервал рабочих температур, °С	-30...+40	0...+40	-5...+35	-20...+70	-20...+70
Длина секции, м	20	100	50	50	10
Высота экрана, м: надводная подводная	0,15	0,2	0,20	0,25	0,37
	0,45	0,5	0,48	0,35	0,53

Оценка эффективности боновых заграждений приведена в табл. 2. Эффективность рассмотрена по таким рабочим показателям, как время подготовки заграждений к установке, время развертывания и крепления ограждения к воде, оптимальный угол установки для устойчивости на тече-

нии, максимальное усилие при перемещении заграждения, максимальное усилие удержания заграждения в рабочем положении.

Таблица 2

Оценка эффективности боновых заграждений

Наименование показателя	Результаты испытаний				
	АО «АЦКБ»	БЗ-14-00-00	Уж-2М	Балеар-312	Балеар-323
Время подготовки заграждений к установке, мин	60	60	60	60	60
Время разворачивания и крепления ограждения к воде, мин	30	30	25	25	25
Оптимальный угол установки для устойчивости на течении, °	30	30	35	26	26
Максимальное усилие при перемещении заграждений, кг	300	500	300	600	1650
Максимальное усилие удержания заграждения в рабочем положении, кг	200	220	230	250	760

Проанализировав данные таблиц 1 и 2, можно сделать вывод, что самым универсальным боновым заграждением является УЖ-2М. Данное заграждение обладает наибольшими значениями скорости ветра, течения и высотой волны, при которых сохраняется устойчивость заграждения, наибольший угол установки для устойчивости на течении. Но боновое заграждение УЖ-2М нельзя назвать самым лучшим потому, что каждая модель заграждения обладает своими преимуществами. Каждое боновое заграждение применяется в определенных эксплуатационных условиях.

1. Безопасность пересечений трубопроводами водных преград / Забела К.А. [и др.]. – Москва: Недра-Бизнесцентр, 2001.

2. Боновые заграждения постоянной плавучести БПП. – Текст: электронный. – URL: https://www.kogabel.ru/equipment/item_view/452096.html

3. Всплывающие боновые заграждения. – Текст: электронный. – URL: https://www.tzik.ru/articles/bonovie_zagragdeniya.html

Огнеупорные боновые заграждения. – Текст: электронный. – URL: <https://www.kron.spb.ru/products/bonovye-zagrazhdeniya/pyroboom/>

Современные методы и средства борьбы с разливами нефти / Вылкован А.И. [и др.]: Науч.-практ. пособие. – Санкт-Петербург: Центр-Техинформ, 2000.

УДК 66.0

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ САЛФЕТКИ ДЛЯ СОРБЦИИ И ЛИКВИДАЦИИ УТЕЧЕК НЕФТЕПРОДУКТОВ

Д.А. Ривный
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается проблема утилизации нефтепродуктов и способ решения данной проблемы методом использования сорбирующих материалов, а именно сорбирующих салфеток. Анализируются достоинства и недостатки сорбирующих материалов. Предлагается альтернатива сорбирующей салфетке в виде универсальной салфетки из человеческого волоса.

Ключевые слова: *нефтепродукты, утилизация, сорбенты, сорбирующие материалы, салфетка, нефть.*

UNIVERSAL WIPES FOR SORPTION AND ELIMINATION OF LEAKS OF PETROLEUM PRODUCTS

The article deals with the problem of utilization of petroleum products and a way to solve this problem by using sorbing materials, namely sorbing napkins. The advantages and disadvantages of sorbing materials are analyzed. An alternative to the sorbing napkin in the form of a universal napkin made of human hair is proposed.

Keywords: petroleum products, recycling, sorbents, sorbing materials, napkin, oil.

Россия имеет высокую степень актуальности по проблемам обезвреживания и утилизации нефтепродуктов, так как страна находится на одном из первых мест по добыче нефти, ее переработки и транспортировки. Поэтому не удивительно, что активное использование нефтепродуктов на различных мелких и крупных предприятиях, ведет за собой разлив или утечку нефтепродукта (бензина, масла, различных смазок и т.п.). Разливы на предприятиях в основном происходят из-за неправильного хранения, транспортирования или обращения с нефтепродуктами, которое может повлечь за собой проблемы различного характера.

Разлив или утечка нефтепродукта может произойти по разным причинам, например, не целостность упаковки или ее повреждение при транспортировке или при работе с ней. Также из-за несвоевременного обслуживания оборудования по хранению или обработке нефтепродукта при неправильном техническом обслуживании различного транспорта или систем также может произойти разлив.

И, чтобы ликвидировать место разлива нефтепродукта необходимо использовать различные сорбирующие материалы, такие как сорбент или специальные сорбирующие салфетки, которые в кратчайшее время должны быть распространены на место, где произошла утечка или разлив нефтепродукта для экологической безопасности, а также для здоровья работников предприятия за счет выбросов токсичных веществ.

Но для начала разберемся в сорбирующих материалах, в чем их достоинство и какие у них недостатки. Рассмотрим сорбенты для ликвидации разливов нефтепродуктов, это твердые материалы или жидкости, действие которых обеспечивает способность избирательного поглощения пагубного вещества из окружающей среды. С помощью сорбентов можно успешно ликвидировать разливы, как на территории производственных помещений, так и на открытых местностях в различных климатических условиях, что становится возможным благодаря их эксплуатационным возможностям. Также сорбенты подразделяются на:

Органические: являются перспективным в своем дальнейшем усовершенствовании и развитии.

Органически-минеральные: являются самым доступным сорбентом. По статистике 70 процентов от всего рынка занято именно минеральными сорбентами.

Синтетические: представляют собой средства, искусственно разработанные в лаборатории. Данный вариант считается наиболее эффективным, так как в сравнении с остальными типами сорбентов, он обладает более высокой поглотительной способностью.[1, с. 38–39].

Достоинством является простота применения и отсутствие необходимости сложной подготовки к эксплуатации. Недостатками можно выделить то, что нет универсальности, т.е. для различных видов поверхности необходимы свои сорбенты, которые лучше проявляют впитываемость на той или иной поверхности, а также дороговизна продукции для закупок на предприятие.

Также есть специальные сорбирующие салфетки, которые обеспечивают возможность в максимально краткие сроки устранить небольшое пятно нефтепродуктов, образовавшееся на воде или твердой поверхности. Достоинством является универсальность и удобство применения на предприятиях. Самым большим недостатком данного продукта является также как и у сорбента, это дороговизна в приобретении, а также в производстве.

И на все эти сорбирующие материалы предприятия тратят огромные суммы денег для закупок, что иногда приводит к экономически невыгодной работе предприятия.

Альтернативным решением для предприятий можно предложить такой сорбирующий материал, который является универсальной салфеткой, произведенный из человеческого волоса или из собачьей шерсти. Они позволят собрать разлитый нефтепродукт не хуже, чем сорбент. И чтобы доказать работу универсальных салфеток был проведен эксперимент.

В данном эксперименте была проведена нефтеемкость материалов, таких как человеческий волос, собачья шерсть и сорбент под названием «С-ВЕРАД БИО». Мы взяли Камчатскую нефть и сделали искусственный разлив продукта на различные типы поверхности, такие как твердая и сухая поверхность (**Бетон**) и на водной среде.



Рис. 1. Разлив нефти на твердой сухой поверхности



Рис. 2. Разлив нефти на водной среде

Далее были взвешены сорбирующие материалы до определённой массы, это составило 2 грамма. После взвешивания сорбирующие материалы были помещены на место разлива и оставлены для впитывания нефти на 2 минуты. После материалы были собраны и взвешены для дальнейших расчетов.



Рис. 3. Собачья шерсть на разливе



Рис. 4. Взвешивание сорбирующих материалов

Из проведенного эксперимента и полученных данных мы можем сделать вывод, представленный в таблице 1, что альтернативные материалы не хуже справляются с впитыванием нефти, чем сорбент, в некоторых условиях даже лучше.

Таблица 1

Среда проведения	Сорбционный материал		
	С-ВЕРАД БИО	Человеческие волосы	Собачья шерсть
Вода	35%	50%	50%
Твердая сухая поверхность	100%	66%	60%

Далее было изучена и опробована методика валяния для создания самих салфеток. После проведения всех подготовительных работ мы приступили к созданию салфеток.



Рис. 5. Готовая салфетка из человеческих волос

Достоинством данных салфеток является возможность повторного применения после отжима, являются полностью органическим сорбентом. Недостатком данных салфеток является сложность производства и утилизация только сжиганием в специальных камерах.

Вывод:

Из данного эксперимента следует, что универсальные салфетки малозатратны в изготовлении, из чего следует дешевизна самого продукта. Можно сделать вывод, что для предприятий это будет экономически выгодно и данные салфетки не требуют специального хранения. Также, так как эти салфетки являются полностью органическими, они могут спокойно использоваться повторно.

1. Комиссаренков А.А., Федорова О.В. Сорбционные технологии. Определение свойств сорбентов: учебно-методическое пособие для выполнения курсовой работы. – Санкт-Петербург: СПбГТУРП, 2015.

2. Грег С., Синг К. Адсорбция, удельная поверхность, пористость. – Москва: Мир, 1984

УДК 34.096

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМНОЙ УСТАНОВКИ ДЛЯ СБОРА МОРСКОГО МУСОРА

С.С. Татаренко

бакалавр

В.Э. Охоткина

канд. геогр. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье описывается проблема загрязнения морским мусором прибрежных городов актуальная проблема. Предложено решение проблемы морского мусора в результате разработки мусоросборной конструкции.

Ключевые слова: мусоросборная конструкция, морской мусор, гидрометеорологические характеристики, локализация мусора.

FORMATION OF A SYSTEM INSTALLATION FOR THE COLLECTION OF MARINE DEBRIS

The article describes the problem of pollution marine debris pollution of coastal cities is an actual problem. A solution to the problem of marine debris is proposed as a result of the development of a garbage collection structure.

Keywords: garbage collection structure, marine debris, hydrometeorological characteristics, garbage transportation.

В процессе природопользовательской деятельности неизбежно загрязнение окружающей среды отходами производства и потребления. Эта проблема весьма ярко проявляется в пограничных средах, где отмечается высокая концентрация населения, промышленности, биологических сообществ. В зарубежной литературе для твердых бытовых отходов, скапливающихся на побережье или в воде, принят термин «морской мусор», который и будет использоваться в настоящем докладе. Проблема загрязнения прибрежных вод морским мусором заставляет искать пути решения.

Морской мусор – мусор, выброшенный в море человеком или вынесенный туда ветром и находящийся там в плавающем состоянии. Морской мусор собирается в море на берегах, в бухтах и в центрах систем морских приповерхностных течений. Крупнейшие скопления образуют мусорные острова (или пятна), такие как Большое тихоокеанское мусорное пятно.

Одним из решений данной проблемы предлагается установка мусоросборной конструкции, которая была сконструирована инициативными студентами Владивостокского государственного университета.

Создание конструкции включает в себя следующие важные этапы:

1. Определение гидрометеорологических характеристик
2. Создание чертежа конструкции на системе автоматизированного проектирования (КОМПАС-3D)
3. Подбор материалов для изготовления конструкции
4. Тестирование прототипа.

Для успешного формирования системной установки для сбора мусора, необходимо провести анализ и идентификацию состава морского мусора. На основании проведённого мониторинга загрязнения прибрежно-морской зоны г. Владивостока, который проводился с 2007 года – по настоящее время, были сделаны следующие выводы: 50 % морского мусора составляет пластик, 25 % металл, 15 % стекло, 10 % прочее [1].

Основным принципом экономического регулирования в области обращения с отходами, в том числе с морским мусором является уменьшение количества отходов и вовлечение их в хозяйственный оборот.

Изучив исследования физико-географических характеристик Дальневосточных морей на портале “Единая государственная система информации об обстановке на мировом океане”, была взята роза ветров г. Владивостока в тёплое время года периодом 36 дней (рис. 1) [2, 3, 4].

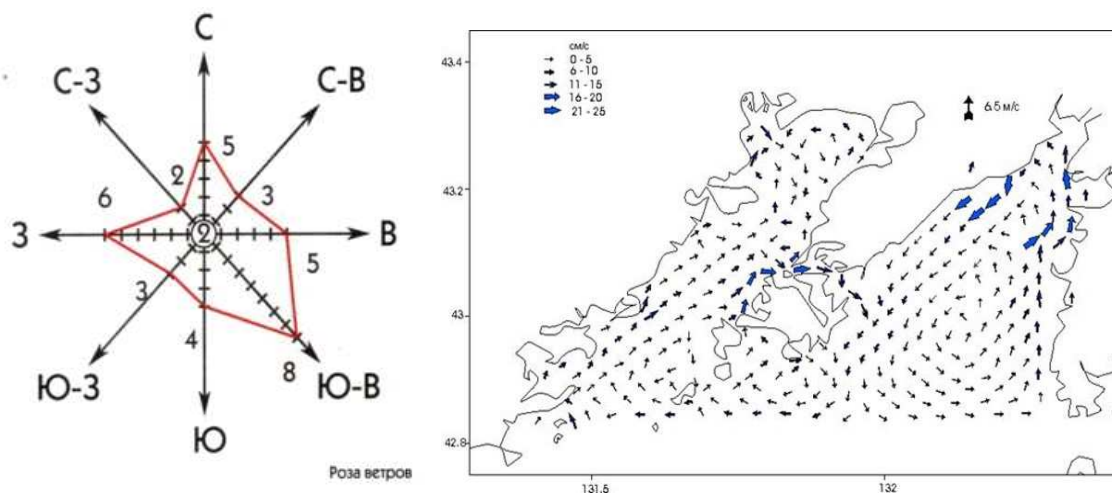


Рис. 1. Роза ветров и схема течений в заливе Петра Великого

На рисунке 1 видно, что в тёплый сезон года, в городе и прибрежных зонах Владивостока, преобладает юго-восточный ветер. Обратившись к исследованиям направлений течений вод заливов Петра Великого, можно сказать, как будет вести себя мусоросборная конструкция в зависимости от течения и ветра. Циркуляция вод в заливе Петра Великого формируется под влиянием постоянных течений Японского моря, приливо-отливных, ветровых и стоковых течений. В открытой части залива отчетливо прослеживается Приморское течение, которое распространяется в юго-западном направлении со скоростями 10–15 см/с.

Следующей неотъемлемой частью формирования системной установки для сбора мусора, является создание конструкции на системе автоматизированного проектирования КОМПАС-3D.

Являясь студентом института нефтегазового дела транспорта и логистики, мною были приобретены компетенции в использовании отечественной программы для проектирования, благодаря которым был создан чертёж, на котором изображены необходимые элементы конструкции (рис. 2), для её устойчивости на воде, и возможности локализовать мусор на участке, на котором расположена мусоросборная конструкция.

Благодаря своей изогнутой форме, установка для сбора мусора будет задерживать мусор, который будет прибывать течением к берегу. Для того, чтобы морской мусор не выходил за пределы локализуемого места установкой, на конструкцию устанавливается захватывающий элемент. После успешной локализации морского мусора, он собирается с захватывающего элемента мусоросборной конструкции, проходит идентификацию, после чего передаётся в соответствующие центры переработки.

Подбор материала для мусоросборной установки зависит от первоначального капитала конструирующих, в данном случае студентов, которые непосредственно занимаются формированием конструкции. Основа конструкции – плавающий элемент, рассматривались такие изделия и материалы как: ПЭТ бутылка, буй, труба сантехническая, пенополистирол. Для первого прототипа основным материалом являлась ПЭТ (полиэтилентерефталатовая) бутылка.

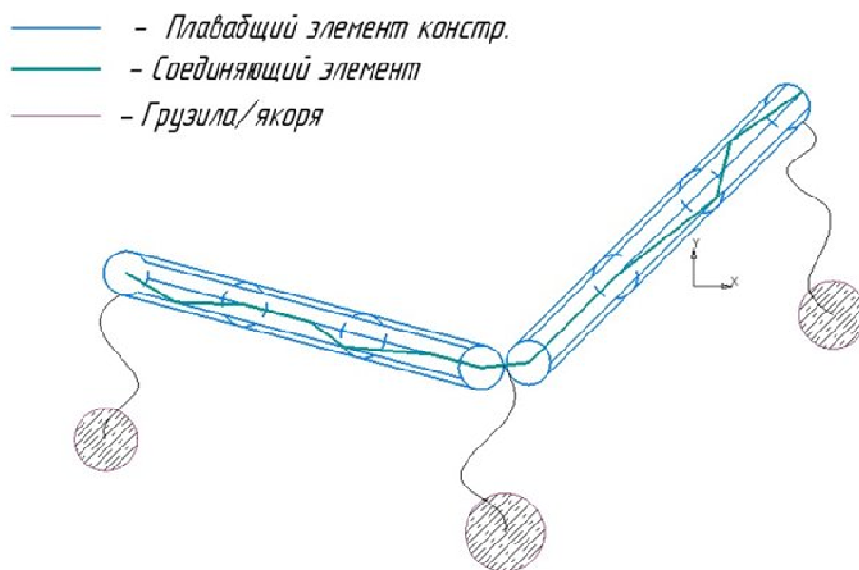


Рис. 2. Разработанный чертёж конструкции

После пройденных испытаний на воде, системную установку для сбора морского мусора можно использовать не только на прибрежных территориях г. Владивостока, а также на различных пресных водоёмах.

Заключение

В результате успешного формирования системной установки для сбора мусора, было бы целесообразным дальнейшее создание и использование подобных методов экологической защиты морей и водоёмов от морского мусора и прочих отходов. Путём локализации с последующим сбором мусора, происходит совершенствование системы обращения с морским мусором на побережье г. Владивостока. Таким образом решается одна из экологических проблем в нашем городе.

Проект, приведённый в статье, может сделать прибрежные территории гораздо чище, а также принести коммерческую прибыль, в результате переработки определённого морского мусора.

1. Anthropogenic Marine Litter on the Coasts of Primorsky Krai: 12-year analysis/ International science and technology conference "Earth science" IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 720 (2021) 012115/ P 148/ M V Vysotskaya, Ya Yu Blinovskaya and M V Vysotsky

2. Гидрометеорологические характеристики ДВ морей // ФГБУ ВНИИГМИ-МЦД Всероссийский научно-исследовательский институт гидрометеорологической информации – Мировой центр данных URL: <http://portal.esimo.ferhri.ru/portal/>

3. Пушной В.А Физико-географические характеристики залива Петра Великого // статья 2017, <https://infourok.ru/fizikogeograficheskie-harakteristiki-ussuriyskogo-zaliva-1993690.html>

4. Пономарев В.И., Салюк А.Н., Устинова Е.И., Каплуненко Д.Д. Современные климатические изменения в Японском море и прилегающих районах // Известия ТИНРО. 2000. Вып. 127, Т. 2. С. 20–36.

Секция. ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

УДК 330.34

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «МИР УПАКОВКИ»

Я.А. Безручко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье рассмотрены факторы внешней среды, оказывающие влияние на финансово-хозяйственную деятельность ООО «Мир упаковки». Стратегический анализ ООО «Мир упаковки» позволит определить внутренние возможности и потенциал организации, оценить ресурсный потенциал и положение на рынке, а так же определить конкурентные преимущества. Тем самым можно будет определить тенденции и перспективы развития компании.

Ключевые слова: модель «5 сил Портера», фаза жизненного цикла М. Вебера, среднеотраслевая прибыль, SNW-анализ, PEST-анализ, стратегический анализ.

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF ACTIVITY OF LLC «WORLD OF PACKAGING»

The article considers environmental factors that influence the financial and economic activities of LLC «World of Packaging». The strategic analysis of the World of Packaging LLC will allow you to determine the internal capabilities and potential of the organization, assess the resource potential and market position, as well as determine competitive advantages. Thus, it will be possible to determine the trends and prospects of the company's development.

Keywords: Porter's 5 Forces model, M. Weber's life cycle phase, average industry profit, SNW analysis, PEST analysis, strategic analysis.

Проводя анализ деятельности компании ООО «Мир упаковки», важно определить основные экономические характеристики отраслевого окружения, такие как:

- фаза жизненного цикла;
- реальный и потенциальный размер рынка;
- структура отраслевых издержек;
- система сбыта продукции;
- среднеотраслевая прибыль.

Фаза жизненного цикла определяет на каком этапе развития находится компания. М. Вебер в своей книге «Хозяйство и общество» выделяет и описывает 5 этапов жизненного цикла организации:

- 1) зарождение;
- 2) рост;
- 3) зрелость;
- 4) старость, смерть;
- 5) повторное возрождение (в редких случаях) [1].

В связи с тем, что ООО «Мир упаковки» планирует выйти на федеральный уровень, можно сделать вывод, что компания получает достаточное количество, как материальных ресурсов, так и человеческих. Исходя из этого, компания находится на этапе развития «рост», который характеризуется следующим образом: на данном этапе жизненного цикла компании происходит расширение ассортимента, освоение новых ниш и рынков. Продажи растут, и получаемая прибыль позволяет уже не пользоваться внешними источниками финансирования.

По-другому осуществляется и управление. Владелец фирмы и совет директоров берет на себя стратегическое планирование, а решение тактических задач уже возлагает на менеджеров среднего звена. Формируются основы организационной культуры, к выполнению всех процессов применяется формализованный подход, прописанный в регламентах компании.

Многие руководители считают необходимым на данном этапе приглашать специалистов со стороны (чтобы наладить процессы учета и контроля или даже передать профессионалам часть управленческих функций), компания привлекает внешних тренеров и регулярно проводит обучения для руководителей разного уровня.

Среднеотраслевая прибыль рынка упаковочной продукции на Дальнем Востоке

Среднеотраслевая прибыль организаций на Дальнем Востоке составляет 2 млрд руб.

Система сбыта упаковочной продукции в ООО «Мир упаковки» состоит из нескольких вариаций.

Первый вариант сбыта продукции для физических лиц:

1. Консультация в торговых залах;
2. Заявка от потенциального клиента;
3. Заключение договора;
4. Самовывоз или доставка.

Второй вариант сбыта для крупных заказчиков (юридические лица):

1. Комплексная консультация заказчиков;
2. При надобности разработка собственного стиля или формы в лаборатории бренда компании;
3. Составление и отправка коммерческого предложения потенциальному клиенту;
4. Определение сроков поставки;
5. Заключение договора;
6. Изготовление или закупка нужной упаковочной продукции;
7. Доставка.

ООО «Мир упаковки» также самостоятельно занимается поиском клиентов. Этим занимаются специалисты отдела продаж: менеджеры по работе с ключевыми клиентами, торговые представители и менеджеры по продажам.

Оценка степени конкуренции в ООО «Мир упаковки» по модели «5 сил Портера»

Анализ 5 сил Портера нужен для разработки долгосрочной стратегии развития бизнеса. Чаще всего модель применяют совместно с другими методами стратегического, маркетингового, финансового и экономического анализа компании: SWOT-анализом, матрицей БКГ, матрицей Маккинзи, PEST анализом и другими инструментам.

Смысл модели Портера состоит в том, что на рентабельность бизнеса влияет сразу несколько факторов:

1. давление поставщиков;
2. давление покупателей;
3. давление действующих конкурентов (внутренняя конкуренция);
4. угроза появления новых конкурентов; 5 товары-заменители (субституты).

Чем меньше давление сил Портера, тем больше у компании шансов получить высокую прибыль, и наоборот, чем больше давление, тем ниже рентабельность бизнеса [2].

Анализ 5 конкурентных сил Портера на деятельности ООО «Мир упаковки»

Оценка степени конкуренции по модели 5 сил Портера на основе деятельности компании ООО «Мир упаковки» представлена в табл. 1.

Таблица 1

Оценка степени конкуренции по модели 5 сил Портера

Сила	Выраженность риска	Степень влияния	Возможность решения	Итоговый рейтинг
Давление поставщиков	5	6	7	4
Давление покупателей	3	1	2	2
Давление действующих конкурентов	7	8	6	9
Угроза появления новых конкурентов	2	2	4	0
Давление товаровзаменителей	2	1	3	0

Давление поставщиков.

Компания имеет собственное производства упаковочной продукции, так же компания занимается экспортом упаковочной продукции из-за рубежа. Крупным поставщиком является Китай, на данный момент Россия состоит в дружественных отношениях с Китаем, проблем с транспортиров-

кой не возникает, менеджеры ВЭД работают эффективно и готовы к непредвиденным ситуациям и открытию других рынков для поиска нужных материалов и продукции. Иногда существуют проблемы с транспортировкой товара и поступлением его на склад, т.к. могут обещать доставить товар в одни сроки, а доставляют через неделю-две, что также отрицательно сказывается на рынке упаковочной продукции.

Давление покупателей

Так как ООО «Мир упаковки» считается достаточно дорогостоящей компанией, она компенсирует это своим сервисом, компания предоставляет упаковочные решения на самом наивысшем уровне, обволакивают покупателя и помогают ему грамотно подобрать нужную ему продукцию.

Давление действующих конкурентов

Данная сила является ключевым фактором для развития любой организации. У ООО «Мир упаковки» существуют крупные конкуренты, которые по оборотной прибыли являются более крупными организациями. На Дальнем Востоке компания является лидером, но в городах других регионов начала развиваться относительно недавно. Сейчас компания развивается в Сибири, и у нее есть много компаний конкурентов федерального уровня, поэтому развитие в новом регионе идет достаточно медленно.

Угроза появления новых конкурентов

Рынок Дальнего Востока, а в частности, города Владивостока постоянно развивается, проходят компании из центральных регионов России. Новым «игрокам» рынка придется очень долго и сложно завоевывать репутацию на рынке, а клиент в итоге будет обращаться уже к проверенным компаниям. Так как компания «Мир упаковки» на рынке Дальнего востока уже 25 лет, имеет определенный статус, и зарекомендовала себя у клиентов.

Давление товаров заменителей

Товаров заменителей в сфере упаковки очень много. Но компания «Мир упаковки» умеет быстро подстраиваться под тенденции рынка, ассортимент компании достигает почти 7000 наименований и не перестает расти.

Итоговый рейтинг по 5 силам Портера в деятельности ООО «Мир упаковки» составляет 10. Этот показатель является оптимальным уровнем для успешной деятельности, а также показывает, что компания может благоприятно развиваться на рынке.

Ключевые факторы успеха относительно ООО «Мир упаковки»:

1. Увеличение компетентности сотрудников. В компании налажена своя система обучения. «Мир упаковки» компенсирует обучения сотрудников за ее пределами, вышестоящие руководители постоянно повышают свой уровень на онлайн тренингах и выездных мероприятиях и т.д.;
2. Оперативное реагирование на возникающие проблемы;
3. Уважительное отношение к сотрудникам, создание хороших и комфортных условий труда;
4. Удержание благоприятного имиджа компании и репутации;
5. Притягательная презентация компании в виде рекламы на различных ресурсах;
6. Увеличение списка предоставляемых услуг и продукции;
7. Модернизация модели продаж и контроля качества.

SWOT – это комплекс маркетинговых и других исследований сильных и слабых сторон предприятия или конкретного объекта.

Преимущества и слабости можно рассматривать как критерии позиционирования фирмы или нового продукта на рынке. Поэтому проведем SNW-анализ, который используют при составлении бизнес-планов.

SNW-анализ ООО «Мир упаковки» представлен в табл. 2.

Таблица 2

SNW-анализ ООО «Мир упаковки»

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
1 Стратегия организации	X		
2 Организационная структура	X		
3 Общее финансовое положение, в том числе:		X	
3.1 состояние текущего баланса		X	

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
3.2 уровень бухучета	X		
3.3 финансовая структура	X		
3.4 доступность инвестиционных ресурсов (кредиты, размещение и т.д.) ценных бумаг	X		
3.5 уровень финансового менеджмента	X		
4 Конкуентоспособность продукции		X	
5 Структура затрат (уровень себестоимости)		X	
6 Информационная технология		X	
7 Инновации, как способность к реализации на рынке новых продуктов		X	
8 Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных и объективных факторов), в том числе:	X		
8.1 способность к лидерству 1-го лица		X	
8.2 способность к лидерству всего персонала		X	
8.3 способность к лидерству как совокупность объективных факторов	X		
9 Уровень производства (в целом), в том числе:		X	
9.1 качество материальной базы		X	
9.2 качество инженеров (ключевых производственных специалистов)	X		
9.3 качество рабочих (основное производство)		X	
10 Уровень маркетинга	X		
11 Уровень менеджмента (способность обеспечить рыночный успех)		X	
12 Качество персонала (в целом)		X	
13 Репутация на рынке	X		
14 Репутация как работодателя	X		
15 Отношение к органам власти (в целом), в том числе:		X	
15.1 с федеральным правительством		X	
15.2 с правительством субъекта федерации		X	
15.3 с органами местного самоуправления		X	
15.4 с системой налогового контроля	X		
16 Инновации как исследования и разработки			X
17 Степень вертикальной интегрированности		X	
18 Корпоративная культура	X		

Проанализировав таблицу можно сделать вывод, что как таковых слабых сторон нет, кроме сферы ИТ, сейчас в компании нехватка специалистов, но эта ситуация поправима, на данный момент рынок ИТ сферы не обширный, поэтому имеются свои трудности с подбором. Сильные стороны организации это: стратегия организации; организационная культура; финансовая структура и уровень бух. учета; репутация на рынке, уровень маркетинга и т.д. Нейтральных сторон больше чем сильных, но компания стремится к улучшению своего положения на рынке в целом, следовательно улучшает различные сферы ее функционирования.

На сегодняшний день одним из наиболее эффективных методов анализа рыночной ситуации является PESTEL-анализ. Данный анализ предназначен для стратегического прогнозирования, выявления и оценки факторов влияния [3].

Определение факторов PESTEL-анализа и их экспертная оценка с расставлением значимости представлена в табл. 3.

Факторы PESTEL-анализа деятельности ООО «Мир упаковки»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния факторов				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость факторов	
Политические	NN\F	--	<<	II	Политическая обстановка в стране закрыла некоторые рынки импорта нужных материалов и продукции.
Экономические	NN\F	--	_ =	SS	Колебания цен и уровень инфляции постоянно влияют на прибыль компании.
Социальные	NN\F	++	<<	UU	Общественное мнение, культура поведения людей, уровень жизни и т.д. непосредственно влияют на самих работников, чем лучше уровень жизни работников, тем лучше они работают
Технические	NN\F	--\+	==	SS	Постоянно развивающаяся сфера, нужно вовремя следить за новыми тенденциями и применять их, иногда переход на новые технические инструменты не проходит гладко, приходится затратить много времени и усилий,
Правовые	NN\F	++	==	UU	Законы о защите прав потребителей, законы о защите данных, трудовой кодекс, не соблюдение данных правовых актов может привести к серьезным последствиям.
Экологические	NN\F	--	>>	SS	Упаковка это не экологичная продукция, есть конечно и более экологичная, но в большей степени это пластик, который вредит природе.

На данный момент для компании «Мир упаковки» наиболее значимыми факторами являются политические, технические и экологические, но не смотря на их влияние компания ставит большие цели на развитие, и старается уменьшить их влияние, например, для уменьшения влияния экологического фактора компания организовала сбор и переработку батареек, так же сотрудники компании регулярно участвуют в акциях по очистке природы.

Проведенный стратегический анализ и изучение факторов воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, приблизиться к цели компании, перейти от статуса региональной компании к статусу федеральной. Большой опыт и отработка технологических процессов даст компании ООО «Мир упаковки» сохранить большую часть целевой клиентуры, несмотря на непростую ситуацию на рынке. Организация ООО «Мир упаковки» готова привлекать внешнее финансирование для развития и роста в других регионах. Предприятие готово привлекать внешнее финансирование на выполнение долгосрочных проектов. Предложим для открытия нового филиала в одном из городов СФО или расширению сети торговых залов, для повышения узнаваемости, так же в СФО и других городах России.

1. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. / Макс Вебер; [пер. с нем.]; сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – Перевод изд.: Weber Max. *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. 5. revidierte Aufl. Besorgt von Johannes Winkelmann. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), 1972. – 2000 экз. Т. I. Социология. – 445, [3] с.

2. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

3. Яковлева Т.М. Особенности проведения PESTEL-анализа // Вестник науки и образования. – 2017. – № 6 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-provedeniya-pestel-analiza> (дата обращения: 08.05.2023).

ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

О.Н. Каравичева, М.Ф. Валиев, И.Ш.-о. Сулейманов
бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Статья направлена на рассмотрение необходимости проведения стратегического анализа для предприятий оптовой торговли. Стратегический анализ является этапом предплановых исследований, на котором системно анализируются факторы внешней деловой окружающей среды и ресурсного потенциала предприятия для определения «текущего» состояния дел и выявления возможностей для его дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования.

Ключевые слова: стратегический анализ, внешняя среда предприятия, SWOT-анализ, PESTLE-анализ, 5 сил Портера.

APPROACHES TO CONDUCTING A STRATEGIC ANALYSIS OF WHOLESALE TRADE ENTERPRISES

The article is aimed at considering the need for strategic analysis for wholesale enterprises. Strategic analysis is a stage of pre-planned research, which systematically analyzes the factors of the external business environment and the resource potential of the enterprise to determine the "current" state of affairs and identify opportunities for its further successful development in a market economy.

Keywords: strategic analysis, external environment of the enterprise, SWOT analysis, PESTLE analysis, Porter's 5 forces.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что при данных условиях ведения бизнес-процессов на торговом оптовом предприятии, важно понимать значимость проведения стратегического анализа. Стратегический анализ является основным элементом стратегического планирования. Стратегический анализ выступает в качестве инструмента стратегического управления, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные ее направления, помогает вовремя выявить и устранить слабые стороны хозяйствующего субъекта, обернуть риски в достоинства и повысить конкурентоспособность организации.

Цель статьи – обозначить важность проведения стратегического анализа.

Для достижения поставленной цели выделены следующие задачи:

– исследуя 5 сил Портера, SWOT, PESTLE – методы на примере организации, продемонстрировать важность стратегического анализа;

– изучить необходимость анализа внешних факторов для предприятия оптовой торговли;

Анализ внешней среды приобретает большое значение для перспективной финансовой и хозяйственной деятельности компании, так как является основой обретения и формирования преимуществ среди конкурентов [1. с. 87].

Внешняя среда – это комплекс хозяйствующих субъектов, общественных, экономических и природных условий, межгосударственных и национальных структур, а также других внешних условий и факторов, действующих в окружении предприятия, и которые влияют на все сферы его деятельности.

Внешнюю среду обуславливают внешние факторы влияния. Внешними факторами являются условия, которые предприятие не в силах изменить, но должно отслеживать в своей работе. Этими факторами выступают правительство, потребители, экономические условия и т.д. Внешняя среда и ее факторы, возникающие в окружающей среде, оказывают или могут оказать воздействие на деятельность оптового предприятия, и поэтому и требуют принятия важных и правильных управленческих решений.

В связи со своей постоянной изменчивостью внешняя среда является областью постоянного беспокойства для предпринимателей.

В нем изучаются все аспекты, которые оказывают непосредственное воздействие на результаты деятельности организации [2, с. 256].

Оптовые торговые предприятия особенно подвержены нанесению урона от факторов внешней среды. Контрагенты – чаще всего предприятия розницы, которые ищут более выгодные по ценовой политике предложения от конкурентов, новых поставщиков с более богатым ассортиментным рядом. Не стоит забывать и о факторах, которые неподвластны контролю, такие как политические, экономические, однако при их постоянном анализе, можно заранее продумывать пути решения возникающих проблем на предприятии и оставаться на ведущих позициях среди конкурентов за счет осведомленности.

Рассмотрим пример стратегического анализа, затрагивающего внутреннюю и внешнюю среду.

Воспользуемся такими методами как анализ 5 сил Портера, SWOT, PESTLE-анализы на примере ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ».

Проведем в таблице 1 SWOT-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», который покажет оценку явлений и факторов, оказывающих на компанию [3 с. 57]

Таблица 1

SWOT-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Опыт работы на рынке более 20 лет – Широкий ассортимент продукции – Контракты с зарубежными партнерами – Бонусные программы 	<ul style="list-style-type: none"> – Нехватка коммуникаций, отсутствие постоянного информирования работников о результатах их труда – Не развита система мотивации кадров – Товары иностранные, а значит дороже среднего
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Освоение центрального региона России – Контракты с новыми поставщиками из-за рубежа – Улучшение системы мотивации и коммуникации работников 	<ul style="list-style-type: none"> – Невысокие доходы населения – Тяжелая ситуация с санкциями других стран – Усиление позиций компаний-конкурентов

Сильные стороны организации: большой и успешный опыт на рынке; широкий ассортимент продукции; контракты с зарубежными партнерами; бонусные программы.

Проблемное поле организации: нехватка коммуникаций среди работников; отсутствие информирования работников о результатах их труда; не развита система мотивации кадрового состава. Отметим слабые стороны с угрозами, которые необходимо решить:

1. Нехватка коммуникаций и отсутствие информации для работников о результате их труда, порождают проблему нецелостности картины о совместной работе у сотрудников, решения принимаются дольше, тем самым снижается преимущество среди конкурентов.

2. Неразвитая мотивационная система так же снижает преимущество перед конкурентами, так как ценные кадры могут переманить на лучшие условия работы.

3. Иностранные товары являются более качественными, нежели отечественные, как считают многие, однако из-за невысоких доходов населения, не каждый может позволить приобретение данных товаров за их более высокую цену, относительно произведенных в нашей стране.

Для определения факторов, влияющих на исследуемое предприятие, проведем PEST-анализ, показанный в табл. 2.

Таблица 2

Результаты PEST-анализа ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Фактор	Приоритет	Влияние на стратегию компании
Экономические	6	Влияние финансовой устойчивости
Политические	5,4	Наличие экономических санкций
Технологические	4,8	Влияние уровня развития технологий в сфере торговли
Социальные	3,4	Влияние социальной политики

Проведенный PEST-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», показал особенную значимость для оптовой торговой компании экономических и политических факторов.

Менее выраженным влиянием обладают технологические факторы, наконец, замыкает перечень социальные факторы.

Для оценки конкурентоспособности проведем в таблице 3 анализ «5 конкурентных сил» М. Портера

Таблица 3

Сводная таблица анализа «5 конкурентных сил» М. Портера

Сила / Оценка	Выраженность риска (значение)	Описание	Направление работ
Давление поставщиков	2 Средняя	Стабильность со стороны поставщиков	Сосредоточиться на устранении всех недостатков услуг
Давление покупателей	1 Низкая	Нет неудовлетворенности в предоставляемых товарах	Снижать воздействие ценовой конкуренции на услуги компании.
Давление действующих конкурентов	3 Средняя	Рынок организации является конкурентным и перспективным	Основные усилия организация должна направить на построении высокого уровня знания о товаре
Угроза появления новых конкурентов	4 Высокая	Высокий риск входа новых игроков, так как низкие барьеры входа	Для сохранения конкурентоспособности надо на постоянной основе проводить анализ существующих и появления новых конкурентов.
Давление товаров-заменителей	2 Средняя	Компания обладает таким предложением, аналогов которому на рынке немного	Рекомендуется придерживаться стратегии укрепления уникальности товаров, даже в период сложностей с заграничными поставками

По результатам оценки «5 конкурентных сил» М. Портера, можно сделать вывод, компания ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» уверенно поддерживает свое положение среди конкурентов в отрасли и все силы не несут большие угрозы для компании. Самой высокой угрозой выделена сила угрозы появления новых поставщиков. Рынок России стремительно развивается и появляются новые игроки, которые в свою очередь входят в бизнес подготовлено.

Учитываются слабые и сильные стороны существующих конкурентов, особенность отрасли и сбыта, прорабатываются управленческие решения с целью опережения устойчивых предприятий.

Такие процессы важно контролировать на любом этапе развития организации, в том числе крупному и успешному бизнесу.

Ресурсы ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» позволяют успешно функционировать с результатами её влияния.

Главными конкурентами ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» являются торговые компании, такие как: «Летуаль»; «Зайчики»; мелкие магазины.

Доли компаний торговли азиатскими товарами на рынке ПК продемонстрированы на рис. 1.

Доли компаний на рынке торговли азиатскими товарами в ПК

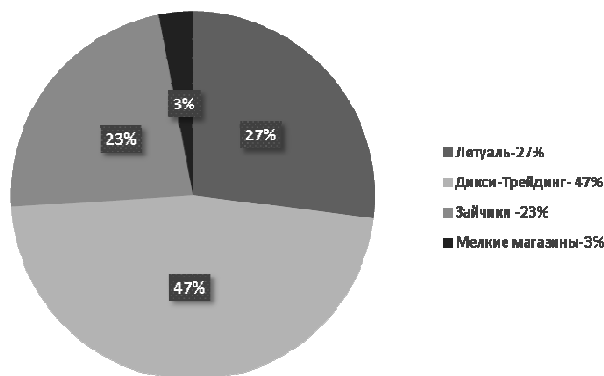


Рис. 1 Доли компаний на рынке торговли азиатскими товарами в ПК

Рассмотрим статистику по данным Росстата по ситуации на рынке торговли азиатскими товарами в России и Приморском крае [4]



Рис. 2. Оборот розничной торговли азиатскими товарами в ПК

Исходя из выше представленной диаграммы, можно сделать вывод о том, что оборот розничной торговли с каждым годом увеличивается, как в России в целом, так и в Приморском крае, что является хорошим показателем развития [5 с. 134].

Данная положительная динамика характерна и для общей ситуации в отрасли для исследуемого предприятия.

Проведем SNW-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», компания является оптовым предприятием-поставщиком в Россию косметических товаров, бытовой химии, товаров для дома и продуктов питания японского и корейского производства.

SNW-анализ это анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации.

Таблица 4

SNW-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Описание фактора	Качественная оценка		
	S-сильная сторона	N-нейтральная сторона	W-слабая сторона
Стратегия организации	X		
Организационная структура		X	
Экономическое положение и состояние	X		
Информационные технологии		X	
Конкурентоспособность продукции	X		
Система сбыта	X		
Степень руководства и менеджмента		X	
Уровень маркетинга		X	
Применение IT технологий			X

Исходя из таблицы 4 можно сделать вывод, что слабой стороной компании является применение IT-технологий. Предприятию следует внедрить новые технологии и тем самым упростить работу сотрудников и сделать большой вклад в развитие организации. Так же на рынке сейчас сложности со специалистами IT-сферы, квалифицированные кадры проблематично найти, однако компания работает над этим, улучшая условия работы и ставку, для привлечения кадров.

Проанализировав полученные результаты, можно сказать следующее. Организация ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» занимает устойчивое положение среди конкурентов.

Однако имеет проблемы с социальной стратегией внутри организации и напряженную ситуацию в стране по политическим соображениям, которая в любой момент может ударить по поставкам товара и ассортименту компании в целом. На данный момент ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» успешно справляется с возникающими сложностями благодаря постоянному улучшению методов поставок зарубежных товаров, налаживанию отношений с новыми азиатскими контрагентами и поиску товаров-заменителей для стабильного поддержания ассортиментного ряда.

Проведенное изучение факторов, воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, открыть филиал или новую фирму, увеличить ассортимент товаров. Большой опыт работы ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» поможет осуществить совершенствование в социальной стратегии предприятия, увеличив удовлетворенность работников и создав фундаментальную систему мотивации для дальнейшего развития и привлечения кадрового состава. Таким образом можно сделать вывод, что систематический стратегический анализ оптового предприятия нужно и важно проводить. Это помогает выявлять «узкие» места предприятия, быть подготовленным к возникающим проблемам из внешней и внутренней среды и держать высокие конкурентоспособные места на рынке.

Стратегический анализ – ценный инструмент в руках предпринимателей.

1. Алексеенко, Н.В. Мониторинг как инструмент устойчивого развития предприятия // Образование, культура и вызовы современности. – 2020. – С. 88–91.

2. Лясников Н.В. Стратегический менеджмент. – Москва, 2020. – 256 с.

3. Измалкова С.А. Стратегический анализ: современная концепция менеджмента: – Орел: ФГБОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК», 2021. – 57 с.

4. Оборот торговли. – Текст: электронный. – URL: rosstat.gov.ru

5. Когденко В.Г. Отраслевой анализ. – Москва: Magister(Юнити-Дана), 2021. – 134 с.

УДК 330.34

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ДВКА «УСПЕХ»

А.В. Нестерова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье исследованы факторы микро и макро среды, оказывающие воздействие на деятельность ООО «ДВКА «Успех». Анализ конкурентоспособности компании и группировка факторов, воздействующих на ее деятельность, дают возможность в развитии организации, повышении ее конкурентных преимуществ, успешном формировании стратегического плана.

Ключевые слова: *микросреда, макросреда, конкурентоспособность, стратегический анализ, анализ М. Портера, SNW-анализ, PEST-анализ.*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT ON THE ACTIVITIES OF LLC «DVKA «SUCCESS»

The article examines the factors of micro and macro environment that affect the activities of LLC «DVKA «Success». The analysis of the company's competitiveness and the grouping of factors affecting its activities make it possible to develop the organization, increase its competitive advantages, and successfully form a strategic plan.

Keywords: *microenvironment, macroenvironment, competitiveness, strategic analysis, M. Porter's analysis, SNW analysis, PEST-analysis.*

Для успешного развития любой компании имеет ключевое значение система ее взаимодействия с внешней и внутренней средой. На основе этих знаний определяется конкурентоспособность компании, ее положение на рынке, в том числе, среди ключевых конкурентов. Анализ данных факторов позволяет компании не только наращивать свои конкурентные преимущества, но и закладывает фундамент ее развития на дальнейшую перспективу, то есть позволяет на основе полученной информации определяться с направлением стратегии ведения своей деятельности, выстраивать качественный стратегический план. Все это в совокупности определяет как долго и как успешно просуществует компания на рынке [1].

Основная цель данного анализа заключается в определении влияния на компанию факторов микро и макросреды. Микросреда предприятия состоит из субъектов, с которыми компании при-

ходится напрямую взаимодействовать в процессе своей работы. Эти субъекты оказывают влияние на ее способность эффективно действовать на рынке. Другое название микросреды – среда прямого воздействия. Ее основные элементы – это потребители, поставщики, посредники, конкуренты, местные органы власти, общественные организации и другие контактные аудитории. Микросреда является специфической для каждой отдельно взятой организации и зависит от вида ее деятельности, места нахождения и других индивидуальных характеристик.

Макросреда организации – это совокупность факторов непрямого воздействия. Макросреда создает общие условия функционирования предприятия и не является уникальной для отдельных организаций. В макросреде принято выделять следующие составляющие: экономическую, политическую, правовую, научно-техническую (технологическую), социально-культурную и природную (экологическую) среду [2].

На примере ООО «ДВКА «Успех» будут показаны методы оценки влияния факторов внешней и внутренней среды компании. ООО «ДВКА «Успех» является единственным консалтинговым агентством на Дальнем Востоке полного цикла, то есть оказывает полный спектр услуг в области работы с персоналом (подбор, оценка персонала, в том числе ассесмент-центры, разработка и внедрение персонал – технологий, мониторинги рынка труда, зарплата и т.д.). Также ООО «ДВКА «Успех» проводит стратегические и коучинговые сессии, организует мероприятия и конференции с приглашенными спикерами.

ООО «ДВКА «Успех» функционирует на современном, постоянно развивающемся и увеличивающемся рынке. Этот рынок становится все более востребован в наши дни, чек за консалтинговые услуги растет, следовательно, конкуренция будет расти. Поэтому стратегический анализ, анализ конкурентоспособности и факторов среды играет первостепенную роль в деятельности компании.

Для полной картины анализа влияния факторов макросреды были использованы два метода. Сначала был проведен PEST-анализ, показанный в табл. 1. Он необходим для оценки внешней среды компании.

Таблица 1

Результаты PEST-анализа ООО «ДВКА «Успех»

Факторы внешней среды	Относительная значимость влияния фактора				Влияние на стратегию компании
	По времени	По типу	По динамике	Относительная значимость фактора	
Политические	1	1	1	-1	Внутренняя государственная и налоговая политика
Экономические	5	3	3	+1	Влияние финансовой устойчивости
Социальные	4	1	2	+1	Уровень дохода и активности потребителей
Технологические	2	1	1	-1	Уровень инноваций в отрасли

Проведенный PEST-анализ ООО «ДВКА «Успех», показал особенную значимость для компании таких факторов как экономические и социальные. В экономической сфере на компанию очень влияет уровень ее финансовой устойчивости, так как большие расходы, которые зачастую стоят почти наравне с выручкой, несут большую угрозу в случае каких-либо непредвиденных событий. Компания часто оказывается в тяжелом финансовом положении, если проект оказался не реализован, как планировалось, а затраты по нему высоки и должны быть оплачены. Также большое влияние имеют социальные факторы, некоторые клиенты и владельцы бизнесов, имея проблемы с доходами, перестают обращаться к подобному типу компаний за услугами. Влияет также степень активности клиентов, их спросе, хоть он сейчас и является высоким, за счет роста и развития рынка консалтинговых услуг, его спад напрямую отразится на деятельности компании. Менее выраженным влиянием обладают политические факторы, наконец, замыкают перечень технологические факторы.

В вопросе стратегического анализа необходимо исследовать не только внутреннюю, но и внешнюю среду компании. Именно это позволяет выявить все возможности и угрозы бизнеса в перспективе.

Следующим методом для анализа конкурентоспособности в отрасли и оценки потенциальных рисков ООО «ДВКА «Успех» была использована модель «5 сил конкуренции Портера». Она представлена в табл. 2.

Таблица 2

Модель «5 сил конкуренции Портера»

Сила/оценка	Оценка наличия	Оценка негативного влияния	Возможности парирования	Итоговый рейтинг
Имеющиеся конкуренты	8	7	6	9
Угроза появления новых игроков	5	2	5	2
Угроза появления товаров-заменителей	3	4	5	2
Власть поставщиков	3	5	7	1
Власть потребителей	2	5	6	1

Из полученных данных можно сделать следующие выводы. ООО «ДВКА «Успех» имеет высокую степень конкурентоспособности в своей отрасли. На самом минимальном уровне влияния по итогам оказывается власть поставщиков и потребителей. Касаемо власти потребителей можно сказать, что фактор ее наличия довольно низок, перед компанией на данный момент не стоит угроза. Безусловно, власть спроса на услуги является очень важной для подобных компаний, однако при росте популярности рынка консалтинговых услуг, клиентская база периодически пополняется. При этом, о ее важности не следует забыть, ведь, если на курсы, мероприятия и прочие услуги, которые организывает компания, не будет набираться достаточно потребителей, услугу не получится выгодно реализовать. Но несмотря на это негативное влияние, степень возможности парирования оказывается все равно выше, связано это с тем, что компания не только имеет каналы для привлечения дополнительных клиентов, осваивает новые рынки, но и имеет свою устоявшуюся группу клиентской базы, которая представляет собой постоянных клиентов, наработанных за долгие годы. Также следует упомянуть и наличие партнеров компании.

Чуть более высоким влиянием обладают угрозы появления новых игроков и товаров-заменителей. Объясняется это тем, что на рынке уже устоялась небольшая группа конкурентов с их услугами, в условиях присутствия которых на этой нише компания уже приспособилась существовать. Также следует отметить, что ООО «ДВКА «Успех» за счет своей уникальности в том, что является единственным на Дальнем Востоке агентством полного цикла, может оказать полный спектр услуг в области работы с персоналом, остается на лидирующих позициях.

Ну и наиболее высокий уровень влияния показывают имеющиеся конкуренты. Факт их наличия на рынке принимает высокое значение, так как они, как было сказано выше, представляют собой компании, давно устоявшиеся на рынке со своей большой базой. Их негативное влияние также высоко, потому что часто эти базы пересекаются с базой ООО «ДВКА «Успех». Возможность парирования чуть ниже, но она есть, за счет того, что компания обладает своей крепкой базой и постоянно ищет необычные пути реализации услуг, новые форматы услуг, новые виды услуг в целом. ООО «ДВКА «Успех» находится в постоянном поиске путей развития

В таблице 3 был проведен анализ микросреды ООО «ДВКА «Успех» с использованием SNW-анализа. SNW-анализ помогает проанализировать внутреннюю среду организации и повысить ее конкурентоспособность. Он показывает состав и иерархию подразделений, как работает фирма, какие процессы происходят внутри [3].

Таблица 3

SNW-анализ ООО «ДВКА «Успех»

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
1 Стратегия организации	X		
2 Организационная структура	X		

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
3 Общее финансовое положение, в том числе:			
3.1 состояние текущего баланса		X	
3.2 уровень бухучета	X		
3.3 финансовая структура	X		
3.4 доступность инвестиционных ресурсов (кредиты, размещение и т.д.) ценных бумаг	X		
3.5 уровень финансового менеджмента	X		
4 Конкуреноспособность продукции		X	
5 Структура затрат (уровень себестоимости)			X
6 Информационная технология	X		
7 Инновации, как способность к реализации на рынке новых продуктов	X		
8 Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных и объективных факторов), в том числе:			
8.1 способность к лидерству 1-го лица	X		
8.2 способность к лидерству всего персонала	X		
8.3 способность к лидерству как совокупность объективных факторов		X	
9 Уровень производства (в целом), в том числе:			
9.1 качество материальной базы	X		
9.2 качество ключевых ведущих специалистов	X		
9.3 качество работников	X		
10 Уровень маркетинга	X		
11 Уровень менеджмента (способность обеспечить рыночный успех)	X		
12 Качество персонала (в целом)	X		
13 Репутация на рынке	X		
14 Репутация как работодателя		X	
15 Отношение к органам власти (в целом), в том числе:			
15.1 с федеральным правительством			X
15.2 с правительством субъекта федерации			X
15.3 с органами местного самоуправления		X	
15.4 с системой налогового контроля	X		
16 Инновации как исследования и разработки			X
17 Степень вертикальной интегрированности		X	
18 Корпоративная культура	X		

По результатам SNW-анализа ООО «ДВКА «Успех» можно сделать вывод о том, что компания в большей степени является высококонкуреноспособной, так как преимущественно факторы анализа составляют группу сильных сторон. Компания имеет сильную стратегию и организационную структуру, имеет в целом устойчивое финансовое положение, показывает высокую способность к лидерству как руководителей, так и рядовых сотрудников, в том числе, благодаря настроенной на

это развитой корпоративной культуре. Компания открыта к реализации на рынке новых продуктов, активно повышает уровень технологий и маркетинга. Имеет слабую связь с наивысшими органами власти, однако напрямую связана с налоговым контролем, также, занимаясь постоянным подтверждением своей лицензии на образовательные услуги через органы местного самоуправления. Слабой является структура затрат за счет повышенных расходов на реализацию услуг компании. Конкурентоспособность продуктов находится на среднем уровне, так как их качество хоть и находится на достойном уровне, на уровень спроса клиента влияют сильные конкуренты.

-
1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ: учебник и практикум для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2023. – 469 с.
 2. Ковальчук С.В. Маркетинг: учебник для студ. вузов. – Москва: А-Приор, 2021. – 192 с.
 3. Бронникова Е.М., Дымова С.С. Методика SNW-анализа как компонент SWOT-анализа деятельности организации // Бизнес и дизайн ревю. – 2020. – № 2 (18). – С. 2.

УДК 314.74

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФИНАНСОВОЙ АРЕНДЫ

Э.В. Пальмина, Э.А. Че, Р.Р. Денисламов
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Финансовая аренда является одной из наиболее популярных услуг в современном бизнесе. Она позволяет компаниям получить доступ к необходимым ресурсам, не связывая себя долгосрочными обязательствами, и при этом сохранять ликвидность и гибкость. Кроме того, финансовая аренда может быть более выгодной, чем традиционное кредитование в банках. Однако, как и любой рынок, рынок финансовой аренды постоянно меняется и развивается. Поэтому важно следить за его тенденциями и новыми направлениями, чтобы правильно оценить возможности и риски при использовании этой услуги.

Ключевые слова: состояние рынка лизинга, финансовая аренда, лизинг, анализ рынка лизинга, тенденции развития рынка.

INTERNATIONAL MIGRATION IN CONTEMPORARY RUSSIA: EASTERN CONTEXT

Financial lease is one of the most popular services in modern business. It allows companies to get access to the necessary resources without binding themselves to long-term obligations, and at the same time maintain liquidity and flexibility. In addition, financial leasing can be more profitable than traditional lending in banks. However, like any market, the financial rental market is constantly changing and developing. Therefore, it is important to follow its trends and new directions in order to correctly assess the opportunities and risks when using this service.

Keywords: The state of the leasing market, financial lease, leasing, leasing market analysis, market development trends.

Финансовая аренда является одной из наиболее популярных услуг в современном бизнесе. Она позволяет компаниям получить доступ к необходимым ресурсам, не связывая себя долгосрочными обязательствами, и при этом сохранять ликвидность и гибкость. Кроме того, финансовая аренда может быть более выгодной, чем традиционное кредитование в банках.

Однако, как и любой рынок, рынок финансовой аренды постоянно меняется и развивается. Поэтому важно следить за его тенденциями и новыми направлениями, чтобы правильно оценить возможности и риски при использовании этой услуги.

Актуальность статьи по теме "Тенденции развития рынка финансовой аренды" обусловлена тем, что финансовая аренда является важным инструментом для компаний, позволяющим им получать доступ к современному оборудованию без необходимости приобретать его полностью. В современной экономике все больше компаний и предпринимателей сталкиваются с проблемой

нехватки финансовых средств для покупки оборудования. Финансовая аренда предоставляет возможность получить доступ к необходимому оборудованию без значительных начальных инвестиций.

Цель данной статьи – рассмотреть основные тенденции развития рынка финансовой аренды, которые в настоящее время влияют на этот рынок и будут влиять в ближайшем будущем. Основная задача – дать полное представление о развитии финансовой аренды и показать, как с этими тенденциями могут справляться Лизинговые компании, в частности ООО «ТаймЛизинг».

В рамках данной статьи будут рассмотрены следующие задачи:

1. Обзор рынка финансовой аренды и его текущего состояния. В этой части рассмотрены, услуги, предоставляемые компаниями, которые занимаются финансовой арендой, какие отрасли наиболее активно используют эту услугу, каковы основные преимущества и недостатки финансовой аренды.

2. Анализ основных тенденций на рынке финансовой аренды. В этой части были рассмотрены виды изменений, которые происходят на рынке финансовой аренды, новых услуг и технологий, используемых для улучшения услуг, повышения качества обслуживания.

3. Оценка влияния тенденций на использование финансовой аренды. В этой части были проанализированы способы влияния тенденций на использование финансовой аренды компаниями в различных отраслях экономики, преимущества и риски, возникающие при использовании этой услуги.

Рекомендации для компаний. В этой части были предложены несколько рекомендаций для компаний, которые предоставляют услуги финансовой аренды, в частности для компании «ТаймЛизинг».

Таким образом, статья по теме "Тенденции развития рынка финансовой аренды" поможет понять основные тенденции развития рынка финансовой аренды и их влияние на использование этой услуги компаниями в различных отраслях экономики. Будет выявлено текущее состояние рынка финансовой аренды, преимущества и недостатки данной услуги. Будут проанализированы технологии, используемые для улучшения услуг и повышения качества обслуживания, а также приведены рекомендации для компаний по использованию финансовой аренды. Таким образом, статья будет полезна для тех, кто интересуется темой финансовой аренды, а также для компаний, которые рассматривают возможность использования этой услуги в своей деятельности. Благодаря данной статье, появится возможность глубоко понять суть и перспективы развития финансовой аренды, и использовать эту информацию для принятия решений в своей бизнес-деятельности.

Лизинг – это долгосрочная аренда какого-либо имущества с возможностью его последующего выкупа после выплаты всех лизинговых платежей. При этом, при расчете этих платежей учитывается и амортизация, что позволяет выкупить предмет лизинга за минимальную стоимость. Главное отличие лизинга от кредита в том, что при кредите в заем даются денежные средства, а при лизинге – непосредственно, оборудование. При этом, поставщика оборудования выбирает непосредственно потребитель услуги.

Конечно, традиционные потребители лизинговых услуг – это крупные производственные предприятия. Долгое время они были единственными клиентами лизинговых компаний. Сказывалось и то, что большинство более мелких предпринимателей даже и не знало о возможностях лизинга – если им требовались дополнительные ресурсы, они по старинке шли за кредитом.

Под влиянием геополитического кризиса объем нового бизнеса в 2022 году сократился на 13 % относительно 2021 [1]. Текущая ситуация, обострившая проблему дефицита предметов лизинга, оказала более негативное влияние на рынок, чем пандемия в 2020 году, когда объем нового бизнеса снизился всего на 5 %. При этом сжатие корпоративных сегментов в прошлом году составило 31 %, в то время как розничные сократились только на 8 %. Объем нового бизнеса корпоративных сегментов опустился до минимального за последние шесть лет уровня, что обусловлено существенным влиянием санкций на отрасль воздушных и водных перевозок. Так, объем нового бизнеса в авиализинге сократился на 61 %, а в сегменте морских и речных судов – на 46 %. Лизинг железнодорожного транспорта, остающегося основным средством экспортирования природных ресурсов, показал снижение объема нового бизнеса лишь на 1 %, более подробные данные по наращиванию объема нового бизнеса представлены в рис. 1 [1].



Рис. 1. Темпы роста корпоративных и розничных сегментов 2016–2022 гг.

В розничных сегментах основное снижение нового бизнеса показал лизинг легковых автомобилей (-27%) [1]. Вместе с этим поставки грузовых автомобилей из Китая поддержали сегмент лизинга грузовиков, объем которого вырос на 11% [1]. В целом, несмотря на снижение объема автолизинга на 7%, его доля в новом бизнесе с 2019 года показывает стабильный рост и по итогам 2022-го увеличилась с 47 до 49% [1]. Положительная динамика объема нового бизнеса сохраняется в сегменте строительной техники, рост которого по итогам прошлого года составил 5% [1]. Сегмент оборудования для нефте- и газодобычи, которое сильно зависит от поставок импортной техники в части добычи нефти из трудноизвлекаемых запасов, сократился на 63% [1]. Строительство, стимулируемое мерами господдержки, сохраняет устойчивые темпы развития и обуславливает необходимость в новой технике, в т.ч. поставляемой из азиатских стран. Более подробно темп роста нового бизнеса в разрезе видов имущества представлен в табл. 1 [1].

Таблица 1

Темпы роста нового бизнеса по видам имущества

Виды имущества	Доля в новом бизнесе за 2022 г., %	Доля в новом бизнесе за 2021 г., %	Темпы прироста нового бизнеса, %	Доля в лизинговом портфеле на 01.01.23, %
Грузовой автотранспорт	29,1	22,8	10,8	17,6
Легковые автомобили	17,1	20,2	-26,5	10,1
Строительная и дорожно-строительная техника	16,0	13,3	4,5	9,3
Железнодорожная техника	12,3	10,7	-0,8	27,3
Сельскохозяйственная техника и скот	5,2	4,0	12,2	4,0
Суда (морские и речные)	2,4	3,8	-46,0	6,6
Машиностроительное, металлообрабатывающее и металлургическое оборудование	2,2	2,2	-12,5	1,7
Оборудование для нефте- и газодобычи и переработки	1,8	4,4	-63,4	4,8

Объем лизингового портфеля по итогам 2022 года вырос на 5%, что сравнимо с динамикой 2020-го, и составил 6,75 трлн рублей [1]. Снижение темпа роста портфеля относительно 2021 года обусловлено падением объемов нового бизнеса, досрочным расторжением ряда крупных сделок, сложной внешнеэкономической ситуацией, а также переформатированием договоров лизинга самолетов и водных судов в другие виды финансирования, что привело к сокращению сегмента авиатранспорта в структуре портфеля с 14 до 7%, а водных судов – с 10 до 7%. Грузовой транспорт и

строительная техника, показавшие большую часть прироста нового бизнеса в 2022 году, укрепились и увеличили свои доли в совокупном лизинговом портфеле с 13 до 18% и с 7 до 9% соответственно [1]. Также несмотря на большое количество негативных факторов по итогам 2022 года в сфере лизинга наблюдалась положительная динамика роста лизингового портфеля рис. 2.



Рис. 2. Динамика лизингового портфеля 2018–2022 гг.

Ежегодно рейтинговое агентство Эксперт Ра публикует отчет с рейтингом лизинговых компаний по объему нового бизнеса. Несмотря на рост лизингового рынка, в последние годы наблюдается сокращение объемов нового бизнеса у многих компаний. Это связано с негативными экономическими тенденциями и неопределенностью в политической ситуации. В следствии чего крупные лизингодатели, такие как ГК Газпромбанк Лизинг, ГК АльфаЛизинг и ГК Сбербанк Лизинг, продолжают лидировать на рынке, увеличивая свою долю в объеме нового бизнеса, а небольшие компании остаются на прежних позициях. Лидирующую позицию по объему нового бизнеса за 2022 год заняла ГК Газпромбанк Лизинг, поднявшись на 1 позицию и показав максимальный по рынку прирост к 2021-му (+83 %) и нарастив портфель на 87 %. ГК Альфа-Лизинг с учетом приобретенной компании «Эксперт-Лизинг» (16е место на 01.10.2022) [2], поднялась с 6-й на 2-ю строчку, показав рост нового бизнеса на 54 %. Лидер 2021 года, ГК Сбербанк Лизинг, объем нового бизнеса которого сократился на 29 %, опустился на 2 позиции и занял 3-е место. В 2022 году отрицательную динамику бизнеса показала значительная часть рынка – около 73 % участников, среди которых преобладают небольшие и средние компании. Подобная ситуация привела к росту концентрации бизнеса на крупных лизингодателях: из-за чего доля топ-10 компаний в объеме нового бизнеса за 2022 год увеличилась с 63 до 75 %. На фоне общего сжатия лизингового рынка доля банковских «дочек» в новом бизнесе выросла с 52 до 62 %. На концентрацию рынка также сильное влияние оказал уход из России иностранного бизнеса, который стал активно продавать свои лизинговые компании. Так, инвестиционная группа «Инсайт» в конце 2022 года приобрела компанию «Сименс Финанс», а другие иностранные лизинговые компании в настоящее время также находятся в стадии продажи. Таким образом, с учетом имеющихся тенденций агентство не исключает в среднесрочной перспективе новых сделок по покупке иностранных компаний. Топ 10 компаний по росту объема нового бизнеса представлены в табл. 2 [2].

Таблица 2

Рейтинг лизинговых компаний по объему нового бизнеса

Место по новому бизнесу		Наименование ЛК	Объем нового бизнеса за 2022 г., млн руб.	Темпы прироста нового бизнеса за 2022 г., %	Сумма новых договоров за 2022 г., млн руб.	Объем лизингового портфеля на 01.01.23, млн руб.
01.01.23	01.01.22					
1	2	Газпромбанк Лизинг (ГК)	417 050	83	650 798	864 941

Место по новому бизнесу		Наименование ЛК	Объем нового бизнеса за 2022 г., млн руб.	Темпы прироста нового бизнеса за 2022 г., %	Сумма новых договоров за 2022 г., млн руб.	Объем лизингового портфеля на 01.01.23, млн руб.
01.01.23	01.01.22					
2	6	Альфа-Лизинг (ГК)	185 174	54	316 628	411 708
3	1	Сбербанк Лизинг (ГК)	178 649	-29	288 244	858 713
4	3	ВТБ Лизинг	174 246	-11	339 353	627 080
5	4	ЛК «Европлан»	134 055	-12	н/д	262 305
6	9	Балтийский лизинг (ГК)	107 190	17	160 625	163 918
7	5	Государственная транспортная лизинговая компания	90 198	-29	171 552	1 129 309
8	8	РЕСО-Лизинг	71 273	-22	117 524	151 435
9	7	ПСБ Лизинг (ГК)	68 205	-35	105 035	256 553
10	11	Росагролизинг	67 359	69	99 779	167 331

Количество заключенных лизинговых сделок за прошлый год сократилось на 20%, составив порядка 340 тыс., и тем самым впервые с 2015-го показало отрицательную динамику рис. 3. При этом второй год подряд отмечается рост средней суммы сделки, что помимо инфляционной составляющей обусловлено подорожанием предметов лизинга вследствие усиления дефицита техники на фоне геополитического кризиса. Число лизингополучателей у компаний, входящих в топ-20 рынка, показало прирост в среднем на 10%, в то время как небольшие лизингодатели преимущественно отмечали сокращение своей клиентской базы (в среднем на 6%). Подобная ситуация наблюдается в кредитовании банками малого и среднего бизнеса.

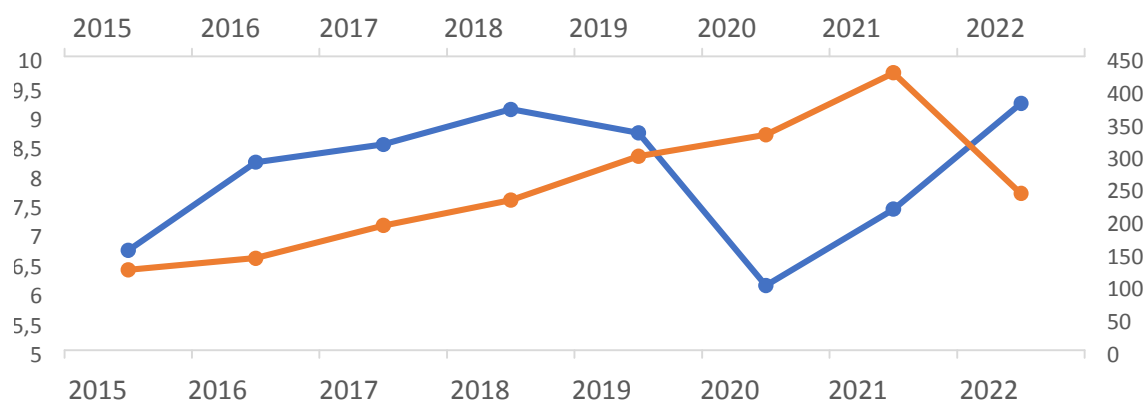


Рис. 3. Количество заключенных сделок

Основные преимущества финансовой аренды:

1. Экономическая эффективность: Финансовая аренда позволяет компаниям получить необходимое оборудование без значительных инвестиций, что снижает начальные затраты на производство. Более того, часто услуга финансовой аренды включает в себя не только предоставление оборудования, но и техническое обслуживание и ремонт, что также снижает расходы компании.

2. Гибкость: Финансовая аренда предоставляет компаниям гибкость в выборе оборудования, сроков использования и условий оплаты. Это позволяет компаниям адаптироваться к изменениям на рынке и быстро реагировать на изменения в бизнеспроцессах.

3. Налоговые преимущества: Финансовая аренда предоставляет компаниям возможность получать налоговые вычеты за арендованное оборудование. Это позволяет компаниям сократить налоговые расходы и улучшить свой финансовый результат.

Однако помимо преимуществ, финансовая аренда имеет и недостатки:

1. Более высокая стоимость: Общая стоимость финансовой аренды может быть выше, чем стоимость покупки оборудования за наличные. Это связано с тем, что компания платит за использование оборудования на протяжении всего срока аренды, включая проценты по кредиту.

2. Необходимость соблюдения условий договора: Финансовая аренда – это долгосрочное обязательство компании перед арендодателем, что означает, что компания обязана соблюдать все условия договора на протяжении всего срока аренды. Нарушение этих условий может привести к штрафам или даже к расторжению договора.

3. Необходимость дополнительной страховки: в большинстве случаев арендатор должен приобрести дополнительную страховку для арендованного оборудования. Это может повлечь за собой дополнительные расходы для компании.

Первая тенденция, которую можно наблюдать на рынке финансовой аренды, это изменение условий финансирования. В связи с увеличением числа игроков на рынке и ростом конкуренции, компании стараются привлечь новых клиентов, предлагая более выгодные условия финансирования. Это может включать в себя снижение процентных ставок, увеличение сроков финансирования и более гибкие условия погашения кредитов.

Компания ООО «ТаймЛизинг» выделяет как одно из своих главных преимуществ скорость рассмотрения заявок на финансирование. Время рассмотрения заявок составляет от двух до трёх дней. На данный момент в компании стоит цель сократить данное время. Для этого создан проектный офис по созданию автоматизированной системы CRM, а также создана проектная группа, включающая в себя специалистов различных направлений, для пересмотра действующего бизнес-процесса и увеличения скорости бизнес-процесса.

Вторая тенденция, которую можно наблюдать на рынке финансовой аренды, это развитие онлайн-платформ. В настоящее время все больше компаний переходят на онлайн-формат работы, и финансовая аренда не является исключением. Некоторые крупные игроки на рынке предоставляют свои услуги через онлайн-платформы, что позволяет им увеличить число клиентов и снизить затраты на обслуживание.

В компании ООО «ТаймЛизинг» работает сайт, на котором клиенты могут подать заявку на лизинговые финансирование без личного взаимодействия с менеджером, рассмотрение и согласование данных заявок происходит также в онлайн-формате.

Третья тенденция, которую можно наблюдать на рынке финансовой аренды, это увеличение числа услуг, предоставляемых компаниями, занимающимися финансовой арендой. На сегодняшний день многие компании предлагают не только услуги финансовой аренды, но и дополнительные услуги, такие как страхование, техническое обслуживание и управление оборудованием.

Четвертая тенденция связана с переориентацией рынка на китайскую технику. Данная тенденция возникла после ухода с рынка западной техники.

Компания «ТаймЛизинг» доказала свою устойчивость на рынке лизинга, особенно после ограничения ввоза японской строительной и специальной техники в июне 2022 года, связанного с введением санкций в сторону России. В короткие сроки ТаймЛизингу пришлось наладить новые партнерские отношения с дружественными странами, в частности с Китаем, оптимизировать логистические маршруты и разработать новые предложения для клиентов взамен ушедших из России брендов. Несмотря на всё это компания ТаймЛизинг сумела занять 21 место в рейтинге лизинговых компаний России по итогам 2022 года, что на 12 позиций выше, чем в предыдущем году.

Проанализировав марки спецтехники, выдаваемой компанией ООО «ТаймЛизинг» в финансовую аренду за 2022 год, наблюдается преобладание китайской техники над западными марками (табл. 3).

Таблица 3

Структура выдаваемых предметов лизинга по маркам

Марка	2021 год, %	2022 год, %
Komatsu	7,2	5,9
Caterpillar	5,0	5,7
Mercedes-Benz	4,3	0
Shacman	2,0	8,8

Марка	2021 год, %	2022 год, %
Volvo	3,2	5,7
SITRAK	0	3,7
ZHONG TONG	0	3,0
Ponsse	3,7	0
Howo	2,9	0

В рамках анализа тенденции развития рынка финансовой аренды нами была разработана и представлена пошаговая стратегия наращивания связей с Китаем для компании ТаймЛизинг в связи с ограничением ввоза японской строительной и специальной техники.

Исследование рынка Китая – компании необходимо произвести исследование рынка Китая, чтобы выявить, какие виды специальной и строительной техники являются наиболее востребованными на местном рынке.

Поиск новых партнёров – регулярно производить поиск новых партнеров в Китае, специализирующихся на производстве и продаже специальной и строительной техники. Для Лизинговой компании важно выбрать партнеров, которые могут предложить конкурентоспособные цены и гибкие условия поставок.

Установление контактов – налаживание контактов с потенциальными партнерами в Китае, обсуждение возможностей для сотрудничества, подписание контрактов и договоров на поставку техники. В этом процессе важно учесть все нюансы работы на новом для компании рынке и уберечь себя от непредвиденных ситуаций. Для налаживания отношений можно использовать различные каналы связи: интернет, телефонные звонки и почтовую корреспонденцию.

Проверка качества техники – командировки сотрудников для личного осмотра предоставляемой производителями техники, чтобы перед покупкой лично убедиться в ее качестве, такая проверка может включать проверку документации, осмотры и тест-драйвы.

Оптимизация логистики – для максимального снижения издержек и доставки продукции в кратчайшие сроки необходимо ознакомиться со всеми возможными вариантами поставок, так компания может рассмотреть варианты использования различных видов транспорта, например, морского или железнодорожного.

Работа с персоналом – обучение персонала, в частности отдела продаж. Специалисты по продажам должны научиться доносить клиентам, что больше нет возможности поставлять привычную им Японскую строительную и специальную технику которая за долгое время присутствия на рынке России заслужила своё доверие и убедить в том, что новые решения также смогут удовлетворить их потребности.

Таблица 4

Оценка сроков внедрения стратегии

Этап	Исследование рынка Китая	Поиск новых партнёров	Установление контактов	Проверка качества техники	Оптимизация логистики	Работа с персоналом
Период, дни	1-21	21-60	60-90	90-110	110-140	140-160
Ответственный отдел	Аналитик	Отдел продаж	Отдел автоматизации	Технический отдел	Отдел автоматизации	HR отдел

Для сокращения времени на выполнение задач, проектные отделы могут работать параллельно на нескольких этапах, а также использовать современные инструменты автоматизации процессов.

Реализация и внедрение такой стратегии может принести компании ряд результатов:

1. Увеличение объема продаж и прибыли – правильно разработанная стратегия поможет привлечь больше клиентов, увеличить продажи и улучшить финансовые показатели компании.

2. Улучшение узнаваемости бренда – грамотная работа маркетингового отдела поможет помочь улучшить узнаваемость бренда, повысить его репутацию и укрепить позиции на рынке, в тяжёлых для лизинга условиях.

3. Привлечение новых клиентов.

Улучшение позиций на рынке – несмотря на рост компании в 2022 году целью компании на 2023 год является расширение за пределы ДФО и укрепление позиций в рейтинге лизинговых компаний.

Конечный результат от создания и внедрения стратегии зависит от целей компании, ее текущей ситуации на рынке и конкурентной среды.

В целом, можно сделать вывод, что финансовая аренда продолжает оставаться важным инструментом для финансирования различных проектов, особенно в секторах, где капиталовложения высокие. В настоящее время, в свете новых технологий и изменяющихся рыночных условий, финансовая аренда проходит через некоторые изменения. Тенденции, которые были рассмотрены в этой статье, показывают, что компании, которые предоставляют услуги финансовой аренды, должны быть готовы к инновациям и изменениям в рыночных условиях. Необходимо следить за технологическими тенденциями, развивать гибкость и прозрачность в услугах, а также работать над улучшением кредитного риска. Будущее финансовой аренды зависит от того, насколько успешно компании смогут адаптироваться к изменяющимся требованиям клиентов и рынка в целом.

1. Перфильев А., Коршунов Р., Советкина З., Рынок лизинга по итогам 2022 года // Рейтинговое агентство «Эксперт РА». – URL: <https://raexpert.ru/researches/leasing/2022/> (дата обращения: 25.03.2023).

2. Перфильев А., Коршунов Р., Советкина З., Рэнкинг лизинговых компаний России по итогам 2022 года // Рейтинговое агентство «Эксперт РА». – URL: <https://raexpert.ru/rankingtable/leasing/2022/main/> (дата обращения: 25.03.2023).

3. Лизинг: теория и практика финансирования: учебное пособие / под ред. Е.А. Федулова. – Москва: КноРус, 2020. – 259 с.

4. Балла М.В. Реформа рынка лизинга в РФ: перспективы развития // Актуальные проблемы развития современной экономики: сборник тезисов VI межвузовской научно-теоретической конференции. – 2019. – С. 398–403.

5. Белкин С. С. Анализ современного состояния лизингового рынка в Российской Федерации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 25–36.

Аналитический обзор Российский рынок лизинга: под перекрестным огнём. – Национальное рейтинговое агентство, июль 2020. – URL: <https://www.ra-national.ru>

УДК 339.35

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЛОГИСТИКУ В РОССИИ

С.А. Богатиков, Н.А. Панус
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье анализируется влияние санкций на логистику в России и рассматриваются пути выхода из логистического кризиса. Кризис был вызван ростом цен на доставку многих товаров, отказом некоторых западных производителей от поставок по контрактам, уходом из России крупных логистических компаний. Чтобы выйти из кризиса, российские предприниматели наращивают запасы продукции, ищут аналоги на внутреннем рынке, пытаются найти новых поставщиков в Азиатском регионе, выстраивают новые цепочки поставок.

Ключевые слова: логистика, проблемы с логистикой, влияние санкций.

IMPACT OF SANCTIONS ON LOGISTICS IN RUSSIA

The article analyzes the impact of sanctions on logistics in Russia and discusses ways out of the logistics crisis. The crisis was caused by an increase in prices for the delivery of many goods, the refusal of some Western manufacturers to supply under contracts, and the withdrawal of large logistics companies from Russia. To get out of the cri-

sis, Russian entrepreneurs are building up stocks of products, looking for analogues in the domestic market, trying to find new suppliers in the Asian region, building new supply chains.

Keywords: logistics, problems with logistics, impact of sanctions.

Мир грузоперевозок работал по очевидным правилам, которые были понятны всем его участникам до 2022 года. Но весной этого года произошло множество изменений, в результате которых бизнесу и логистическим компаниям пришлось перестроиться.

Большинство зарубежных перевозчиков приостанавливают свою работу в России: TNT, FedEx. Еще один экспресс-перевозчик DHL продолжает перевозить грузы в России и за рубежом, но установил рамки для экспортных перевозок в страны Евразийского экономического союза и импорта по всему направлению. Приостановили свою деятельность крупные судоходные компании – ONE, Nippon-Lloyd, HMM, MSC, Maersk и CMA CGM.

Отечественный логистический бизнес тем временем попал под санкции – российским судам ограничили вход в европейские порты; перестали пускать на территорию Евросоюза грузовые автомобили из России и Беларуси. Теперь автоперевозчикам приходится передавать грузы на границе европейским коллегам, в основном из Прибалтики, Польши, Германии и Португалии. Грузов так много, что те не справляются.

Список продукции, на которую не допускаются международные торговые операции между Россией и странами Евросоюза, США, Великобритании, Японии, Швейцарии, Канаде и Австралии, постоянно пополняется.

Существуют задержки на границе из-за того, что таможенные службы проводят проверки грузов и документов, чтобы убедиться, что перевозчики не перемещают запрещенный товар между Европой и Россией.

Все это делает перевозки в европейском направлении дорогими и долгими. Время, в которое груз прибывает на место, иногда невозможно предсказать. Больше всего пострадало скандинавское направление. Грузооборот северо-западных портов России, включая Санкт-Петербург и Ленинградскую область, в 2022 году снизился на 41%. Объем контейнерных перевозок из стран Западной Европы и Атлантики в порт Санкт-Петербург снизился на 70%.

Предприниматели покупают продукцию про запас, ищут аналоги у отечественных производителей, перестраивают торговые пути и пытаются выйти на новые рынки сбыта.

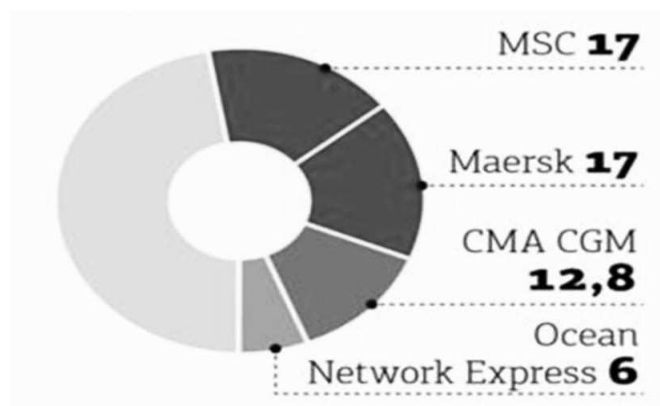


Рис. 1. Доля в мировых контейнерных перевозках в процентах в 2022 г.

Из-за санкций, затрагивающих логистику, больше всего пострадали отечественные компании, работа которых основана на поставках из европейских стран. Увеличение расходов (например, увеличилась сумма таможенных платежей) приводит к финансовым потерям для организаций, работающих в сфере импорта. Особенно это ощущают промышленные компании, использующие оборудование из-за рубежа, ведь для полного вытеснения этой продукции импортом потребуются не один год. Иностранные поставщики отказываются принимать заказы на новинки до выяснения геополитической ситуации – одни компании полностью разрывают связи, другие просто берут перерыв. Когда санкции ударили по России, импорт контейнерных грузов упал на 40%.

Российские предприятия, которые раньше боролись за одного поставщика и большую скидку, теперь пытаются распределить свои финансовые ресурсы сразу между несколькими поставщиками. Текущая тенденция в логистике во время западных санкций – снижение зависимости от единственного поставщика, что в настоящее время создает угрозу потери продукции и пустых складов.

Чтобы склады были заполнены, специалисты советуют как можно дольше не прекращать закупки, даже если их стоимость увеличилась. Еще одна рекомендация – наладить связи с китайскими рынками, поставщики которых продолжают работать в России. Рабочие отношения с партнерами из Китая помогут устранить дефицит иностранной продукции на внутреннем рынке.

Проблемы с логистикой начались в 2020 году — китайские фабрики постоянно ввозили товары в США и Европу, но контейнеры не возвращали, так как производство не работало из-за пандемии. Отправлять пустые контейнеры обратно в Китай было невыгодно, поэтому они оставались за границей. При этом выросли цены на металл и, соответственно, выросла себестоимость производства тары. В результате тариф на доставку увеличился в среднем в 8 раз. К примеру, в начале 2020 года аренда 40-футового контейнера из Шанхая до порта Дальнего Востока стоила около 1200 долларов. А уже к концу года стоимость превысила 10 000 долларов. В 2021 году цена за контейнер колебалась от 8000 до 12000 долларов.

Отказ иностранных судовладельцев от сотрудничества с Россией стал наиболее болезненным и фактически может расцениваться как блокада морской торговли России.

Сегодня крупнейший контейнерный оператор мира датская компания Maersk прекратила работу в направлении России. После него прекратили сотрудничество с Россией французская CMA CGM и итальянская MSC. Также могут прекратить работу немецкая авиакомпания Narag-Lloyd и тайваньская Yang Ming, которые доставляли грузы в Новороссийск. Есть риск закрытия корейской Hyundai, которая сотрудничает с Владивостоком.

Но, несмотря на всё вышперечисленное, возможность перевозки грузов морским транспортом сохранится. Четвертый по величине перевозчик Китая, COSCO, вряд ли исчезнет с рынка. В России есть свои компании – FESCO и SESCO, которые могут увеличить свои мощности для удовлетворения спроса на морские перевозки. Новые китайские морские перевозчики в больших количествах начинают осваивать освободившийся рынок контейнерных перевозок.

Еще одна область логистики, которая уже ощутила на себе влияние европейских санкций в первые несколько месяцев политической эскалации, – это авиация. Европа практически полностью закрыла воздушное пространство для российских самолетов, а Россия в ответ ввела аналогичные санкции в отношении самолетов из стран ЕС. Ведущие производители самолетов, такие как Boeing и Airbus, прекратили поставки комплектующих для российских самолетов. За границей арестовывали арендованные самолеты, изымали сертификаты летной годности.

Автомобильные перевозки из/в Европу в некоторых случаях будут продолжаться. Один из западных санкционных пакетов ввел ограничения на въезд в ЕС для российских компаний, занимающихся автомобильными перевозками грузов. Но европейские перевозчики могут ввозить товары в Россию, и многие из них воспользовались своим монопольным положением и завысили цены на свои услуги.

Дальний Восток имеет важное значение в общероссийской логистике: начиная от управления потоками и формирования маршрутов доставки в регионы страны и заканчивая формированием себестоимости товаров. С точки зрения организации движения Дальний Восток имеет преимущество перед другими маршрутами доставки грузов из стран Восточной и Юго-Восточной Азии на запад России. Чтобы продолжить свое существование, многие компании стали расширять количество предоставляемых услуг, предоставлять бесплатные услуги. В то же время были сокращены некоторые расходы, например, за счет сокращения рабочих мест и заработной платы в западных регионах страны, где произошло сокращение грузопотока. В Дальневосточном регионе, наоборот, произошел значительный рост грузооборота и были предприняты усилия для увеличения перевозочных мощностей.

Ситуация в сфере логистических услуг остается неоднозначной. Многие считают, что все изменится и ожидают, что 1) с рынка уйдут неконкурентоспособные компании, 2) снизятся фрахтовые ставки, 3) улучшится рыночная ситуация во многих секторах.

Введение параллельного импорта, контроль расходов на топливо и разработка наиболее оптимальных маршрутов транспортировки – это возможное решение данной проблемы. Тем не менее, санкции привели к увеличению производства в стране, а значит, логистика нашей страны продолжит своё развитие и экономика нашей страны стабилизируется.

Как развивалась эта ситуация? Во-первых, переориентация на рынки Китая. Сегодня на рынке Дальнего Востока представлены Хуаксинь, SITC, Синотранс и Юнань. Процесс перехода не будет быстрым, поскольку Maersk, CMA CGM и MSC, которые вышли из бизнеса или сократили свою деятельность, удерживали более половины рынка.

Кроме того, китайские компании не могут похвастаться таким же высоким уровнем обслуживания и отлаженными внутренними механизмами. Мы ждем выхода на рынок новых линеек, но вряд ли они сразу полностью восполнят пробелы в обслуживании.

Малые и средние компании уже принимают отказ китайских производителей от работы на карте. Курс рубля, санкции, введенные против российских банков, и неуверенность в завтрашнем дне заставляют искать новую экономическую основу. FESCO уже предложила своим партнерам оплатить фрахт в юанях.

Весной 2023 года был проведен актуальный опрос логистического сообщества в преддверии стратегической итоговой сессии «Логистика России в условиях многополярного мира» в рамках TransRussia 2023 посвященный текущему состоянию и перспективам развития транспортно-логистического рынка России.

Ниже приведены результаты опроса, затрагивающего наиболее важные вопросы, респондентам было доступно выбрать не более трех вариантов ответа. Так, на вопрос «Какие достижения в транспортно-логистической системе России по итогам 2022 года вы считаете наиболее значимыми?» последовали такие ответы:

23 % – за строительство новой опорной инфраструктуры; 33 % – за успешное перераспределение потоков с северного и южного на восточное направление; 23 % – за решение проблемы замены выпадающего парка ТС; 7 % – решение проблемы замены выпадающих элементов ИТ-ландшафта; 32 % – нахождение новых поставщиков и потребителей товаров взамен ушедшим зарубежным компаниям; 46 % – формирование новых цепочек поставок для основных товарных позиций; 19 % – внедрение передовых цифровых технологий; 29 % – удержание ключевых кадров или их успешная замена в связи с оттоком.

На вопрос «Какие совместные усилия государства и бизнеса для вывода транспортно-логистической системы России на новый уровень по вашему мнению, необходимо предпринять в первую очередь?» респонденты ответили данным образом:

37 % проголосовали за стимулирование внутреннего спроса на транспортно-логистические услуги; 19 % выступили за стимулирование развития экосистемы критичных поставщиков посредством льготного лизинга, налоговых каникул; 21 % за стимулирование интеграции России в международные цепочки поставок; 53 % за содействие устранению узких мест в транспортно-логистической системе России; 10 % за ускоренную подготовку квалифицированного кадрового резерва при кооперации бизнеса и государства; 5 % содействие активному обмену опытом с зарубежными партнерами, имевшими опыт решения схожих проблем; 43 % снижение нагрузки и контроля за игроками рынка, в т.ч налоговые/таможенные послабления; 9 % содействие перераспределению проблемных активов; 27 % создание мощной цифровой платформы транспортно-логистического сервиса; 33 % проголосовали за обеспечение большой кооперации государства и бизнеса при принятии важных решений влияющих на отрасль.

Самое интересное, что было выявлено по результатам опроса – это то, как оценивают представители логистики России, состояние транспортно-логистической системы России по итогам 2022 года. Ниже приведены результаты:

23 % Значительно ниже ожиданий

28 % Ниже ожиданий

32 % На уровне ожиданий

15 % Выше ожиданий

2 % Значительно выше ожиданий.

Таким образом, представители логистического бизнеса в целом положительно оценивают результаты преодоления логистического кризиса, а экономика страны показывает высокий уровень адаптации к новым геополитическим условиям.

1. Пост тарифов и поиск поставщиков: как бизнесу работать с логистикой. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/perevozki-v-krizis/>

2. Логистика в кризис: как организовать перевозки в 2022 году. П. Рагимова. – URL: <https://www.komdir.ru/article/3930-logistika-v-krizis-dostavka-perevozki>

3. Влияние санкций на рынок логистики. – URL: <https://tg777.ru/info/vliyanie-sanktsiy-na-rynok-logistiki/>

4. Поворот логистики на Восток. Ю. Данилова – URL: <https://infopro54.ru/news/pervye-itogi-razvorota-logistiki-na-vostok/>

5. Разворот на восток. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5356863>

6. Транспорт и логистика (логистическое сообщество профессионалов). – URL: <https://t.me/transportandlogistic>.

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Д.А. Тоокебаев
студент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Основные тенденции и перспективы парфюмерно-косметической продукции, которая не смотря на положительную динамику развития отрасли, сохраняется ряд проблем и ограничений, замедляющих развитие и снижающих конкурентоспособность российской парфюмерно-косметической продукции.

Ключевые слова: *тренд, тенденции, парфюмерно-косметическая отрасль, рынок, потребители.*

TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE PERFUMERY AND COSMETICS INDUSTRY PRODUCTS IN PRIMORSKY KRAI

The article discusses the main trends and prospects for perfumes and cosmetics, which, despite the positive dynamics of the industry, still have a number of problems and restrictions that slow down the development and reduce the competitiveness of Russian perfumes and cosmetics.

Keywords: *trend, tendencies, perfume and cosmetic industry, market, consumers.*

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выработки основных направлений по поддержанию парфюмерно-косметической отрасли Российской Федерации в современных условиях в качестве одного из драйверов экономики и экспорта страны.

Целью исследования является рассмотреть тенденции и перспективы развития отрасли парфюмерно-косметической продукции в Приморском крае.

Для получения исчерпывающего представления о трендах развития парфюмерно-косметической отрасли (далее – отрасли) в 2022 году, следует обратиться к итогам 2021 года. На основании материалов исследования Tebiz «Анализ рынка парфюмерии косметики в России 2021» было зафиксировано падение натурального выражения рынка на 8,7% (с 5,3 млрд шт. до 4,8 млрд шт.) при росте стоимостного выражения рынка на 18% (с 290 млрд руб. до 342 млрд руб.) [1].

Данные факты свидетельствует о подорожании продукции и нарушении привычного функционирования отрасли в 2021 году.

Такая ситуация сложилась вследствие:

1 Изменения структуры предпочтений потребителей:

– акцент смещается с декоративной косметики (макияж, парфюм и т.д.) на средства по уходу (крема, лосьоны и т.д.).

2 Ухудшения финансового положения производителей и потребителей;

3 Регуляторные ограничения, которые сказались как на ритейле, так и на логистике производства;

4 Увеличения доли контрафактной продукции из-за возросшей популярности онлайн-маркетплейсов (с низкой степенью контроля качества выставляемой на продажу продукции) [2].

По итогам 2021 года возросла доля импортных товаров – на 3,2% (с 3 млрд шт. до 3,1 млрд шт. в натуральном выражении), что, обусловлено проявленным к импортной продукции интересом со стороны российских потребителей. Также отмечался рост складских запасов на 76,1% (с 503 млн шт. до 886 млн шт.) и розничных запасов на 8% (с 145 млн шт. до 157 млн шт.) [3].

Данные факты отражают не только реальную логистическую возможность доставки косметической продукции, но и готовность зарубежных производителей осваивать рынок парфюмерно-косметической отрасли в РФ.

Рынок косметического ритейла (косметическая розничная торговля и дрогери) на август 2021 года, по мнению исследователей из Infoline Аналитика, был преимущественно отечественным. Так, в топ-5 ритейл-компаний вошли отечественные торговые сети «Магнит Косметик», «Л'Этуаль», «Улыбка радуги», «Рив Гош» и маркетплейс Wildberries. Суммарно они занимали 48 % рынка, где 21 % принадлежит «Магнит Косметик» [4].

Несмотря на большую долю отечественных ритейл-компаний, в исследовании отмечается, что им пришлось понести дополнительные издержки из-за увеличенного количества промо-кампаний, вызванного обострившейся конкуренцией с онлайн-маркетплейсами.

Отмечается, что данное увеличение стало причиной финансовых потерь, повлияв на финансовую стабильность ритейл-компаний.

Таким образом, мы видим, что на фоне падения натуральной объемности рынка отрасли по итогу 2021 года доля импорта в нём увеличилась. Также увеличился и стоимостный объем рынка отрасли.

Данные тенденции сопряжены с (и частично обусловлены) удорожанием продукции и структурными сдвигами, как в предпочтениях потребителей, так и регулятивных нормах, которые затрагивают в разной степени все этапы производства и реализации продукции.

Уже в 2021 году основные негативные экономические последствия противоэпидемиологических мер, связанных с COVID-19, начали исчезать. В 2021 году российская экономика показала рост в 4–4,4 %. Тем не менее обострившаяся геополитическая обстановка создала ряд других вызовов для российской экономики в целом и отрасли, в частности. Так, среди барьеров развития можно выделить:

Резкий рост цен, отражающий процент роста стоимости товарной корзины и темпы галопирующей инфляции: в марте динамика инфляции выросла до 16,69 % годовых, и тенденция к росту сохранялась до конца мая.

Ожидаемое падение доходов россиян: согласно прогнозу Минэкономразвития России, реальные зарплаты россиян по итогам 2022 года должны сократиться на 3,8 %, а реальные доходы на 6,8 % [5].

Следует отметить значительное сокращение представительства иностранных компаний в отрасли. На данный момент в РФ объявили о приостановке деятельности следующие компании:

1 Estee Lauder – приостановили поставки продукции и инвестирование (бренды Clinique, Bobbi Brown, Michael Kors, Tom Ford Beauty, Kilian, DKNY, La Mer, Dr. Jart+, The Ordinary, Le Labo и другие);

2 L'Oreal – приостановили поставки продукции и инвестирование (бренды Lancôme, Giorgio Armani Beauty, Biotherm, Kiehl's, Ralph Lauren, Shu Uemura, Cacharel, Helena Rubinstein, Viktor&Rolf, Maison Martin Margiela, Urban Decay, Garnier, Maybelline NY, Essie, NYX Professional Makeup, Matrix, Vichy, La Roche-Posay, SkinCeuticals);

3 CeraVe – приостановили поставки продукции и инвестирование;

4 Shiseido – приостановили поставки продукции и инвестирование;

5 Oriflame – приостановлены инвестиции, тренинги и мероприятия;

6 L'Occitane – ушли с рынка посредством продажи бизнеса российским владельцам;

7 Coty – в процессе ухода с российского рынка (Rimmel, Max Factor, Bourjois, Wella, CoverGirl, Sally Hansen, Kylie Cosmetics, Londa);

8 Sephora – ушли с рынка; все помещения включили в торговую сеть Эль де Ботэ и продали её российскому менеджменту;

9 Lush – в процессе ухода с российского рынка;

10 Kao – приостановили поставки продукции и инвестирование;

11 Johnson & Johnson – приостановили поставки средств личной гигиены и уходовой косметики;

12 Unilever – приостановлен поставки продукции, но локализованное производство продолжает работать (бренды Dove, Axe, Rexona, Чистая Линия, Domestos);

13 Procter & Gamble – приостановлены инвестиции и сокращен ассортимент.

О своем уходе заявила и компания Wella, на продукцию которой приходится около 40 % рынка косметики для окрашивания волос. Тем не менее, фактически товар еще находится на складах, но его стоимость выросла на 20 %. Схожую ситуацию можно наблюдать относительно других брендов. Цены на продукцию Londa (ушедшую с российского рынка) и Schwarzkopf выросли на 20 %. Премияльные красители L'Oreal, Moroccanoil, Kydra, как и красители эконом-сегмента Estel, Ollin, Karous, выросли в цене на 5 % [6].

Стоит отметить, что Estel является отечественной компанией и повышение цен почти на 100 % для линеек De luxe и Essex вызвало резкое недовольство в соответствующем профессиональном бьюти-сообществе.

Кроме осознанного ухода ряда компаний на отрасли сказались логистические барьеры, вызванные санкционным режимом со стороны ЕС, США, Канады и Великобритании.

Поставки продукции ограничены не только возможностью вторичных санкций (непосредственно в сторону компании), но и невозможностью проведения транзакций (отключение ряда российских банков от системы SWIFT).

Эксперты оценили, что суммарно рынок косметической отрасли (преимущественно уходовая косметика, декоративная косметика и парфюмерия) с конца февраля 2022 до середины июня сократился на 25 %. Отмечается, что с учетом локализованного в России производства на иностранные бренды приходится примерно 80 % рынка.

В производстве продукции основной проблемой становится доступ к сырью. Об этой проблеме свидетельствуют как государственные статистические данные так и информация от производителей.

На основе заявлений производителей в проблеме обеспеченности сырьем можно выделить два аспекта:

1. Недостаточность (и иногда фактическое отсутствие) определенного вида сырья отечественного производства для отрасли;

2. Разрушение логистических цепочек импорта сырья.

По экспертным оценкам общая доля импорта сырья для производства парфюмерно-косметической продукции. На российском рынке составляет примерно 90 %, что свидетельствует о критически высоком уровне импортозависимости. Доля использования отечественного синтетического сырья не превышает 15 %, растительного – до 20 %. На российском рынке в большом объеме представлено растительное сырье из стран Юго-Восточной Азии.

Само же решение либо не представляется возможным (некоторые сырьевые компоненты нерентабельно культивировать в природных условиях России), либо оно может быть реализовано только в долгосрочной перспективе

Большая часть синтетического сырья импортируется из стран ЕС. Низкая обеспеченность косметическим сырьем российского производства обусловлена совокупностью причин: невысокое качество, неконкурентная цена, недостаточный уровень кооперации между производителями сырья и парфюмерно-косметической продукции. Вместе с тем, существует потенциал развития производств сырья для ПКП по отдельным видам синтетических продуктов – спиртов, пигментов и красителей, кремнийорганических добавок, ПАВ и др..

Применительно к тенденциям на рынке сырья для производства парфюмерно-косметической продукции следует отметить:

1. Повышенное внимание к натуральной и органической косметике, рост спроса на продукты без использования добавок, модифицирующих текстуру и запах.

2. Рост использования ингредиентов растительного происхождения как высоко очищенных, так и экстрактов целиком.

3. Рост использования биотехнологических продуктов (в т.ч. экстрактов культуры клеток растений).

4. Постоянная актуализация списка ограничений и запретов на применение отдельных ингредиентов [7].

В компании Focus Technologies зафиксированное увеличение стоимости продукции на 30 % связывают с падением покупательской активности в отрасли. Так, оборот отраслевых магазинов, расположенных в торговых центрах, в июне сократился на 12 % (в годовом выражении), а количество чеков на 18 % (относительно аналогичного месяца прошлого года).

Данный факт отражает как повышение стоимости продукции, так и низкие потребительские возможности россиян на данный момент (согласно прогнозу Минэкономразвития России). Тем не менее, по мнению представителей Natura Siberica, падение покупательской будет носить временный характер.

Основные негативные эффекты связаны с волатильностью валюты, используемой для закупки импортной продукции, проблемами импорта сырья для производства и уходом ряда крупных международных ритейлеров премиального и люксового сегмента продукции.

На данный момент с рынка ушли как специализированные ритейлеры (Sephora), так и широкопрофильные ритейлеры (Matches Fashion, Net-a-Porte, Farfetch). Уход Sephora также сопровождался

ограничением работы «Иль де Ботэ» – торговой сети масспродукции, приобретенной французской компанией в конце 2021 года.

Стоит отметить, что последняя занимает 9 место в топ-10 самых крупных торговых сетей отрасли и 9 % рынка. Для сравнения, «Магнит Косметик», занимает первое место среди торговых сетей отрасли и занимает долю рынка в 26 %.

К сильным сторонам, на основе которых может быть построена работа по развитию отрасли, относятся наличие благоприятных природно-климатических ресурсов и экологически чистых зон. Существующие производственные предприятия обладают хорошими компетенциями по производству продуктов широкого перечня продуктовых сегментов. Также к важным ресурсам роста относятся и население страны – один из важнейших стратегических ресурсов как потенциальных потребителей парфюмерно-косметической продукции [7].

В ходе проводимой работы по развитию отрасли необходимо принимать во внимание и имеющиеся угрозы, которые могут сдерживать развитие отрасли – это высокая зависимость от импорта сырья и материалов, от импортного оборудования [7].

Также отдельная проблема, характерная не только для парфюмерно-косметической отрасли промышленности, это дефицит квалифицированных кадров. Возможности по развитию отрасли – это расширение перечня рынков присутствия российской продукции, доработка механизмов поддержки со стороны государства, развитие кооперации российских производителей парфюмерно-косметической продукции с производителями сырья и паковочных материалов, что также позволит расширить перечень производимых компонентов и улучшить их качество [7].

Основными проблемами отрасли на данный момент можно назвать падение располагаемых доходов россиян (общая), деградация структуры потребительских предпочтений вследствие падения доходов (специфическая) и недоступности необходимого для отечественного производства импортного сырья (специфическая).

Эти проблемы приводят к сокращению покупательской активности в отрасли, что на фоне общей дефляции летнего периода способно привести к сокращению производства и входу отрасли в макроэкономический тренд дефляционной спирали после инфляционного шока. Кроме того, возможность вхождения отрасли в дефляционную спираль также подтверждается тем фактом, что для расширения производства и стимулирования потребления на рынке отрасли нужны большие денежные вливания.

Учитывая большую долю импортных инвестиций в отрасль в 2021 году, которые на данный момент не представляется возможным привлечь, единственным источником финансирования становится государственная материальная поддержка.

Проводимая работа позволит отечественным производителям парфюмерно-косметической продукции усилить свои позиции на внутреннем рынке и повысит конкурентоспособность отечественной продукции при экспорте.

1. Петрова А.М. Анализ и тенденции мирового рынка парфюмерно-косметической продукции // Наука без границ. – 2018. – № 2 (19).

2. Блейман Н. Стратегия для красоты // Индустрия красоты. РБК+. – 2018. – № 9. – С. 121–129.

3. Гусев А.К. Анализ современного парфюмерно-косметического рынка в России и выявление тенденций его развития в краткосрочной перспективе // Вестник Национального института бизнеса. – 2019. – №2. – С.34-44.

4. Игнатова Е.А. Некоторые аспекты парфюмерно-косметического рынка и положение l'ogéal на нем // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4. – С.71-79.

5. Гладенкова Т.А. Географические аспекты изменений корпоративной структуры мировой парфюмерно-косметической промышленности // Географический вестник. – 2018. – № 4. – С. 85–98.

6. Николаева М.А., Ний А.А. Анализ состояния и тенденций парфюмерно-косметического рынка в России // Экономические исследования. – 2018. – № 2. – С. 55–63.

7. Кошелева О.Э., Николаев В.В. Оценка конкурентоспособности российских косметических средств в целях импортозамещения // Управленческое консультирование. – 2019. – № 3. – С. 75-89.

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ТЕРРИТОРИИ ДФО

С.Ф. Царакова
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Весомой составляющей государственного бюджета и бюджета субъектов РФ является налог от предпринимательской деятельности. В сложившейся трудной экономической ситуации в Российской Федерации, вызванной, первоначально, распространением коронавирусной инфекции, затем, санкциями со стороны стран Евросоюза, особой военной операцией предпринимательский корпус претерпел определенные лишения, что повлияло на его функционирование и развитие. Особенно эти проблемы затронули Дальний Восток, где имеются суровые природно-климатические условия и повышенные затраты на производство, что обусловило актуальность темы исследования.

Ключевые слова: *малое и среднее предпринимательство, государственные меры, поддержка, развитие, Дальневосточный федеральный округ.*

IMPLEMENTATION OF MEASURES TO SUPPORT SMALL AND MEDIUM-SIZED: BUSINESSES IN THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT

A significant component of the state budget and the budget of the subjects of the Russian Federation is the business tax. In the current difficult economic situation in the Russian Federation, caused initially by the spread of coronavirus infection, then by sanctions from EU countries, a special military operation in Ukraine, the business corps underwent certain hardships, which affected its functioning and development. Especially these problems affected the Far East, so the existing harsh climatic conditions and increased production costs, which led to the relevance of the re-search topic.

Keywords: *small and medium-sized entrepreneurship, government measures, support, development, Far Eastern federal District.*

Научная новизна статьи заключается в отсутствии аналогичных исследований поддержки предпринимательского корпуса в Дальневосточном округе, в том числе при изменившихся условиях мировой торговли, удаленности округа от экономически более устойчивого центра. Запреты деятельности многих предприятий в связи с распространением коронавирусной инфекции и иных факторах, влияющих на стабильную предпринимательскую деятельность, нацеленную на извлечение прибыли.

Цель исследования – анализ практической реализации мер поддержки предпринимателей на территории Дальневосточного федерального округа.

В исследовании поставлены следующие задачи:

1. Определить виды мер, направленных на поддержку малого и среднего предпринимательства ДФО;
2. Проанализировать практическую реализацию данных мер.
3. Методы исследования: анализ, синтез, формально-логический, метод сравнения, индукция, дедукция, классификации.

Дальневосточный федеральный округ (далее по тексту – ДФО) объединяет территории 11 субъектов РФ: 4 края: Забайкальский, Приморский, Хабаровский, Камчатский, 2 республики: Бурятия и Саха (Якутия), 4 области: Амурская, Магаданская, Сахалинская, Еврейская автономная область и Чукотский автономный округ. Центром данного округа стал город Владивосток. Положение данной территории специфично в связи с наличием приморских зон, водными границами с Китаем, Монголией, Кореей, США и Японией, а также прохождением двух крупнейших железнодорожных магистралей. При этом в большинстве населенных пунктов количество жителей составляет до 5 000 человек, что оказывает отрицательное влияние на развитие мелкого и среднего предпринимательства в связи с ограниченным спросом на товары, услуги, следовательно, предложение

предпринимателей будут универсальными – товары (работы) первой необходимости, в которых заинтересовано наибольшее количество проживающих лиц.

На территории округа сосредоточены крупные месторождения полезных ископаемых и иных природных ресурсов: алмазы, лес, газ нефть, водные и биоресурсы, золото [8], что позволяет развивать добывающую отрасль. Тем не менее, природные богатства округа и его выигрышное соседство с иностранными государствами не используется для целей международного сотрудничества и повышения уровня развития экономики [7].

В 2012 г. на федеральном уровне было создано Министерство РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики [5], в полномочия которого вошла разработка мер по поддержке малых и средних предпринимателей рассматриваемой территории. Разработка и реализация таких программ федерального уровня, привлечение инвестиций на Дальний Восток, информационная и консультационная помощь субъектам, осуществляющим предпринимательскую деятельность [6]. С участием дальневосточного населения была разработана и принята Национальная программа социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года, которая предусмотрела федеральное финансирование для поддержки малого и среднего предпринимательства (далее по тексту – МСП) в объеме 420 млрд рублей до 2024 года. В рамках данной программы для МСП предусмотрено:

- федеральное субсидирование поддержки и развития сельского хозяйства в регионах ДФО;
- свободный доступ МСП к цифровым бизнес-сервисам;
- преимущество предпринимателей Крайнего Севера на контракт с государственными органами субъекта РФ и местными органами власти;
- налоговые каникулы;
- льготный лизинг и финансирование;
- мораторий на надзорные мероприятия в 3-годовой период с момента регистрации [8].

Целями государственных федеральных программ в ДФО, направленных на поддержку малого и среднего бизнеса, является:

- создание конкурентных условий ведения хозяйства относительно соседних стран;
- приток инвестиций в объеме 3207,7 млрд рублей к 2030 году;
- экспортные сделки МСП с соседними странами;
- новые рабочие места, которые составят к 2030 г. 153,5 тыс. [3].
- развитие добывающей промышленности;
- разведение и переработка водных биологических ресурсов;
- развитие лесного хозяйства;
- местное сельскохозяйственное производство;
- развитие туризма;
- сохранение традиционного хозяйства и народных промыслов, в том числе доступ к природным ресурсам и управление ими малочисленными народами;
- налоговый зачет затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы на территории ДФО;
- профессиональное образование лиц, проживающих в Арктической зоне РФ, соответствующее потребностям территории;
- переезд в Арктику трудоспособного населения РФ [2];
- установление портового сбора за уголь, переваливаемый в морских портах ДФО, используя сумму сбора для поддержки МСП в сфере туризма округа [7].

Поддержкой субъектов РФ на Дальнем Востоке государство заинтересовалось достаточно давно. Основными причинами слабого экономического развития данной территории является затратность производственных процессов и отток населения, связанный с суровыми климатическими условиями, что разрушает рынок сбыта и приводит к утрате трудовых ресурсов. Затруднительная транспортировка производимой продукции в связи с наличием многочисленных малонаселенных территорий и отсутствием регулярных авиаперевозок, а также их высокая стоимость. Дополнительные затраты у хозяйствующих субъектов вызывают значительные компенсации работникам Крайнего Севера и аналогичных местностей. Из-за географического положения одним из районов, требующих особой государственной поддержки является Арктика.

Для поддержки предпринимательства в Арктике осуществляется:

- предоставление земельных участков для предпринимательской деятельности в упрощенном порядке;
- геологическое изучение Арктики;

- привлечение инвесторов к изучению ресурсов континентального шельфа под государственным надзором;
- развитие технологий добычи и производства нефти и газа;
- поддержка местных товаропроизводителей;
- поддержка рыбоперерабатывающих, рыбоводных, тепличных и животноводческих хозяйств [1].

Указанные государственные меры были реализованы в регионах ДФО представленным ниже образом. Одной из федеральных мер поддержки стало льготное кредитование предпринимателей малого и среднего звена. Российский Банк предложил кредитный продукт данным субъектам, осуществляющим деятельность в приграничных территориях ДФО. Доступность продукта была направлена на 36 муниципалитета Хабаровского, Приморского краев, Амурской и Еврейской областей. Объем выделяемых кредитных средств для приобретения оборотных средств производства составил от 3-х до 25 млн рублей для каждого участника, а срок кредитования – 3-годовой период. В рамках кредитования текущей деятельности хозяйствующего субъекта ставка кредитования составила 9,6% для среднего бизнеса и на 1 процент выше – для малого бизнеса. При кредитовании с целью инвестирования средств, процентная ставка предлагалась равной 8,9 и 9,9% соответственно. Еще одной фактически предоставленной федеральной мерой в ДФО для рассматриваемых категорий предпринимателей стала гарантия в лице соответствующих государственных органов в виде поручительства в рамках кредитования [8].

Финансовая поддержка государством регионов ДФО посредством соответствующего финансирования субъектов РФ, побудило последних к реализации мер поддержки МСП на региональных уровнях. Так, в 2023 г. власти субъектов Амурской области предусмотрели крупную поддержку предпринимателям области из бюджета субъекта в размере 461 млн рублей. На выдачу грантов и субсидий Министерство сельского хозяйства области предусмотрела 1766 млн руб. Гранты выдаются на развитие фермерского хозяйства, в том числе личного-подсобного и семейных ферм. Субсидируется сельскохозяйственный комплекс: первичная переработка природных объектов (грибов, ягод, орехов), полученных посредством собирательства, возмещение части затрат на электрическую и тепловую энергию, затраченную на тепличное выращивание плодов сельскохозяйственных растений, возмещение затрат мясного производства, в том числе оленеводства, мараловодства, мясного коневодства, субсидируются затраты на страхование сферы растениеводства [9].

В Еврейской автономной области меры поддержки малого и среднего предпринимательства реализуются посредством создания региональными властями центра «Мой бизнес» ЕАО. В состав центра вошли организации, необходимые для возможности развития предпринимательства: микрокредитная, поддержки экспорта (способствующая заключению экспортных контрактов товаропроизводителей области, таких в 2022 г. было 4), центр поддержки предпринимательства, компетенций сельского хозяйства и поддержки фермеров (осуществляют обучение и организацию ярмарок на различных уровнях, в том числе международном – в 2022 г. в Дубае), региональная гарантийная организация (выступает поручителем при оформлении кредитных средств предпринимателям автономной области, размер поручительств в 2022 г. составил 54,7 млн рублей) [10].

В Приморском крае для впервые зарегистрированных предпринимателей в 2022 г. была применена льготная налоговая ставка в 0% на 2-летний период. Налоговые льготы также коснулись действующие предприятия: снизились ставки по налогу на имущество (для субъектов, демонстрирующих кинофильмы на 1,5%, для объектов связи и обработки данных – на 1,1 процент), на доходы организации (от 5 до 10% организациям в сфере компьютерных технологий, производства, дизайна и ремонта одежды и от 3 до 7,5% организациям в сфере детского отдыха, демонстрации кинофильмов, бумажного производства и художественных народных промыслов). Фонд развития поручительства становился гарантом в займах до 70 млн рублей с ускоренным сроком рассмотрения (1 день) и упрощенным пакетом документов при займе до 10 млн рублей, льготные микрозаймы от 1 до 12% (предприятиям промышленности такие займы предоставлялись в 2022 г. под 5%), гранты молодым предпринимателям составили от 100 до 500 тыс. рублей, льготный лизинг уменьшил сумму сделки на 20%, гранты инновационным проектам составил до 2 млн руб., субсидии предусматривались на открытие собственного дела и привлечение рабочего населения в Приморский край, рыбоводческим и рыбоперерабатывающим предприятиям, субсидии на оплату электроэнергии, использованной в технологических целях, возмещение части затрат транспортировки и таможенных платежей экспортируемой продукции и т.д. [11].

Итак, территория ДФО обладает особым географическим положением, что влияет на ее экономическое развитие, так как малое и среднее предпринимательство составляет основу экономического роста и развития региона, а на данный сегмент возлагается повышенная нагрузка в связи с

наличием следующих проблем: необходимость оплаты высоких показателей энергетических ресурсов, дополнительные коэффициенты оплаты труда работникам, отток трудового ресурса, малонаселенные муниципальные образования, отсутствие транспортного сообщения между поселениями и нерегулярное высокооплачиваемое – в сравнении с иными регионами страны, недостаточность квалифицированных кадров, подготовленных для работы на Дальнем Востоке, нарушение экспорта с соседними странами, вызванное военной специальной операцией, неразвитость добывающей промышленности, сельского хозяйства и фермерства. Территория округа обладает огромными природными ресурсами: от нефти и золота до плодов дикой растительности, следовательно, необходимо привлечь субъектов МСП для развития бизнеса в рамках имеющихся объектов. Меры поддержки МСП подразделяются на федеральные и региональные. Софинансирование региональных мер возлагает на себя Правительство РФ. Основные меры поддержки включают в себя субсидирование, гарантию, льготное кредитование, льготный лизинг, льготное налогообложение, гранты.

Полученные результаты изучения и анализа мер поддержки малого и среднего секторов бизнеса на территории ДФО позволяют сделать следующие выводы:

– государство заинтересовано в развитии экономической составляющей Дальнего Востока, определяет основные проблемы и пути совершенствования данной деятельности как в программе, охватывающей деятельность всех субъектов ДФО, так и адресных стратегиях, направленных на развитие отдельных территорий, например, Арктики;

– федеральное финансирование рассматриваемого сектора экономики необходимо из-за большой нагрузки на субъекты РФ;

– большинство мер поддержки направлено на субсидирование сельского хозяйства (развитие фермерства, семейных, личных подсобных хозяйств) и льготное кредитование;

– введение моратория на проверки надзорными органами впервые зарегистрированных предпринимателей, снижает административную нагрузку на данный сектор.

Для привлечения субъектов МСП с целью осуществления деятельности в ДФО требуется:

– во всех субъектах субсидировать энергетические затраты, связанные с предпринимательской деятельностью;

– субсидировать транспортные затраты товаропроизводителей;

– во всех субъектах обнулить налоговую ставку для хозяйствующих субъектов среднего и малого звена до 2-летнего периода.

1. Об Основах государственной политики Российской Федерации в Арктике на период до 2035 года: указ Президента Рос. Федерации от 5 марта 2020 г. № 164 // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2020. – № 10. – С. 17.

2. О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года: указ Президента РФ от 26.10.2020 № 645 // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2020. – № 44. – С. 42.

3. Перечень поручений по итогам совещания с членами Правительства: утвержден Президентом Рос. Федерации 4 апр. 2021 г. № Пр-520. – URL: <https://www.consultant.ru>.

4. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа»: постановление Правительства Рос. Федерации от 15 апр. 2014 г. № 308 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2014. – № 18 (часть I). – С. 21.

5. О Министерстве Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики: постановление Правительства Рос. Федерации от 30 июня 2012 г. № 664 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2012. – № 28. – С. 98.

6. Об утверждении Концепции развития приграничных территорий субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 28 окт. 2015 г. № 2193-р // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2015. – № 45. – С. 37.

7. Об утверждении Национальной программы социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 24 сент. 2020 г. № 2464-р // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2020. – № 40. – С. 128.

8. Дурново Д.В. Инвестиции в развитие Дальнего Востока станут привлекательнее // Строительство: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2020. – № 11. – С. 10-14.

9. Региональные меры поддержки бизнеса Амурской области. – URL: <https://business.amurobl.ru/regionalmeasures?ysclid=lfvvy2o1mh248298574>.

10. Официальный портал органов государственной власти еврейской автономной области/ – URL: <https://www.eao.ru/vlast--1/deyatelnost/prioritetnye-natsionalnye-proekty-/regionalnye-proekty/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoy-initsiativy/?ysclid=lfrrwv38g4t165769586>.

11. «Мой бизнес» Институты развития бизнеса Приморского края. – URL: https://xn--25-9kcqjffxfnf3b.xn--p1ai/get_supports/regionalnye-mery-podderzhki.alnye-mery-podderzhki.

«ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ». ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ РОССИИ В 2023 Г.

А.Ю. Шилова

бакалавр

Т.В. Варкулевич

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье представлено определение значения «Шелкового пути» для России в настоящее время, в контексте развития экономических связей

Ключевые слова: *экономические и культурные связи, развитие индустрий, финансовые решения.*

«SILK ROAD». IMPORTANCE FOR RUSSIA IN 2023

The article presents a definition of the importance of the «Silk Road» for Russia at the present time, in the context of the development of economic ties.

Keywords: *economic and cultural ties, industrial development, financial solutions.*

«Шелковый путь» – это старинный транспортный маршрут, который соединял Восток и Запад и распространялся по территории Центральной Азии. В настоящее время этот маршрут становится всё более актуальным с точки зрения развития экономических и культурных связей между различными странами.

Для России «Шелковый путь» имеет стратегическое значение, так как он проходит через ее территорию. Общий объем торговли между Китаем и Россией составляет миллиарды долларов в год, и расширение транспортной инфраструктуры позволяет увеличить объем товарообмена. Кроме того, по этому маршруту проходят грузы из других стран Азии, таких как Иран, Ирак, Афганистан и Таджикистан (рис. 1). Важную роль в «Шелковом пути» играют транспортные пути, в том числе железнодорожный транспорт. Россия является ключевым пунктом на маршруте «Шелкового пути» для железнодорожных перевозок грузов из Китая в Европу и обратно. Запущенный в 2011 году железнодорожный маршрут China – Europe Express уже поставляет более 2000 контейнеров в российский порт Новороссийск каждый месяц. Таким образом, развитие «Шелкового пути» может стать одной из важнейших стратегических задач России в области транспортной логистики, торговли и экономического сотрудничества с другими странами.[1]



Рис. 1. Экономический пояс Шелкового пути

В 2023 году «Шелковый путь» продолжает оставаться важным для России, прежде всего, в контексте развития экономических связей с Китаем и другими странами Азии. Согласно заявлениям президента России Владимира Путина и других высокопоставленных чиновников, основной задачей России в контексте «Шелкового пути» является создание новых транспортных инфраструктурных проектов, в том числе транспортных магистралей, связывающих различные регионы. Один из таких проектов – строительство Байкало-Амурской магистрали – развитие инфраструктуры, которое позволит России (особенно сибирскому региону) усилить и расширить свои экономические связи с Китаем и другими странами Азии. Этот проект также является фондоемким и может предоставить дополнительные возможности для российских строительных и инженерных компаний. Кроме того, развитие «Шелкового пути» предоставляет России заманчивые возможности для развития своей транспортной индустрии, включая железнодорожный транспорт, логистику, судостроение и другие рынки. Строительство новых портов и транспортных магистралей также может предоставить дополнительные возможности для создания новых рабочих мест и поддержки местной экономики.

Наконец, «Шелковый путь» также является важной платформой для укрепления дипломатических связей России с Китаем и другими странами Азии. Развитие экономических связей может также увеличить взаимопонимание и укрепить стабильность в этом регионе, что имеет большое значение для международной безопасности и мира.

Как сообщает Китайский журнал грузоперевозок, количество грузов, доставленных через Шелковый путь, увеличилось в 10 раз с 2014 по 2019 годы. Согласно данным Национальной комиссии развития и реформ Китая, в 2019 году поезда, следующие по маршруту Китай-Европа, доставили 4400 контейнеров, что в 75 % больше, чем в 2018 году. Перевозки через Шелковый путь стали популярными благодаря преимуществам, таким как сокращенный срок доставки по сравнению с морскими перевозками и меньшие затраты по сравнению с авиационными [3].

Вместе с тем, в связи с пандемией COVID-19, показатели перевозок по Шелковому пути немного снизились в первой половине 2020 года, однако уже во втором полугодии они начали восстанавливаться. Результаты перевозок через Шелковый путь тесно связаны с международным экономическим климатом, поэтому будущие прогнозы могут быть подвержены изменению в зависимости от мировых трендов и политических ситуаций.

Другие тенденции, которые можно найти в Отчете ООН по торговле и развитию (UNCTAD) за 2020 год:

- Общий грузооборот через Шелковый путь достиг 135 млрд. долларов США в 2019 году.
- Основным направлением является Китай – Европа, с рекордной поставкой в 2019 году 4400 поездов, что соответствует росту на 75 % по сравнению с 2018 годом.
- Перевозки по Шелковому пути становятся более разнообразными, с увеличением грузовых потоков между Китаем и странами Юго-Восточной Азии, а также совместных инициатив с Африкой, Ближним Востоком и Средней Азией.

Кроме того, ООН прогнозирует дальнейший рост перевозок по Шелковому пути, особенно в связи с ростом торговых потоков между Китаем и Европой.

Любое значительное изменение в политическом положении в мире, может повлиять на торговые и логистические потоки. Например, конфликты, санкции, закрытые границы и другие политические проблемы могут привести к ухудшению условий для перевозок грузов, а также повысить затраты на их доставку. Политическая нестабильность может увеличить риски для логистических компаний и грузовладельцев, и соответственно, снизить их готовность к инвестированию в перевозки. С другой стороны, улучшение политических отношений между странами, может облегчить торговлю и содействовать развитию перевозок через Шелковый путь. Возможны различные сценарии, которые могут повлиять на перевозки грузов, в зависимости от стран, их отношений, экономического и политического развития.

В целом, необходимо учитывать, что перевозки через Шелковый путь являются частью более общей мировой транспортной сети, и их развитие зависит от многих факторов, среди которых политические вопросы могут играть важную роль.

Анализируя последние годы, можно заметить, что политические факторы действительно могут влиять на перевозки через Шелковый путь. Например, санкции Европейского союза и США против России в 2014 году привели к тому, что Россия начала активно продвигать маршрут Шелкового пути в Китай, Корею и Японию. Китай, в свою очередь, ответил активным развитием Шелкового пути и инвестициями в инфраструктуру стран Центральной Азии. С другой стороны, улучшение отношений между странами может привести к расширению торговых отношений и поддержке пе-

ревозок через Шелковый путь. Например, подписание США, Канады и Мексики Соглашения о континентальной торговле (USMCA)(рис. 2) в 2018 году содействовало увеличению логистических потоков между этими странами и способствовало развитию транспортных операций через Шелковый путь [4].



Рис. 2. United States–Mexico–Canada Agreement

Кроме того, можно отметить, что в условиях быстро меняющегося мирового политического климата, стоимость и эффективность перевозок по Шелковому пути может существенно изменяться в зависимости от экономических и политических факторов, включая изменения в правительственных политиках, торговых соглашениях, налоговых режимах и многое другое.

Таким образом, «Шелковый путь» имеет ключевое значение для России в контексте развития экономических и культурных связей с Китаем и другими странами Азии. Железнодорожный транспорт является важнейшим элементом этого маршрута, и Россия является ключевым пунктом на маршруте для перевозки грузов из Китая в Европу и обратно. Развитие «Шелкового пути» может стать одной из важнейших стратегических задач России в области транспортной логистики, торговли и экономического сотрудничества с другими странами, а также предоставит дополнительные возможности для российских компаний и развития местной экономики.

1. Савченко В.С., Смолина Е.С. Великий шелковый путь: история и экономика – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/velikiy-shelkovyy-put-istoriya-i-ekonomika>

2. Энциклопедия Кругосвет – ВЕЛИКИЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ – URL: https://www.krugosvet.ru/enc/istoriya/VELIKI_SHELKOVI_PUT.html

3. “Один пояс и один путь” – поговорим об ускоренных грузовых поездах из Китая – Режим доступа: <https://dzen.ru/media/id/5ce51f932c6cf100b0ec4104/odin-poias-i-odin-putpogovorim-ob-uskorenyh-gruzovyh-poezdah-iz-kitaia-5db808378600e100ae494dd5>

4. Транспортные коридоры шелкового пути: анализ барьеров и рекомендации по направлению инвестиций – Режим доступа: https://eabr.org/upload/iblock/304/EDB-Centre_2018_Report-50_Transport-Corridors_Barriers-and-Investments_RUS.pdf

Секция. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

УДК 33

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ НОВЫХ КОНТЕКСТОВ РАЗВИТИЯ

П.В. Макогонова

бакалавр

А.А. Вертинова

канд. экон. наук, старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Одним из важнейших элементов успешного функционирования предприятия является эффективная система управления. При этом, в условиях новых контекстов развития, системы управления претерпевают как эволюционные, так и радикальные изменения. В данной статье авторами посредством опроса анализируются инструменты управления и применение их в разных сферах деятельности.

Ключевые слова: организация, подходы управления, система управления, контексты развития, компания, инструменты управления, концепция подхода.

ANALYSIS OF APPROACHES TO ORGANIZATION MANAGEMENT IN NEW DEVELOPMENT CONTEXTS

One of the most important elements of the successful functioning of the enterprise is an effective management system. At the same time, in the conditions of new development contexts, management systems undergo both evolutionary and radical changes. In this article, the authors, through a survey, analyze management tools and their application in various fields of activity.

Keywords: organization, management approaches, management system, development contexts, company, management tools, approach concept.

Актуальность

Сегодня главной целью многих предприятий является достижение коммерческого успеха и получения прибыли в результате своевременного и качественного удовлетворения запросов общества за счет осуществления успешного обмена через совершенствование своих производственных процессов. В этой связи на первое место выходит система управления организацией.

Протекание мировой интеграции и глобализации, развитие рыночных отношений, следствием которого явилось усложнение внешней среды, повышение уровня ее изменчивости и неопределенности, сформировало потребность в создании новых структур и механизмов управления предприятиями.

Средний возраст компании уменьшается и в среднем будет составлять 12 лет. Проблема заключается в выборе инструментов управления и их наиболее эффективной комбинации для поддержания деятельности и развития компании в условиях ускоряющейся смены контекстов.

Научная новизна

Научная новизна исследования заключается в анализе подходов к управлению и ретроспективе.

Цели и задачи

Целью работы является подтверждение гипотезы о том, что в организациях любой сферы применяются одновременно инструменты из нескольких подходов к управлению организацией не смотря на различные контексты развития.

На основании обозначенной цели исследования можно выделить следующие задачи:

1. Проанализировать подходы к управлению организацией
2. Провести опрос и сформулировать выводы по проведенному опросу
3. Подтвердить или опровергнуть гипотезу

Методы исследования

В данной работе были применены следующие методы исследования: анализ и обобщение, контент анализ, системный подход, опрос, синтез, графическое моделирование.

Теоретические подходы к изучению подходов к управлению.

Рассмотрим некоторые из подходов управления и их характеристики в последовательности согласно их появлению. Для этого выделим такие характеристики как отличительная черта, показатели эффективности, инструменты и сфера применения. С помощью данных показателей можно будет оценить каждый из этих подходов.

Таблица 1

Социально-психологический подход

Социально-психологический подход			
Отличительная черта	Показатели эффективности	Инструменты	Сфера применения
Необходимость учитывать индивидуальные особенности и способности каждого из работников	Удовлетворенность работников, эффективность деятельности предприятия	Корпоративная культура, моральное стимулирование, развитие у работников инициативы и ответственности	Творческая деятельность

Социально-психологический подход является наиболее ранним в подходах управления. Его предпосылкой является формирование многоукладной экономики, развитие новых форм хозяйствования и возрастание требований к качественным характеристикам и профессиональному составу персонала предприятия в разных отраслях экономики [1].

Развитию таких поведенческих наук, как психология и социология способствовали исследования ученых: К. Арджириса, Р. Лайкерта, Дж. Макгрегора, Ф. Герцберга и др., которые изучали различные аспекты социального взаимодействия. К чести российских ученых и специалистов следует отметить, что первые шаги в области научного управления они сделали задолго до Тейлора-основоположника производственного менеджмента. В 60–70-х гг. XIX в. сотрудники Московского высшего технического училища (ныне МГТУ имени Н.Э. Баумана) разработали собственную методику рационализации трудовых движений, получившую «Медаль преуспевания» на Всемирной торговой выставке в Вене в 1873 г. [2]

Сфера применения данного подхода различна. Этот формат работы создан в первую очередь для руководства творческими и профессиональными коллективами в деятельности, опирающейся на компетенции сотрудников. То в компаниях есть, где присутствует демократический стиль управления.

К примеру, это может быть сфера проектирования, дизайна, рекламы.

Таблица 2

Институциональный подход

Институциональный подход			
Отличительная черта	Показатели эффективности	Инструменты	Сфера применения
Акцент на внешние факторы развития компании и взаимодействие компании с различными институтами [3]	Показатель социальной эффективности деятельности предприятия, показатель инновационно-технической деятельности предприятия	Поддержка НИОКР, развитие инжиниринговых центров	Социальный, психологический, политический, этический и правовой аспект хозяйственной деятельности

В экономической науке одной из ведущих концепций является институционализм. В центре внимания институциональной теории находятся экономические проблемы в их органической взаимосвязи с социальными, психологическими, политическими, этическими и правовыми аспектами хозяйственной деятельности.

Институциональный менеджмент позволяет контролировать то, что происходит в общем ментальном эфире, чувствовать и направлять общую ситуацию, складывающуюся в данном поле.

В исторической ретроспективе институционализм как научная школа зародился в США на рубеже XIX–XX веков. Институциональная теория стала своеобразным оппонентом монополисти-

ческому капиталу, неким инструментом, способным защитить интересы «среднего» класса. У истоков институционализма стояли Дж. Р. Коммонс и Т. Веблен.

Подходы и методы институционализма успешно применимы для решения управленческих задач самого широкого круга. Институционалисты активно исследуют взаимодействие монополий и конкуренции, проблемы олигополии и другие стороны хозяйственного механизма. Одной из центральных проблем развития и обновления экономики институционалисты считают создание системы социального контроля над рыночной экономикой, вплоть до разработки институциональных суперструктур как связующих звеньев между конкуренцией и координацией, своеобразных надрыночных механизмов, воздействующих на функционирование всего общества. Характерен пример системы «переплетающихся директоров», представляющей совокупность межличностных и межкорпоративных связей во властных структурах США. [4]

Таблица 3

Адаптивный подход

Адаптивный подход			
Отличительная черта	Показатели эффективности	Инструменты	Сфера применения
Предполагает более полное использование свойств предприятия как самоорганизующейся, живой системы, балансирующей на грани хаоса	Уникальный набор индикаторов, который определяет параметры границ, в пределах которых система, может устойчиво функционировать и развиваться (технологические связи, материальные и финансовые потоки и т.д.) [5]	Модель делового совершенства (EFQM), Навигатор Скандия, Диагностика обучающейся организации	Социальная сфера, духовная сфера, часто применяется в условиях трансформации любой из сфер деятельности [6]

Адаптивное управление предполагает децентрализацию управления и предоставление относительной оперативной и финансовой самостоятельности отдельным подразделениям. Такой тип управления характерен для дивизиональных структур, где за центральной администрацией остаются функции разработки стратегии развития и жесткого контроля по общекорпоративным вопросам, а часть или даже все «штабные» функции (планирование, учет, финансовое управление и др.) передаются подразделениям. [7]

Управление с адаптацией (адаптивное управление) – это управление в системе с неполной априорной информацией об управляемом процессе, которое изменяется по мере накопления информации и применяется с целью улучшения качества работы системы

Систему считают адаптивной, если она может приспосабливаться к изменениям внутренних и внешних условий.

Таблица 4

Проектное управление

Проектное управление			
Отличительная черта	Показатели эффективности	Инструменты	Сфера применения
Динамическое развитие	Время, накопленные отклонения, количество завершенных проектов, выполнение бюджета проекта [8]	Agile, DevOps, Kanban, Scrum	Промышленность, экономика в целом, политика, духовная сфера, социальная, правовая сфера

Учитывая первый современный опыт применения проектного подхода, а точнее формирование проектных команд и организацию их труда, можно предположить, что наиболее успешным стал опыт работников технических специальностей – разработчиков, программистов, дизайнеров, верстальщиков, фронтэндов, SMM-специалистов. Проекты в этой сфере имеют четкие очертания, результаты итераций, заданные характеристики и технические задания от заказчика.

Проектный менеджмент (проектное управление) – это управленческая деятельность, направленная на создание в традиционной организации благоприятных условий для выполнения проектов как специфической деятельности, ориентированной на краткосрочную цель.

Этапы проектного развития в России произошли в 2005 году. В 2016 году создали Совет по стратегическому развитию и приоритетным проектам.

В настоящее время проектное управление широко применяется, прежде всего, в промышленности и экономике в целом, но также и в политике (политические проекты), духовной сфере (образовательные, воспитательные, культурные и др. проекты), в социальной, правовой и других областях.

Исследователи выделяют следующие перспективные рынки проектов в ключевых отраслях промышленности и социальной сфере России:

- топливно-энергетический комплекс (ТЭК), нефтепереработка и нефтехимия;
- обеспечение населения продовольствием и медикаментами;
- конверсия военно-промышленного комплекса;
- транспорт, связь и телекоммуникации;
- жилищное строительство;
- наука [9]

Таблица 5

Инновационный ESG подход

Проектное управление			
Отличительная черта	Показатели эффективности	Инструменты	Сфера применения
Забота об экологии и обеспечение достойного будущего для планеты.	Стандарты развития в трех категориях: социальной, управленческой и экологической.	Корпоративная культура, специальные инвестиционные контракты, поддержка НИОКР	Стандарты развития в трех категориях: социальной, управленческой и экологической.

Всё чаще в разных странах мира вводится ценность бережного отношения и сохранения природы в связи с увеличивающимся антропогенным воздействием человека на неё. В последние годы широкое распространение получила концепция устойчивого развития ESG, предполагающая учет трёх показателей: осуществления экологического потребления ресурсов и бережного отношения к окружающей среде (E – environmental), выполнения социальных обязательств перед сотрудниками, потребителями и обществом в целом (S – social), а также корпоративного управления, направленного на построение дружественных взаимоотношений с государством, инвесторами и потребительским сектором с целью предотвращения ущерба природным богатствам планеты (G – governance). [10]

После Второй Мировой войны, а также в условиях напряженной политической и экономической обстановки, общество осознало важность социальных и экологических факторов, так как они предопределяют путь развития социума. В финансовой сфере возникла новая задача: институализация новых требований, предъявляемых компаниям, торгующим на биржах. В рамках решения поставленной задачи, международными инвесторами при поддержке Программы ООН по окружающей среде в 2005 году была создана Ассоциация ответственно инвестирования PRI [11].

Пример применения данного подхода. Компания «Российские железные дороги» является одной из первых отечественных организаций, вступивших на путь устойчивого развития. В 2007 году она стала участником Глобального договора ООН. В 2020 году холдинг «РЖД» присоединился к Декларации Международного союза железных дорог по устойчивому развитию, согласно которому обязуется к 2050 году прийти к углеродной нейтральности и обеспечить декарбонизацию (снижение выбросов углекислого газа) транспорта. [12]

Результаты опроса

В ходе исследования, был проведен опрос, целью которого являлось выявить наиболее популярные инструменты управления, а также их количество, применяемое в различных сферах деятельности. В опросе приняло участие 62 человека. Для расчета выборки использовался онлайн калькулятор, доверительная вероятность составляла 95%, доверительный интервал (погрешность) – 5%. За генеральную совокупность было принято общее число лиц, работающих в разных сферах деятельности в компаниях, существующих на рынке более 10 лет.

В первую очередь необходимо было выявить сферы деятельности респондентов.

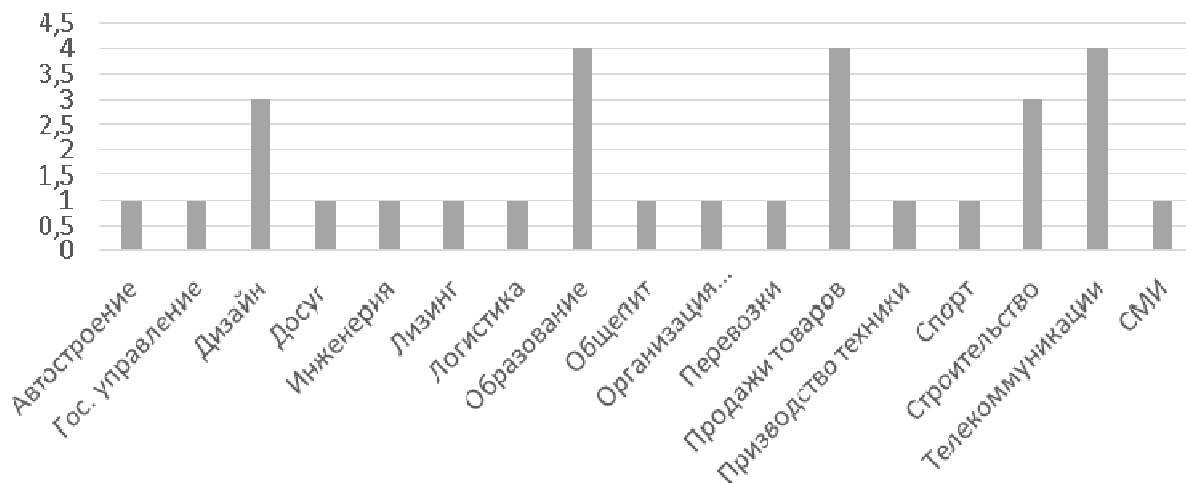


Рис. 1. Сфера деятельности компании

Среди опрошенных преобладают такие сферы, как дизайн, образование, продажи товаров, строительство и телекоммуникации. Остальные респонденты выбрали другие сферы деятельности, кардинально отличающиеся друг от друга.

Следующим шагом в опросе были проанализированы используемые инструменты управления в компаниях.

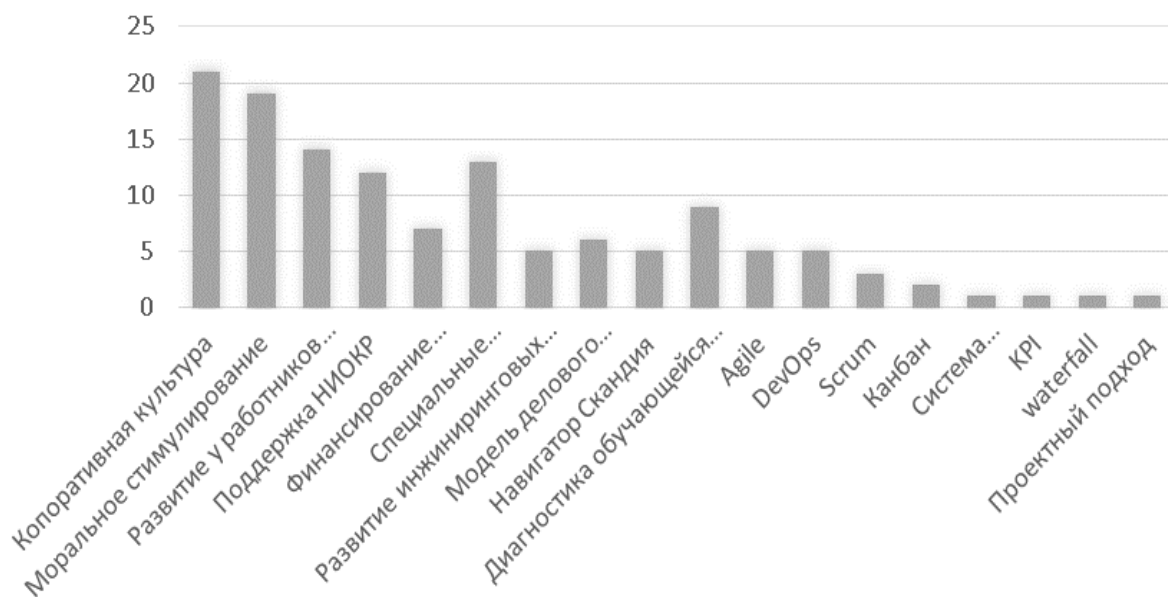


Рис. 2. Инструменты управления

Наиболее популярными инструментами управления оказались: корпоративная культура; развитие у работников инициативы и ответственности; моральное стимулирование; специальные инвестиционные контракты; диагностика обучающейся организации. Наименее популярные инструменты: проектный подход; agile; scrum; DevOps; система сбалансированных показателей и т.д.

Завершительным шагом в опросе была необходимость узнать, какое количество инструментов используют в одной компании.

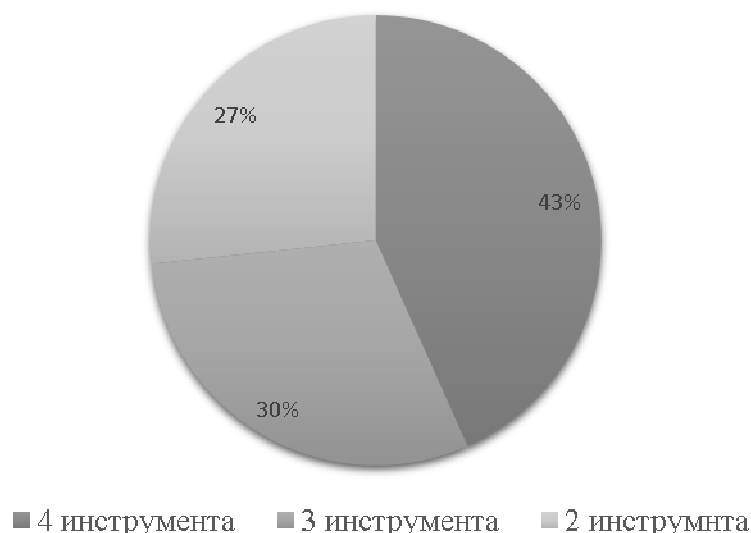


Рис. 3. Выбор количества инструментов

Ни одна компания не указала только 1 инструмент. 43 % компаний выбрали 4 инструмента, 30 % выбрали 3 инструмента, остальные 27 % выбрали 2 инструмента.

Этот факт подтверждает гипотезу о том, что преобладающее большинство компаний используют несколько инструментов управления в условиях новых контекстов развития.

Таким образом были проанализированы различные подходы к управлению организацией по следующим критериям: особенности, показатели эффективности, инструменты и сферы применения, более того были рассмотрены как давно появившиеся подходы, так и современные. Результаты анализа показали, что каждый из подходов дополняет предыдущий и адаптирует его к новым условиям, устраняя слабые места. Проведенный опрос подтвердил, что в компаниях используют различные инструменты, принадлежащие различным подходам к управлению.

1. Чаплыгин П.В. Технологии управления персоналом: экономические и социально-психологические методы // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. №5 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-upravleniya-personalom-ekonomicheskie-i-sotsialno-psihologicheskie-metody> (дата обращения: 25.02.2023).

2. Овчаренко Г.В. Эволюция практических и теоретических аспектов социального управления // Пространство экономики. 2012. №3-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-prakticheskikh-i-teoreticheskikh-aspektov-sotsialnogo-upravleniya> (дата обращения: 16.03.2023).

3. Петросян Д.С. Институциональный менеджмент – наука управления институтами // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. 2006. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnyy-menedzhment-nauka-upravleniya-institutami> (дата обращения: 25.02.2023).

4. Горшенин В.Ф. Методология институционального подхода в управлении // Вестник ЧелГУ. 2003. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-institutsionalnogo-podhoda-v-upravlenii> (дата обращения: 09.03.2023).

5. Шарапов А. Р., Гилязова А. А. Адаптивное управление как фактор конкурентоспособности предприятий нефтехимической отрасли // Вестник Казанского технологического университета. 2012. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptivnoe-upravlenie-kak-faktor-konkurentosposobnosti-predpriyatiy-neftehimicheskoy-otrasli>

Прибора А.В. Система адаптивного управления организацией // Вестник МГУП. 2011. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-adaptivnogo-upravleniya-organizatsiy> (дата обращения: 16.03.2023).

6. Прибора А.В. Система адаптивного управления организацией // Вестник МГУП. 2011. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-adaptivnogo-upravleniya-organizatsiy> (дата обращения: 16.03.2023).

7. Оптимизация организационной структуры управления в системе высшего образования – проектное управление Турдукулов Феликс. – 2016. – № 1-2 (5). – С. 252-256.

8. Калязина Е.Г., Плешакова Е.Ю., Цветков А.Н. Проектный менеджмент: трактовки, особенности и векторы развития // Теория и практика общественного развития. 2020. №8 (150). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektnyy-menedzhment-traktovki-osobennosti-i-vektory-razvitiya> (дата обращения: 25.02.2023).

9. Грошева Е.К., Начаркин М.А., Чуприна А.Д. Этапы развития проектного управления в мире и в России // Бизнес-образование в экономике знаний. 2021. №2 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-proektnogo-upravleniya-v-mire-i-v-rossii> (дата обращения: 11.03.2023).

10. Щербакова Д.В., Мамедгулиев Р.И. ESG-Трансформация как фактор инновационного управления компанией сферы железнодорожного // Общество: политика, экономика, право. 2022. №5 (106). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/esg-transformatsiya-kak-faktor-innovatsionnogo-upravleniya-kompaniey-sfery-zheleznodorozhnogo-transporta> (дата обращения: 25.02.2023).

11. Озырев Н.А., Маркина А.М. Перспективы развития принципов управления ESG в России // Вестник евразийской науки. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-printsipov-upravleniya-esg-v-rossii> (дата обращения: 11.03.2023).

12. Щербакова Д.В., Мамедгулиев Р.И. ESG-трансформация как фактор инновационного управления компанией сферы железнодорожного // Общество: политика, экономика, право. 2022. №5 (106). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/esg-transformatsiya-kak-faktor-innovatsionnogo-upravleniya-kompaniey-sfery-zheleznodorozhnogo-transporta> (дата обращения: 11.03.2023).

УДК 353.9

ВЛИЯНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА НА СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ: ОТРАСЛЕВОЙ АСПЕКТ

Е.А. Новикова
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В настоящее время актуальной является проблема поддержания высокого уровня качества образования, как по России в целом, так и в рамках регионов. Реализация нацпроектов с использованием механизма государственно-частного партнерства должна стать ключевым инструментом совершенствования социально-экономической политики страны и привести к положительному экономическому эффекту.

***Ключевые слова:** развитие системы образования, Россия, Приморский край, региональные программы, концессионные соглашения.*

THE INFLUENCE OF INTERACTIONS BETWEEN OFFICIALS (AUTHORITIES) AND LOCAL BUSINESSES ON SOCIAL DEVELOPMENT OF PRIMORSKY KRAI: INDUSTRY ASPECT

Nowadays, the problem of maintaining a high level of education quality is urgent for Russia as a whole and by region. National projects implementation with the usage of public-private partnership should become the key tool to developing of Russia social-economics policy and lead it to positive economic effect.

***Keywords:** development of the education system, Russia, Primorsky Krai, regional programs, concession agreements.*

Одним из ключевых направлений социально-экономического развития страны является вхождение Российской Федерации в число десяти ведущих стран мира по качеству общего образования [1]. Данность не представляется возможной без значительных инвестиций в усовершенствование экономики России. Стремление к национальным целям требует инновационного формирования социально-экономических процессов. Бюджетные ограничения на всех уровнях приводят к сдвигу в подходах государственной политики, созданию определенной льготной составляющей для частных инвесторов. Так, взаимодействие между государством и бизнесом является обособленным инструментом проектного управления, объектом государственного контроля и надзора, в том числе в сфере образования.

Государственно-частное партнерство (далее – ГЧП) – это экономические, правовые, административные, организационные и другие партнерства, направленные на наиболее эффективное использование имеющихся ресурсов для управления социально-экономическим развитием и модернизацией национальной и региональной экономики. ГЧП представляет из себя институциональный

и организационный союз государственной власти и частного бизнеса направленный на реализацию социально значимых проектов в широком спектре сфер деятельности, от развития стратегически важных секторов экономики до оказания государственных или муниципальных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий [2].

В России ГЧП нацелено на повышение качества и доступности оказания работ, выполнения услуг в рамках публичной инфраструктуры. Также выделяется и экономическое значение государственно-частного партнерства, которое заключается в возможности привлечения инвестиций в экономику России и экономии бюджетных средств, в поддержке и развитии предпринимательства и конкуренции [2]. С использованием исследуемого инструмента снятие или уменьшение инфраструктурных ограничений работает как стимулирование мультипликационного экономического эффекта, что благоприятно влияет на достижение глобальных национальных целей в индуктивном аспекте. Иными словами, сохранение и расширение практики поддержки инфраструктурных ГЧП-проектов за счет средств федерального бюджета позволяет эффективнее преодолевать дефицит инфраструктуры [3]. В рамках большинства проектов возможно софинансирование расходных обязательств субъектов РФ только на выплату капитального гранта (табл. 1).

Таблица 1

Данные по софинансированию в сфере образования

Направления софинансирования	Предельная доля софинансирования общей стоимости проекта из федерального бюджета	Минимальная доля частных инвестиций в затратах на создание
Школы	Капитальный грант: 35% X до 75% X в зависимости от уровня бюджетной обеспеченности X – предельный уровень софинансирования из средств бюджета в рамках нацпроектов (в среднем 95%) Плата концедента: от 55% до 75% в зависимости от уровня бюджетной обеспеченности	Не установлена

Софинансирование расходов как в рамках капитального гранта, так и платы концедента возможно в реализации двух программ, на одну из которых следует обратить внимание в соответствии с происходящим исследованием [3]. Так, имеется ввиду демографическая субсидия на строительство школ, что связано с ограниченными возможностями возврата инвестиций концессионером за счет иной коммерческой деятельности. В настоящее время стремительно развивающееся взаимодействие по софинансированию реализовано на платформе «Росинфа», где функционал предполагает перевод госконтрактов на строительство школ в концессионные соглашения (далее – концессии). По данным учета платформы «Росинфа» на различных уровнях власти на данный момент реализовано следующее количество объектов (рис. 1).



Рис. 1. Проекты по уровням реализации

В отборе участвуют проекты, которые ранее планировалось реализовать в рамках госконтрактов с использованием «базовой» субсидии Минпросвещения России. Там же находится своего рода реестр успешно реализованных объектов по всей стране [4]. При этом, текущий объём федерального софинансирования в рамках государственной программы и нацпроекта покрывает дефицит

учебных мест до 2025 года только на 35–40%. Для его покрытия необходимо дополнительно выделить порядка 140 млрд руб. на создание еще 120 школ до 2025 года.

Реализация проектов с применением инноваций имеет определенные риски. Основываясь на опыте взаимодействия региональных органов власти и бизнеса по всей стране, наблюдаются такие риски, как увеличение стоимости создания объекта после заключения концессионного соглашения, затягивание сроков на предпроектной стадии, пересмотр бюджетных платежей в соответствии с механизмом особых обстоятельств и увеличения лимита кредитования финансирующими организациями и др. [5]. Так, по программе строительства школ для получения поддержки необходимо соблюдение широкого перечня требований к финансовой, правовой и технической структуре проекта, которые, среди прочего, подобраны с учетом условий банковского кредитования.

На базе Дальневосточного федерального округа, в частности в Приморском крае, существует множество перспектив для реализации и совершенствования механизма ГЧП. Регион имеет высокую инвестиционную привлекательность, что в первую очередь обусловлено наличием специальных территорий, имеющих льготные условия для ведения бизнеса. Помимо прочего, регион славится большим разнообразием природных ресурсов, своими масштабами и выгодным географическим положением [5]. Но все же низкий уровень развития инфраструктуры порождает необходимость не только государственного, но и частного вмешательства в сфере образования в том числе (рис. 2).

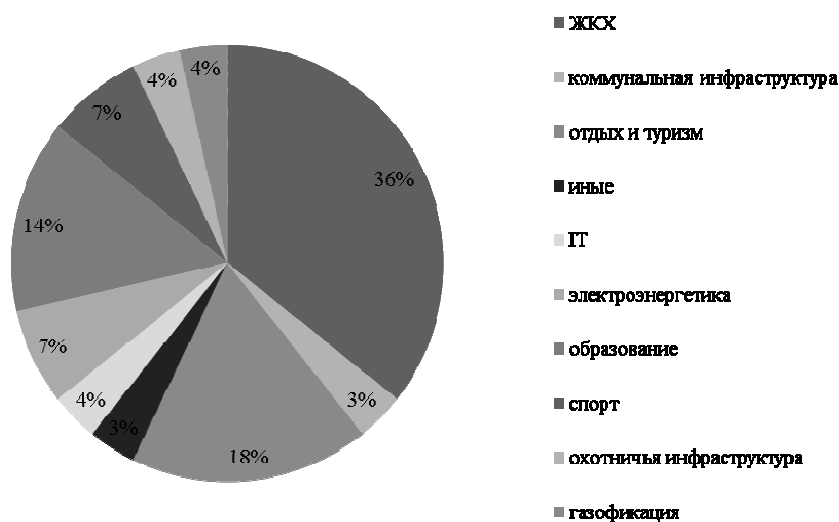


Рис. 2. Объекты инфраструктуры, в отношении которых реализуются проекты ГЧП

Чтобы появилась возможность рассуждать об эффективности взаимодействий госорганов и бизнеса, необходимо рассмотреть механизмы государственно-частного партнерства в Приморском крае на конкретных примерах из отрасли. Концессионные соглашения в аспекте объектов образования в Приморском крае заключаются между министерством образования Приморского края в лице заместителя председателя Правительства Приморского края – министра образования Шамоновой Эльвиры Викторовны и обществами с ограниченной ответственностью, концедентом и концессионером соответственно. Существенные условия этих соглашений регламентируются частью 1 статьи Закона о Концессионных соглашениях, ст. 431.2 Гражданского кодекса Российской Федерации и др. (табл. 2).

Таблица 2

Объекты соглашений в сфере образования в Приморском крае

№ п/п	Наименование муниципального образования	Форма соглашения	Срок действия соглашения	Объект соглашения	Способ инициирования
1.	г. Уссурийск	Концессионное соглашение	2022-2037	Общеобразовательная школа на 1100 мест	Частная инициатива
2.	г. Владивосток	Концессионное соглашение	2022-2028	Объект капитального строительства – общеобразовательная школа на 1100 мест	Частная инициатива

№ п/п	Наименование муниципального образования	Форма соглашения	Срок действия соглашения	Объект соглашения	Способ инициирования
3.	Надеждинский район	Концессионное соглашение	2021-2028	Средняя общеобразовательная школа на 450 ученических мест в п. Зима Южная	Частная инициатива

Социально-экономическая значимость для развития региона подкрепляется перечнем финансовой поддержки обозначенной частной инициативы. [5]. В рамках НП «Образование» региональными органами власти, уполномоченными на осуществление контрольно-надзорных полномочий, ведется контроль по направлению «Создание новых мест в общеобразовательных организациях в связи с ростом числа обучающихся, вызванным демографическим фактором» (табл. 3).

Таблица 3

Плановый объем финансирования объектов соглашений

№п/п	Объект	Срок ввода	Общий объем финансирования в 2023 году (тыс. руб.)			Кассовое исполнение (тыс. руб.)			% исполнения ФБ
			Всего	ФБ	КБ	Всего	ФБ	КБ	
1	Школа на 450 мест в ЖК "Формат" п. Зима-Южная	15.06.2023	260	258	1 450,32	0,00			0%
			115,92	665,60					
			Тех.готовность	45,00%				ООО ДНС Развитие	
2	Школа на 1100 мест в районе Снеговая падь г. Владивостока	31.12.2024	127	124	2 547,89	0,00			0%
			394,89	847,00					
			Тех.готовность	Март 2023 – планируется получение разрешения на строительство и определение подрядчика				07.09.2022 заключено КС с ООО «ШКОЛА БУДУЩЕГО – 4»	
3	Общеобразовательная школа на 1100 мест по адресу: ул. Чичерина, 155, г. Уссурийск, Приморского края	31.12.2024	93	91 384,10	1 864,98	0,00			0%
			249,08						
			Тех.готовность	Выдано разрешение на строительство. Определен подрядчик проект+СМР. Проектирование				14.09.2022 заключено КС с ООО ПроШкола	

Концессиями также определяются финансовые показатели проекта, поддающиеся в дальнейшем анализу. Так, закрепляются все обязательства, необходимые для обеспечения окупаемости инвестиций Концессионера на этапах создания, осуществления технического обслуживания и иных затрат на эксплуатацию.

К примеру, концессионное соглашение с ООО ПроШкола предусматривает такие финансовые характеристики проекта, как «подключение объекта к сетям инженерно-технического обеспечения», «строительную стоимость», «объем инвестиций Концессионера», «операционные платежи по возмещениям затрат» и т.д. по статьям расходов [4].

В случае досрочного прекращения соглашения также определяется сумма возмещения и страховые выплаты. Концессионные соглашения на базе нацпроектов представляют собой контролируемый госорганами механизм, что влияет на соответствие планируемого результата действительности.

В результате межведомственного взаимодействия контрольными органами создаются дорожные карты, диаграммы Ганта – инструменты регулирования строительства и ввода в эксплуатацию объектов [5]. Данные поддаются анализу в призме экономического эффекта (рис. 3).

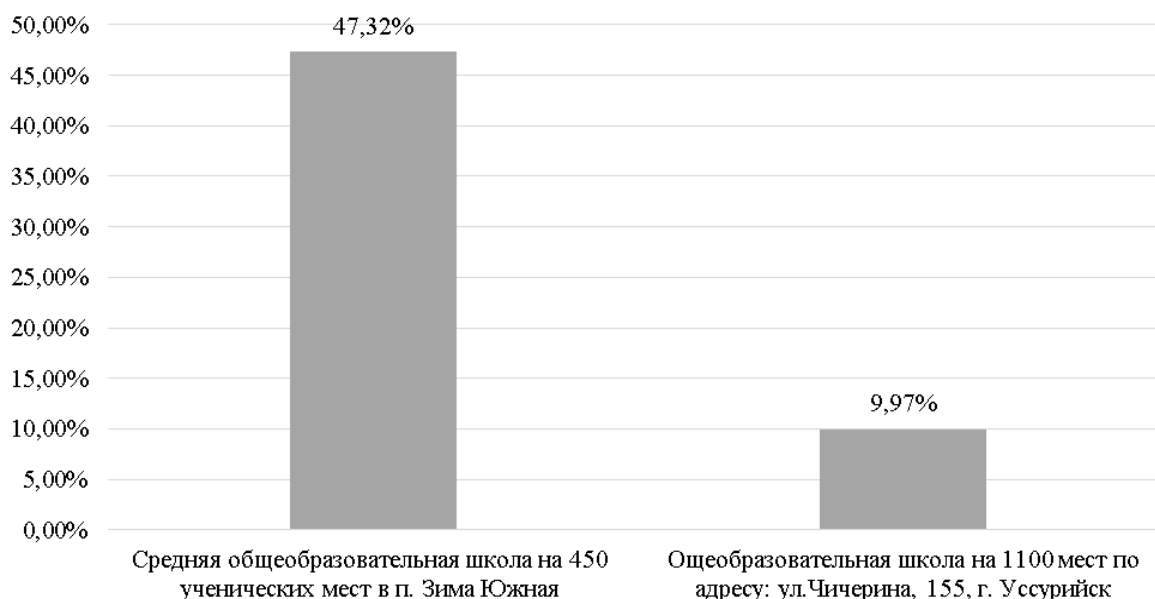


Рис. 3. Экономический эффект от реализации проектов

Содействие государства и бизнеса в рамках нацпроектов и концессионных соглашений хоть и имеет значительный социально-экономический эффект, но в сфере образования является относительно новым направлением, требующим проработки и учета опыта других регионов.

Даже при том, что в Приморье проведены работы по совершенствованию законодательства в сфере соглашений ГЧП и концессий, у инвесторов остаются большие сомнения по поводу эффективности и надежности данного механизма взаимодействия. По большому счету «стартовая» ситуация по объектам образования выглядит следующим образом (рис. 4).

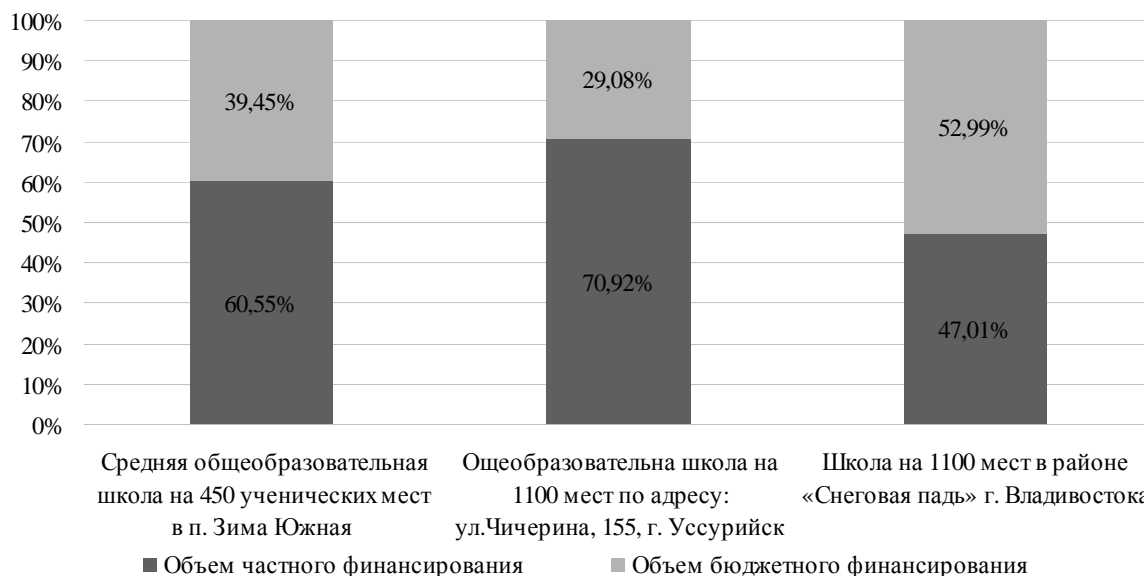


Рис. 4. Структура финансирования проектов

Предпосылки дальнейшего успешного содействия будут подкреплены в том числе оперативным строительством школ, а также огласки данной ситуации в СМИ. Придание постоянного статуса ключевым антикризисным механизмам, которые носят временный характер и направлены на упрощение процедур заключения ГЧП-проектов и внесение изменений в соглашения – явный ориентир привлечения и других инвесторов [3]. Экспертно отмечается важность сокращения сроков запуска проектов, повышения квалификации представителей публичной стороны, а также повышения прозрачности и внедрения принципов стандартизации в процессы подготовки проектов для роста их качества.

Многоканальное финансирование и развитие материально-технической базы учебных заведений посредством концессий и партнерств приведет к созданию качественных услуг. ГЧП в сфере образования отведена особая роль: с одной стороны, между госзакупками и полной приватизацией, а с другой, между приватизацией и арендой, в общем и целом, предполагается, что частные инвесторы берут на себя как раз такую роль поставщиков инфраструктурных активов и услуг, которые традиционно предоставлялись или финансировались исключительно государством, что является инновационным механизмом не с точки зрения новизны его существования, а новизны отлаженной реализации [5].

Таким образом, введение и совершенствование в Приморском крае механизмов ГЧП, в том числе в сфере образования, обладает определенным социально-экономическим эффектом [6]. Отмечается вклад проектов в обеспечение общей потребности территории в новых учебных местах. Далее необходима активизация инвестиционных процессов, стандартизация нормативно-правовой защиты бизнеса для решения общественно значимых, стратегических задач государства по развитию дальневосточных территорий, повышению уровня жизни населения, что станет стимулом к развитию частного предпринимательства.

1. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента РФ от 21.07.20 № 474 (ред. 21.07.20) // СПС «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/74404210/>

2. Щелкунова Т.Г. Совершенствование государственно-частного партнерства в России. // КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-v-rossii/viewer>

3. Национальный центр ГЧП Государственная поддержка ГЧП в России 2022. // Библиотека материалов Росинфа. – URL: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/gosudarstvennaa-podderzka-gcp-v-rossii-2022>

4. Национальный центр ГЧП Основные тренды и статистика рынка ГЧП по итогам 2022 года: аналитический дайджест. // Библиотека материалов Росинфа. – URL: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/osnovnyetrendy-i-statistika-rynka-gcp-po-itogam-2022-goda-analiticeskij-dajdzest>

5. Кривопалова А.А. Государственно-частное партнерство в сфере образования. // КиберЛенинка. – [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-sfere-obrazovaniya/viewer>

6. Волынчук Я.А. Приморский край в системе реализации государственного проекта о создании территорий опережающего развития // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 3-4. С. 680-684.

УДК 330.3

РОЛЬ ДАЛЬНЕГОРСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

А.В. Перова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Важная роль в экономическом развитии регионов отводится повышению конкурентоспособности муниципальных образований. В статье рассмотрено современное социально-экономическое положение Дальнегорского городского округа и рассмотрены пути его развития, как фактора повышения конкурентоспособности Приморского края.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, Приморский край, Дальнегорский городской округ, повышение конкурентоспособности.

THE ROLE OF THE DALNEGORSK CITY DISTRICT IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF PRIMORSKY KRAI

An important role in the economic development of the regions is assigned to improving the competitiveness of municipalities. The article examines the current socio-economic situation of the Dalnegorsk city district and considers the ways of its development as a factor in increasing the competitiveness of the Primorsky Territory.

Keywords: competitiveness of the region, Primorsky Krai, Dalnegorsk city district, increasing competitiveness.

Конкурентоспособность региона – это «...способность региона обеспечивать производство конкурентоспособных товаров и услуг в условиях эффективного использования существующих факторов производства (экономического потенциала), задействования существующих и создания новых конкурентных преимуществ, сохранения (повышения) уровня жизни населения...» [1, с. 12].

Приморский край, как и иной другой регион Российской Федерации, нуждается в постоянном поддержании конкурентоспособного состояния, как базиса своего экономического развития. Повышение конкурентоспособности Приморского края осуществляется посредством роста конкурентоспособности наполняющих его муниципальных образований. Именно поэтому изучение роли Дальнегорского городского округа в повышении конкурентоспособности Приморского края и формирует актуальность исследования.

Цель исследования – выявление возможных направлений социально-экономического развития Дальнегорского городского округа как фактора развития конкурентоспособности Приморского края.

Для достижения данной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

1) Проанализировать современное социально-экономическое положение Дальнегорского городского округа.

2) Вывить и предложить направление развития Дальнегорского городского округа, способствующее укреплению его социально-экономического положения.

3) Определить влияние данного предложения на рост конкурентоспособности Приморского края.

Реализация поставленных задач осуществляется общенаучными (дедукции и индукции) и специально-прикладными (сводки и группировки, горизонтального и вертикального анализа) методами познания.

Научная новизна исследования обусловлена современностью оценки социально-экономического состояния Дальнегорского городского округа и определения роли данного муниципального образования в развитии конкурентоспособности региона.

Оценку роли Дальнегорского городского округа в повышении конкурентоспособности Приморского края начнем с характеристики данного муниципального образования и анализа современной социально-экономической ситуации на его территории.

Так, исторически, Дальнегорск – это моногород, место сосредоточения двух предприятий со значного значения – «Бор» и «Полиметалл», имевших характер градообразующих организаций.

В современности, Дальнегорский городской округ – муниципальное образование Приморского края, расположенное на севере региона, в пространстве г. Дальнегорск и прилегающих к нему сельских поселений. Площадь округа – 5342 км², округ расположен в северо-восточной части Приморского края, восточная часть округа омывается водами Японского моря. На территории округа расположены гор. Дальнегорск (административный центр), пгт. Рудная Пристань, села – Лидовка, Мономахово, Сержантово, Каменка, Краснореченский и Тайга, и деревня Черемшаны. Дальнегорск связан с административным центром края – г. Владивосток (535 км) и другими населенными пунктами Приморья федеральной автомобильной трассой, населенные пункты округа связаны между собой местными шоссейными и грунтовыми дорогами. Морской порт в пгт. Рудная Пристань связывает территорию Дальнегорского городского округа с российскими и иностранными портами. Местный аэропорт в пгт. Пластун обслуживает регулярные авиалинии с аэропортом Владивостока [2].

Местное самоуправление Дальнегорского городского округа построено в порядке, предусмотренном Конституцией России, нормами федерального закона «Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации» и уставом округа.

Показатели исполнения бюджета Дальнегорского городского округа в 2020–2022 гг. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Динамика показателей бюджета Дальнегорского ГО, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп роста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Доходы бюджета, всего млн руб.	1599,1	1514,2	1480,3	- 84,9	-31,2	-5,3	-2,1

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп роста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Расходы бюджета, всего млн руб.	1 586,9	1 541,6	1 498,0	-45,3	-52,6	-2,8	-3,4
Дефицит (-), профицит (+), млн руб.	+12,2	-27,4	-17,7	-39,6	9,7	324,6	35,4
Дефицит (-), профицит (+), в проц. к расходам.	+ 0,7	-1,7	-1,2	-2,4	0,5	-	-

Источник: [3; 4].

Как следует из приведенных данных, в течение 2020–2022 г. доходы бюджета Дальнего городского округа снизились с 1799,1 млн руб. в 2020 году до 1480,3 млн руб. в 2022 году. Снижение доходной части бюджета на 17,7% от уровня базового года обусловлено сокращением собственных доходов в силу сложной социально-экономической обстановки из-за пандемии и антироссийских санкций. Расходы бюджета Дальнего городского округа так же сократились с 1 786,9 млн руб. в 2020 году до 1498,0 млн руб. в 2022 году, снижение – 16,1% от уровня базового года.

В течение всего рассмотренного периода исполнение местного бюджета Дальнего городского округа имело практически бездефицитный характер: в 2020 году профицит бюджета составлял 0,7% от величины расходов, в 2021 и 2022 гг. был получен дефицит в размерах 1,7% и 1,2%, соответственно.

С учетом данных величин и окружающей негативной макроэкономической обстановки финансовую самодостаточность Дальнего городского округа можно считать удовлетворительной.

Проанализируем экономические результаты деятельности хозяйствующих субъектов Дальнего городского округа за период 2020-2022 гг., отразив динамику основных показателей в табл. 2.

Таблица 2

Динамика основных показателей экономической деятельности Дальнего городского округа, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп роста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Объем отгруженных товаров собственного производства, млн. руб.	8051,1	8130,3	8141,2	79,2	10,9	0,9	0,1
Количество хозяйствующих субъектов, ед.	1 451	1 355	1 292	-96	-63	-6,6	-4,6
– в т.ч. крупные предприятия, ед.	2	2	2	0	0	0	0
– в т.ч. малые и средние предприятия, ед.	473	445	431	-28	-14	-5,9	-3,1
– в т.ч. индивидуальные предприниматели, чел.	976	908	859	-68	-49	-6,9	-5,4
Количество лиц, занятых в экономике округа, тыс. чел.	16,8	16,6	16,6	- 0,2	0	-1,2	0

Источник: [5; 6].

Как следует из приведенных данных, в течение 2020–2022 г. результаты экономической деятельности хозяйствующих субъектов Дальнегогородского городского округа имели негативные тенденции. Объем отгруженных товаров собственного производства Дальнегогородского городского округа практически не увеличился, составив в 2020 году 8051,1 млн руб., в 2021 году 8130,3 млн руб. и в 2022 году 8141,2 млн руб., прирост 1,1 % от уровня базового года. Это обусловлено общим ухудшением макроэкономической ситуации в предшествующие годы, обусловленной пандемией коронавируса и антиросийскими санкциями. Численность лиц, занятых в экономике в целом снизилась на 1,2 % с 16,8 тыс. чел. в 2020 году до 16,6 тыс. чел. в 2022 году.

Основу современной экономики Дальнегогородского городского округа формируют субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП), обеспечивавшие порядка 14,0–14,6 тыс. ед. рабочих мест в муниципальном образовании. Крупные и ранее градообразующие предприятия «Бор» и «Полиметалл», предоставляют для Дальнегогородского городского округа всего порядка 2,0 тыс. рабочих мест. За рассмотренный период численность хозяйствующих субъектов МСП, действующих на территории Дальнегогородского городского округа сократилась с 1449 ед. в 2020 году до 1290 ед. в 2022 году, убыль – 10,9 % от уровня базового года. Данные процессы так же являются следствием ухудшения макроэкономической ситуации по причине пандемии и антиросийскими санкциями.

Рассмотрим социально-демографическое положение Дальнегогородского городского округа, отразив динамику показателей в табл. 3.

Таблица 3

Динамика основных социально-демографических показателей Дальнегогородского городского округа, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп роста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Численность постоянного населения по итогу года, тыс. чел.:	42,3	41,8	39,8	-0,5	-1,0	-1,1	-0,2
– из них мужчин	20,6	20,2	19,4	-0,4	-0,8	-1,9	-3,9
– из них женщин	21,7	21,6	20,4	-0,1	-1,2	-0,4	-5,5
Средний возраст населения, лет.	43,1	43,2	43,3	0,1	+0,1	0,2	0,2
Численность населения в трудоспособном возрасте, тыс. чел.	19,7	19,4	18,5	-0,3	-0,1	-1,5	-0,5
– из них имеющие постоянную трудовую занятость на территории округа, тыс. чел.	16,8	16,6	16,6	-0,2	0	-1,2	0
Удельный вес населения в трудоспособном возрасте, проц.	46,2	46,5	46,5	0,3	0	0,6	0

Источник: [5; 6].

Как следует из приведенных данных, в течение 2020–2022 г. продолжалась тенденция сокращения постоянного населения Дальнегогородского городского округа. Если в 2020 году его численность была 43,3 тыс. чел., то в итоге 2022 году – 39,8 тыс. чел., убыль составила 5,9 % от уровня базового года. Одновременно с этим наблюдалась и тенденция старения населения. За рассмотренный период средний возраст населения увеличился на 0,2 года или 0,5 % от уровня базового года.

Численность населения Дальнегогородского городского округа в трудоспособном возрасте составляла 46,2–46,5 проц. и за рассмотренный период сократилась с 19,7 тыс. чел. в 2020 году до 18,5 тыс. чел. в 2022 году, убыль – 6,1 % от уровня базового года. Причина убыли трудоспособного населения – недостаток рабочих мест с должным уровнем оплаты труда. Многие жители Дальнегогородского городского округа работают в иных субъектах федерации вахтовым методом, меняя место своей постоянной регистрации.

В отличие от предыдущих десятилетий, в настоящее время общественно-политическая ситуация в Дальнегогородском городском округе стабильная. Массовые протестные выступления населения отсутствуют, националистических, экстремистских и террористических проявлений нет. На терри-

тории Дальнегорского городского округа действуют отделения трех политических партий – «Единой России», ЛДПР и КПРФ, и восьми общественных объединений.

В целом, современная социально-экономическая ситуация в Дальнегорском городском округе может быть характеризована как стабильно-депрессивная, свойственная монопрофильным муниципальным образованиям. Это обусловлено, в первую очередь, недостаточным уровнем развития местной экономики и, как следствие, недостатком рабочих мест на территории муниципального образования.

В тоже время стабильная общественно-политическая ситуация и избыток трудовых ресурсов способствуют развитию малых форм бизнеса на территории Дальнегорского городского округа.

Для формирования перспектив развития Дальнегорского городского округа SWOT-анализ данного муниципального образования, выполнив оценку состояния внешней и внутренней среды округа в табл. 4.

Таблица 4

SWOT-анализ социально-экономического положения Дальнегорского городского округа

Внутренняя среда	
S – strengths (сильные стороны)	W – weaknesses (слабые стороны)
Наличие трудовых ресурсов, достаточная энергообеспеченность городского округа. Удовлетворительное состояние социальной инфраструктуры города. Устоявшийся комплекс малых и средних предприятий.	Низкий уровень бюджетной самодостаточности округа, дефицит собственных средств. Наличие группы населения, не занятого постоянной трудовой деятельностью. Низкий уровень хозяйственной инициативы местного населения.
Внешняя среда	
O – opportunities (возможности)	T – threats (угрозы)
Достаточность природно-сырьевых и природно-рекреационных ресурсов, удовлетворительная транспортная связность. Возможность вовлечения городского округа в проекты территорий опережающего развития. Привлечение средств фонда развития моногородов, участие ТОСЭР. Рост внутрироссийского туризма в условиях пандемии и антироссийских санкций.	Зависимость результатов экономической деятельности ведущих предприятий округа от тенденций на мировом рынке. Дефицит кредитных и инвестиционных средств для развития малого и среднего предпринимательства, самозанятости населения.

Так, приведенные данные наглядно свидетельствуют, что исследуемому муниципальному образованию преимущества, так и свои недостатки. В числе преимуществ – наличие достаточно подготовленных трудовых ресурсов, удовлетворительные состояние социальной инфраструктуры городского округа и сформировавшийся комплекс малых и средних предприятий. Недостатки являются характерными для большинства муниципальных образований Российской Федерации. Это – низкий уровень бюджетной самодостаточности округа и дефицит собственных средств, наличие группы населения, не занятого постоянной трудовой деятельностью и низкий уровень хозяйственной инициативы данных лиц.

Внешняя (окружающая) среда формирует как возможности, так и угрозы для социально-экономического развития Дальнегорского городского округа. В числе первых – это достаточность природно-сырьевых и природно-рекреационных ресурсов, удовлетворительная транспортная связность округа с иными территориями Приморского края. Существенное преимущество – это потенциальная возможность вовлечения Дальнегорского городского округа в орбиту проектов территорий экономического развития, действующих в пространстве Приморского края. Иное преимущество – это рост внутрироссийского туризма в условиях пандемии и антироссийских санкций. Угрозы социально-экономическому развитию Дальнегорского городского округа о стороны внешней среды обусловлены негативным влиянием международной экономической конъюнктуры и дефицитом инвестиционных ресурсов.

Обратим внимание преимущества, предоставляемые внешней средой и на сильные стороны внутренней среды исследуемого муниципального образования, и определим возможность их применения в развитии туризма на территории Дальнегорского городского округа (см. рис. 1).

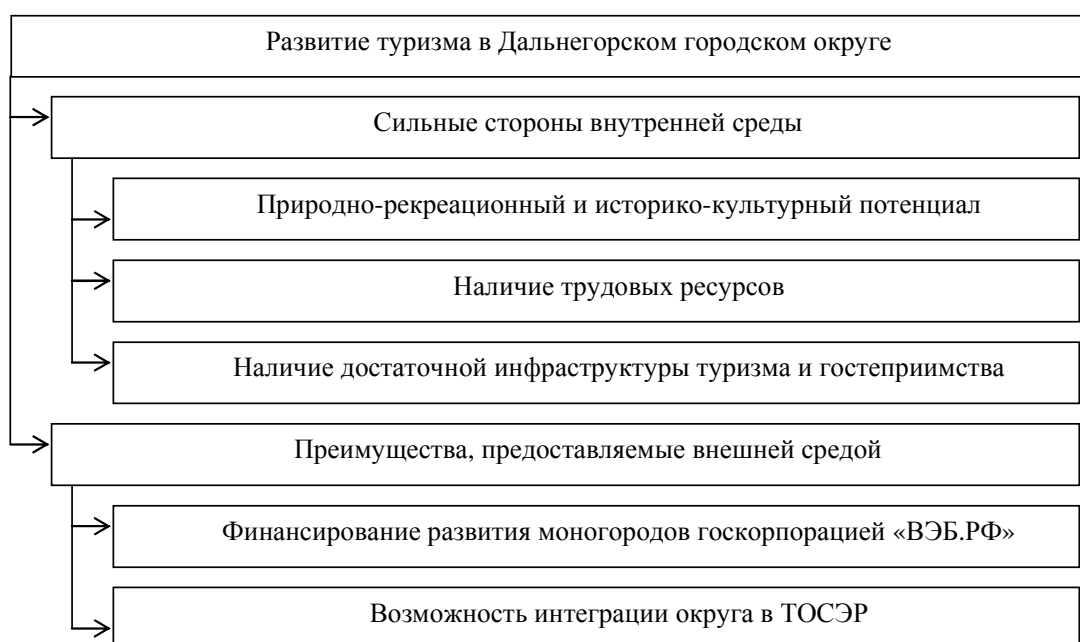


Рис. 1. Преимущества, предоставляемые внешней средой и на сильные стороны внутренней среды как факторы развития туризма на территории Дальневосточного городского округа

Так, пространство Приморского края в целом и территории Дальневосточного городского округа в частном обладают существенным природно-рекреационным потенциалом. Только непосредственно на территории Дальневосточного городского округа расположены 51 объект природного и историко-культурного наследия народов России [7], проложено шесть туристических маршрутов и создано четыре туристических кемпинга, на морском побережье округа расположено несколько зон отдыха [8]. Отметим, что существенная часть сложившейся туристической инфраструктуры Дальневосточного городского округа адаптирована под круглогодичное использование.

Данный туристический потенциал Дальневосточного городского округа может получить существенное развитие в условиях динамичного роста внутрисоссийского туризма, происходящего в последние годы в условиях ограничений из-за пандемии и антироссийских санкций.

В тоже время, наличие базовой инфраструктуры и трудовых ресурсов, необходимых и достаточных для расширения индустрии туризма и гостеприимства на территории муниципального образования, образует сильную сторону Дальневосточного городского округа.

Важное преимущество со стороны внешней среды – это наличие достаточно развитой транспортной инфраструктуры, способствующей интеграции Дальневосточного городского округа в туристическое пространство Приморского края и Дальнего Востока России.

Существенным преимуществом, предоставляемым Дальневосточному городскому округу внешней средой, является возможность привлечения ресурсов из фонда развития моногородов и вовлечение данного муниципального образования в проектную орбиту территорий опережающего экономического развития и.

Так, с 2022 года целевым финансированием развития моногородов (вкл. и Дальневосток) занимается госкорпорация «ВЭБ.РФ» предоставляя для инвестирования в региональные проекты кредитные ресурсы от 5 млн руб. до 1 млрд руб. под 1 % годовых сроком на 15 лет [9]. Полагаем, что для развития инфраструктуры местного туризма, хозяйствующие субъекты Дальневосточного городского округа могут обратиться в данную государственную корпорацию за получением инвестиционных ресурсов.

Иной потенциальный ресурс для развития туризма в Дальневосточном городском округе – это отнесение муниципального образования к территориям опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) [10]. Вовлечение Дальневосточного городского округа в пространство ТОСЭР позволит хозяйствующим субъектам округа – резидентами ТОСЭР получать фискальные и административные льготы, что существенно стимулирует инвестиционные процессы в пространстве муниципального образования.

В итоге данного обзора следует заключить, что внешняя среда предоставляет достаточно преференций Дальневосточному городскому округу для развития на его территориях индустрии туризма и гостеприимства.

Спрогнозируем выгоды, получаемые Дальнегорским городским округом при реализации программ развития туризма.

Так, при позитивной реализации программ развития туризма и создания устойчивого туристического потока в пространстве округа будет сформирован устойчивый спрос не только на туристические услуги, но и услуги проживания (размещения) и обеспечения жизнедеятельности туристов. Сформированный устойчивый спрос стимулирует работу малого предпринимательства муниципального образования, что повысит занятость местного населения и снимет остроту проблемы социальной депрессии на территории [11].

В результате проведенного исследования следует сделать заключение: развитие туризма на территории Дальнегорского городского округа позволит повысить инвестиционную привлекательность данной территории и будет способствовать росту ее конкурентоспособности и, вместе с тем, росту конкурентоспособности Приморского края.

1. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. – Тамбов: Изд-во Тамбовск. гос. ун-та, 2019. – 148 с.

2. Дальнегорский городской округ. – Текст: электронный // Дальнегорский городской округ, г. Дальнегорск [сайт]. – URL: <https://dalnegorsk-mo.ru/> (дата обращения 13.03.2023 г.).

3. Бюджет для граждан. Исполнение бюджета за 2021 год. – Дальнегорск, 2022. – 18 с.

4. Бюджет для граждан. Исполнение бюджета за 2022 год. – Дальнегорск, 2023. – 18 с.

5. Дальнегорский городской округ в 2021 году. Отчет главы муниципального образования. – Дальнегорск, 2022. – 142 с.

6. Дальнегорский городской округ в 2022 году. Отчет главы муниципального образования. – Дальнегорск, 2023. – 142 с.

7. Перечень природных и историко-культурных объектов регионального и местного значения на территории Дальнегорского городского округа. – Текст: электронный // Дальнегорский городской округ, г. Дальнегорск [сайт]. – URL: https://dalnegorsk-mo.ru/inova_block_documentset/document/25478/ (дата обращения 13.03.2023 г.).

8. Туризм в Дальнегорске. – Текст: электронный // Туристический гид России: общественный портал, г. Москва [сайт]. – URL: <https://tur-ray.ru/dalnegorsk-attractions.html> <https://dshi-dal.vl.muzkult.ru/> (дата обращения 13.03.2023 г.).

9. Поддержка моногородов. – Текст: электронный // Государственная корпорация «ВЭБ.РФ», г. Москва [сайт]. – URL: <https://вэб.рф/podderzhka-monogorodov/> (дата обращения 13.03.2023 г.).

10. ТОСЭР: территории опережающего социально-экономического развития Приморского края. – Текст: электронный // Приморский край, г. Владивосток [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/> (дата обращения 13.03.2023 г.).

11. Волынчук Я.А. Приморский край в системе реализации государственного проекта о создании территорий опережающего развития // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 3-4. – С. 680–684.

УДК 330.3

РЕАЛИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

А.С. Савватеева, В.С. Соколова
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Важная роль в экономическом развитии регионов отводится обеспечению комфортного проживания граждан на его территории и, в первую очередь, обеспечению сохранности здоровья. В статье проанализирована реализация государственной программы Приморского края в сфере здравоохранения на современном этапе, определена ее роль в повышении конкурентоспособности региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, Приморский край, развитие здравоохранения.

IMPLEMENTATION OF STATE PROGRAMS OF PRIMORSKY KRAI IN THE FIELD OF HEALTHCARE AS A FACTOR IN ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE REGION

An important role in the economic development of the regions is assigned to ensuring the comfortable living of citizens on its territory and, first of all, ensuring health protection. The article analyzes the implementation of the Pri-morsky Krai state program in the field of healthcare at the present stage, determines its role in increasing the competi-tiveness of the region.

Keywords: *competitiveness of the region, Primorsky Krai, development of healthcare.*

Конкурентоспособность региона – это комплексная характеристика, раскрывающая способность данного субъекта обеспечивать высокие результаты хозяйственной деятельности, уровень и качество жизни его населения формируя потенциал устойчивого экономического роста. Составным элементом обеспечения конкурентоспособности региона является здравоохранение, формирующее жизненный уровень проживающих граждан.

Приморский край, как и иные регионы России, обладает присущим ему конкурентоспособным потенциалом, сформированным с учетом экономического развития и социальной инфраструктуры региона. Развитие данного конкурентного потенциала является главной задачей органов государственного управления региона, в том числе и Министерства здравоохранения Приморского края.

Цель данной публикации – оценка результатов реализации государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020-2027 гг.», ее влияния на развитие здравоохранения и повышение конкурентоспособности региона.

Для достижения данной цели в публикации решаются следующие задачи:

- 1) Раскрыть целевые ориентиры и показать наполнение государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020-2027 гг.».
- 2) Проанализировать исполнение государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» за период 2020-2022 гг.
- 3) Рассмотреть перспективы развития здравоохранения региона и определить их влияние на повышение конкурентоспособности Приморского края.

Решение поставленных задач производится посредством универсальных (дедукции и индукции, синтеза и анализа) и специально-прикладных методов из практики социально-экономического и юридического анализа.

Научная новизна исследования обусловлена оценкой результатов развития здравоохранения Приморья, влияния роли данной отрасли на конкурентоспособность региона.

Перейдем к рассмотрению предмета исследования.

Так, государственная программа Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» принята постановлением Администрации Приморского края от 27.12.2019 г. № 932-па, с целью «...улучшение состояния здоровья населения Приморского края, на основе повышения качества и доступности оказания медицинской помощи...» [1].

Достижение поставленной цели осуществляется решением следующих задач:

- 1) Приведение мощности учреждений здравоохранения в соответствии с потребностями населения Приморского края, посредством закупки медицинских изделий, дооснащение поликлиник медицинскими изделиями, создания в детских поликлиниках организационно-планировочных решений внутренних пространств, обеспечивающих комфортность пребывания посетителей (пациентов), развитие профилактической направленности деятельности медицинских учреждений и пр.;
- 2) Совершенствование технологий оказания медицинской помощи, посредством внедрения стационарозамещающих технологий в амбулаторном звене медицинских организаций региона, закупки соответствующего медицинского оборудования, предназначенного для лечения и реабилитации.
- 3) Повышение эффективности системы организации медицинской помощи на территории Приморского края, создания единого информационного пространства учреждений здравоохранения.
- 4) Развитие кадрового потенциала медицинских учреждений Приморского края, направленного на ликвидацию диспропорций в структуре и численности медицинских кадров, повышение квалификации медицинских кадров учреждений здравоохранения.

Реализация поставленных задач осуществляется по отдельным направлениям (подпрограммам), а именно:

– Подпрограмма 1 «Формирование эффективной системы организации медицинской помощи».
 – Подпрограмма 2 «Совершенствование медицинской помощи, укрепление здоровья населения и формирование здорового образа жизни».

– Подпрограмма 3 «Развитие кадрового потенциала».

Ответственным исполнителем программы выступает Министерство здравоохранения Приморского края, соисполнителем – Министерство строительства Приморского края.

Объемы выделяемых финансовых средств для реализации государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» составляют 380 783,4 млн руб. Из них:

– за счет субсидий федерального бюджета РФ – 15 702,9 млн руб. или 4,1% от совокупных расходов;

– за счет средств краевого бюджета Приморского края – 173 499,2 млн руб. или 45,5% от совокупных расходов;

– за счет средств Территориального фонда обязательного медицинского страхования Приморского края – 191 581,3 млн руб. или 50,4% от совокупных расходов [2].

Механизм реализации государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» осуществляется посредством:

– закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, в порядке;

– предоставления субсидий краевым государственным учреждениям здравоохранения:

а) на финансовое обеспечение государственного задания; б) на возмещение затрат, связанных осуществлением государственного задания; в) на возмещение затрат, не связанных осуществлением государственного задания;

– финансирование мер социальной поддержки медицинских работников краевых государственных учреждений здравоохранения, в порядке и объемах, установленном правовыми актами Российской Федерации и Приморского края.

Срок реализации программы запланирован на период с 2020 года по 2027 год включительно [2].

Проанализируем результаты реализации государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» за 2020–2022 гг., используя в качестве критериев показатели освоения бюджетных средств и выполнения программных мероприятий [3, с. 223].

Показатели освоения средств государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» за период 2020–2022 гг. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели освоения средств государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае», 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Бюджетная роспись, млн руб.	56 294,2	50 798,5	53 635,9	-5495,7	-2658,3	-9,7	-4,7
– в т.ч. федеральный бюджет	7 211,6	7 158,4	7 132,4	-53,2	-26,3	-0,7	-0,3
- в т.ч. краевой бюджет	26 957,0	23 639,3	25 276,2	-3317,7	-1608,8	-12,3	-7,1
- в т.ч. территор. гос. внебюджетные фонды	22 125,6	20 000,8	21 227,3	-2124,8	1226,5	-9,6	6,1
Фактическое исполнение, млн. руб.	55 524,2	50 465,8	53 559,6	-5058,4	3 093,8	-9,1	6,1
– в т.ч. федеральный бюджет	7 110,2	7 085,5	7 112,3	-24,7	26,8	-0,3	0,4
- в т.ч. краевой бюджет	26 717,5	23 463,6	25 224,1	-3253,9	1760,5	-12,1	7,5
- в т.ч. территор. гос. внебюджетные фонды	21 696,5	19 916,7	21 223,2	-1779,8	1306,5	8,1	-6,6

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021-2020	2022-2021	2021-2020	2022-2021
Степень освоения средств в целом, проц.	98,6	99,3	99,9	0,7	0,6	-	-
- в т.ч. федеральный бюджет	98,6	99,0	99,7	0,4	0,7	-	-
- в т.ч. краевой бюджет	99,1	99,3	99,8	0,2	0,5	-	-
- в т.ч. территор. гос. внебюджетные фонды	98,1	99,6	99,9	1,5	0,3	-	-

Источники: [4-6].

Из приведенных в таблице 1 данных следует, что исполнение государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» за период 2020–2022 гг. по критерию освоения бюджетных средств было практически полным – 98,6 – 99,9 проц. Финансирование программных мероприятий по отдельным источникам – федеральному бюджету, краевому бюджету и территориальному внебюджетному фонду обязательного медицинского страхования (ОМС) было так же полным. По итогам 2022 годы степень освоения составляла 99,7, 98,9 и 99,9 проц., соответственно.

Эффективность выполнения государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020-2027 гг.» по критерию выполненных мероприятий, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Расчет эффективности реализации государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» по критерию выполненных мероприятий, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021- 2020	2022- 2021	2021- 2020	2022- 2021
Запланировано мероприятий Программы в целом, всего ед.	100	87	92	-3	5	-3,0	5,7
- из них выполнено в полном объеме, ед.	85	79	82	-6	3	-7,0	7,6
- – из них удовлетворительно, ед.	11	5	6	-6	1	-54,6	20,0
- – из них неудовлетворительно, ед.	4	3	4	-1	1	-25,0	33,3
Эффективность выполнения программы, проц.	96,0	96,5	95,6	0,5	0,1	-	-

Источники: [4-6].

Из приведенных в таблице 2 данных следует, что исполнение государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.» за период 2020–2022 гг. по критерию выполнения запланированных мероприятий была удовлетворительной.

За рассмотренный период полностью было выполнено 95,6-96,5 проц. от числа запланированных мероприятий.

Важный аспект деятельности Министерства здравоохранения Приморского края – это внедрение и развитие инновационных методов диагностики и лечения.

Данный вид деятельности получил развитие в 2016 году открытием Медицинского центра ДВФУ, практикующего методы позитронно-эмиссионной томографии (ПЭТ-КТ), направленные на раннюю диагностику онкологических заболеваний.

Другой пример применения инновационных медицинских технологий – это оказание высокотехнологической медицинской помощи, осуществляемой бесплатно, в рамках квот, оплачиваемых по базовой программе обязательного медицинского страхования (ОМС) или оплачиваемых гражданами.

Иной аспект развития инновационных медицинских технологий на территории Приморского края – это работа «Центров здоровья Приморского края», учреждений Минздрава ПК, деятельность которых направлена комплексную диагностику здоровья граждан.

Результаты реализации данных инновационных технологий в 2020-2022 гг. представлены в табл. 3.

Таблица 3

Развитие инновационных технологий диагностики и лечения Минздравом Приморского края, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021- 2020	2022- 2021	2021- 2020	2022- 2021
Количество проведенных исследований ПЭТ-КТ в год, всего чел.	1890	2109	2702	219	593	11,6	28,1
Оказано высокотехнологической медицинской помощи, всего чел. в год.	9401	11 364	12 049	1 963	685	20,9	6,0
– в т.ч. включенные в план операций по ОМС.	5 284	6 585	7 270	1 284	685	24,4	10,4
Количество «Центров здоровья», ед.	10	10	10	0	0	0	0
Количество посещений «Центров здоровья», всего ед. посещений	33 521	33 838	34 244	317	406	0,9	1,2
- в т.ч. взрослые	26 989	27 096	27 388	107	292	0,4	1,1
- в т.ч. дети	6 536	6 742	6 856	206	114	3,1	1,7
- выявлено угрозы, ед. случаев в год.	5 997	6 073	6 245	76	172	1,3	2,8
- фактор предупрежденного риска, проц.	17,8	17,9	18,2	0,1	0,3	-	-

Источники: [4-6].

Как следует из приведенных данных, за рассмотренный период существенно возросло количество случаев применения инновационных медицинских технологий. Так, количество случаев оказания медицинской помощи методом ПЭТ-КТ возросло с 1890 чел. в 2020 году до 2702 чел. в 2022 году, прирост – 42,9% от уровня базового года. Численность получателей высокотехнологической медицинской помощи возросло с 9 401 чел. в 2020 году до 12 049 чел. в 2022 году, прирост – 28,2% от уровня базового года. Количество посещений «Центров здоровья» возросло с 33 521 ед. случаев в 2020 году до 34 244 ед. случаев в 2022 году, прирост – 2,1% от уровня базового года.

Важное направление деятельности Министерства здравоохранения Приморского края – это развитие кадрового потенциала. Результаты данной деятельности представлены в табл. 4.

Таблица 4

Развитие кадрового потенциала здравоохранения Приморского края, 2020–2022 гг.

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021- 2020	2022- 2021	2021- 2020	2022- 2021
Направлено на обучение в ФГБОУ ВО «ТГМУ» за счет бюджета, чел.	90	90	90	0	0	0	0
Направлено на обучение за счет бюджета для восполнения среднемедицинского персонала, чел	110	110	110	0	0	0	0

Показатель	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение, ед.		Темп прироста, %	
				2021- 2020	2022- 2021	2021- 2020	2022- 2021
Прошли подготовку по программам дополнительного профессионального образования, всего чел.:	5 637	5 773	5 788	136	15	2,4	0,2
- в т.ч. врачей	1 839	1 970	1 976	131	6	7,1	0,3
- в т.ч. средний медицинский персонал	3 798	3 803	3 812	5	9	0,1	0,2

Источники: [4-6].

Как следует из приведенных данных Министерство здравоохранения Приморского края ежегодно направляет: 90 чел. на обучение в ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный медицинский университет» по врачебным специальностям и 120 чел. на обучение по специальностям средне-медицинского персонала. Регулярно проводятся занятия по программам дополнительной профессиональной подготовки медицинского персонала: в 2020 году данные программы освоили 5637 специалистов, в 2021 году – 5773 специалистов и в 2022 году – 5788 специалистов.

Таким образом, развитие здравоохранения в регионе осуществляется в порядке, определенном государственной программой Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.». Результаты реализации данной программы в 2020–2022 гг. были позитивными. Освоение бюджетных средств было практически полным и составляло 98,6 – 99,9 проц. от запланированных величин, было выполнено 95,6–96,5 проц. от числа запланированных мероприятий. В регионе получили развитие инновационные медицинские технологии и высокотехнологичная медицинская помощь, формируются молодые медицинские кадры по врачебным и средне-медицинским специальностям.

Перспективы развития здравоохранения региона определены параметрами государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.».

В частности, запланировано, что к окончанию данной государственной программы в исходе 2027 году будет существенно обновлена инфраструктура здравоохранения, а именно:

- доля зданий медучреждений, требующих капитального ремонта не превысит 23 % от их общего количества;

- удельный вес детских поликлиник и детских поликлинических отделений медицинских учреждений Приморского края, оборудованных по требованиям Минздрава России составит 98 %, обеспечивающих комфортность пребывания детей не менее 95 %;

- развитие технологий дистанционного обращения: а) увеличение записей к врачу, совершенных гражданами без очного обращения в регистратуру медицинской организации до 65 %; б) достижение доли медицинских организаций, звонки которых принимаются и обрабатываются посредством единого регионального колл-центра до 90 %; в) увеличение доли медицинских организаций, имеющих цифровое диагностическое оборудование, передающих данные в ЦАМИ (Центральный архив медицинских изображений) до 100 %; г) достижение доли площадок медицинских организаций, обеспеченных доступом в Интернет до 100 %; д) достижение доли фельдшерско-акушерских пунктов Приморского края обеспеченных выходом в Интернет до 100 %.

- увеличение числа граждан, использующих сервис «Личный кабинет пациента» на «Едином портале государственных услуг» до 706,88 тыс. чел., увеличение доли медицинских учреждений, обеспечивающих доступ граждан к электронным медицинским документам в «Личном кабинете пациента» на «Едином портале государственных услуг» до 100 %;

- реализованы иные мероприятия, направленные на совершенствование инфраструктуры здравоохранения региона [2, с. 5-8].

В аспектах кадрового обеспечения здравоохранения Приморского края ожидается:

- достижение укомплектованности врачебных должностей в амбулаториях региона до 90,9 % при коэффициенте совместительства 1,2 и при расчетной величине 21,3 врача на 10 тыс. населения;

- достижение укомплектованности среднего медицинского персонала в амбулаториях края до 95 % при коэффициенте совместительства 1,2;

- достижение укомплектованности врачебных должностей в государственных медицинских учреждениях региона до 38,5 на 10 тыс. населения;
- достижение укомплектованности среднего медицинского персонала в государственных медицинских учреждениях региона до 69,2 на 10 тыс. населения;
- вовлечение специалистов в систему непрерывного образования медицинских работников, в т.ч. с использованием дистанционных образовательных технологий до 19 190 чел.;
- увеличение доли медицинских работников, допущенных к профессиональной деятельности посредством процедуры аккредитации до 83,1 % от общего количества практикующих специалистов.

За счет проведения комплекса мероприятий, предусмотренных государственной программой Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.», к исходу 2027 года ожидается достижения следующих медико-профилактических результатов:

- увеличение числа граждан, охваченных ежегодными профилактическими осмотрами до 1,32 млн чел. в год и в первую очередь граждан и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;
- увеличение число граждан, охваченных населения медицинским освидетельствованием на ВИЧ-инфекцию до 98 %;
- увеличение охвата граждан старше трудоспособного возраста профилактическими осмотрами, включая диспансеризацию до 70 %;
- увеличение охват профилактическими медицинскими осмотрами детей Приморского края до 98 %.

Важными целевыми ориентирами перспектив развития здравоохранения Приморского края выступают снижение смертности среди населения по возрастным и гендерным аспектам, по видам заболеваний, снижение медицинских вмешательств в ход лечения за счет превентивного диагностирования и лечения, вакцинации и профилактических прививок населения, развития первичной медицинской помощи, реализации иных задач имеющих характер превентивной медицины [7].

В итоге данного анализа полагаем, что успешная реализация данной государственной программы поднимет здравоохранение Приморского края, на новый, более качественный уровень охраны здоровья граждан, что позитивно отразится на уровне конкурентоспособности региона.

1. Об утверждении Государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020–2027 гг.». Постановление Администрации Приморского края от 27.12.2019 г. № 932-па. – Текст: электронный // Правительство Приморского края, г. Владивосток [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/> (дата обращения 03.04.2023 г.).

2. Паспорт Государственной программы Приморского края «Развитие здравоохранения в Приморском крае на 2020-2027 гг.». – Владивосток, 2020. – 286 с.

3. Моисеенко, К.В. Программно-целевые методы государственного и муниципального управления: учебное пособие. – Москва: Инфра-М, 2021. – 246 с.

4. Сводный годовой доклад о ходе реализации и об оценке эффективности государственных программ в Приморском крае за 2020 год. – Текст: электронный // Правительство Приморского края, г. Владивосток [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/> (дата обращения 21.03.2023 г.).

5. Сводный годовой доклад о ходе реализации и об оценке эффективности государственных программ в Приморском крае за 2021 год. – Текст: электронный // Правительство Приморского края, г. Владивосток [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/> (дата обращения 21.03.2023 г.).

6. Сводный годовой доклад о ходе реализации и об оценке эффективности государственных программ в Приморском крае за 2022 год. – Текст: электронный // Правительство Приморского края, г. Владивосток [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/> (дата обращения 21.03.2023 г.).

7. Песцов С.К., Волинчук А.Б. Стратегия развития Дальнего Востока: (не)типичный случай современной российской региональной политики // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10, № 3-1. – С. 82–92.

РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

М.О. Телятник

бакалавр

К.В. Смицких

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В вопросе социально-экономического развития нашей страны важнейшую роль отводят сектору предпринимательства. Создание рабочих мест, наращивание инновационного капитала региона, производство ВВП, улучшение социально-экологической среды, все эти задачи возлагаются на малый и средний бизнес. Обеспечение конкурентоспособности и устойчивости развития территории, безусловно зависит от малого и среднего предпринимательства, которое в виду современных вызовов является крайне уязвимо. В свою очередь, со стороны государства предпринимаются масштабные меры по поддержке данного сектора в текущий период геополитического кризиса. Следует отметить, современный вектор развития страны направлен на усиление внутренней инфраструктуры, что подразумевает собой раскрытия особенностей дальневосточных регионов, обладающих природно-ресурсным и транзитным потенциалом, в первую очередь за счет малого и среднего предпринимательства. Выше обозначенные обстоятельства определили актуальность и цель исследования.

Ключевые слова: *малое и среднее предпринимательство, санкционные ограничения, COVID-19, устойчивое развитие, геополитический кризис, респонденты, социальный опрос.*

DEVELOPMENT OF FAR EASTERN ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF MODERN CHALLENGES

In the issue of socio-economic development of our country, the most important role is assigned to the business sector. Creating jobs, increasing the innovative capital of the region, producing GDP, improving the socio-ecological environment, all these tasks are assigned to small and medium-sized businesses. Ensuring the competitiveness and sustainability of the development of the territory, of course, depends on small and medium-sized businesses, which, in view of modern challenges, are extremely vulnerable. In turn, the state is taking large-scale measures to support this sector in the current period of the geopolitical crisis. It should be noted that the modern vector of the country's development is aimed at strengthening the internal infrastructure, which implies the disclosure of the features of the Far Eastern regions with natural resource and transit potential, primarily due to small and medium-sized businesses. The above-mentioned details determined the relevance and purpose of the study.

Keywords: *small and medium-sized enterprises, sanctions restrictions, COVID-19, sustainable development, geopolitical crisis, respondents, social survey.*

Развитие малого и среднего предпринимательства (далее МСП) и возможность реализации частной предпринимательской инициативы являются необходимыми условиями устойчивого развития страны. Особые надежды возлагаются на малый и средний бизнес в условиях действия кризисных явлений. Малые и средние компании в силу присущей им мобильности и гибкости могут сгладить негативные процессы в сфере занятости населения, обеспечить социальную адаптацию высвобождающихся с крупных предприятий работников, а также сформировать новые рыночные ниши и точки экономического роста.

Однако в настоящее время данный сектор экономики находится в условиях геополитического кризиса, что негативно сказывается на динамике его развития (рис. 1). Исходя из представленных данных, следует, за последние три года преобладают отрицательные тенденции. Так, например, в связи с обострением транспортно-логистических поставок, нестабильностью курса и ставки рефинансирования, оборот предприятий снизился в среднем на 23%. Это в свою очередь повлияло на сальдированный финансовый результат, снижение которого за период с 2019–2022 гг. составило

30 %. Анализируя структуру оборота субъектов малого и среднего предпринимательства в разрезе различных видов экономической деятельности, можно сделать вывод о том, что в период 2019–2022 гг отраслевые приоритеты МСП под влиянием факторов внешней среды имеют тенденцию к изменению. Наибольший оборот в секторе малого бизнеса сохраняется по ОКВЭД 41.20 – Строительство жилых и нежилых зданий, далее следуют виды экономической деятельности 81.20 – Деятельность охранных служб, в том числе частных и 56.10 – Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания. По видам экономической деятельности 62.01 – Разработка компьютерного программного обеспечения и 46.90 – «Торговля оптовая неспециализированная» за наблюдаемый период была отмечена тенденция роста. Снижение объёма инвестиций в основной капитал, свидетельствует о сокращении реинвестированной прибыли в развитие предпринимательской деятельности, что в долгосрочном периоде может повлечь за собой снижение конкурентоспособности.

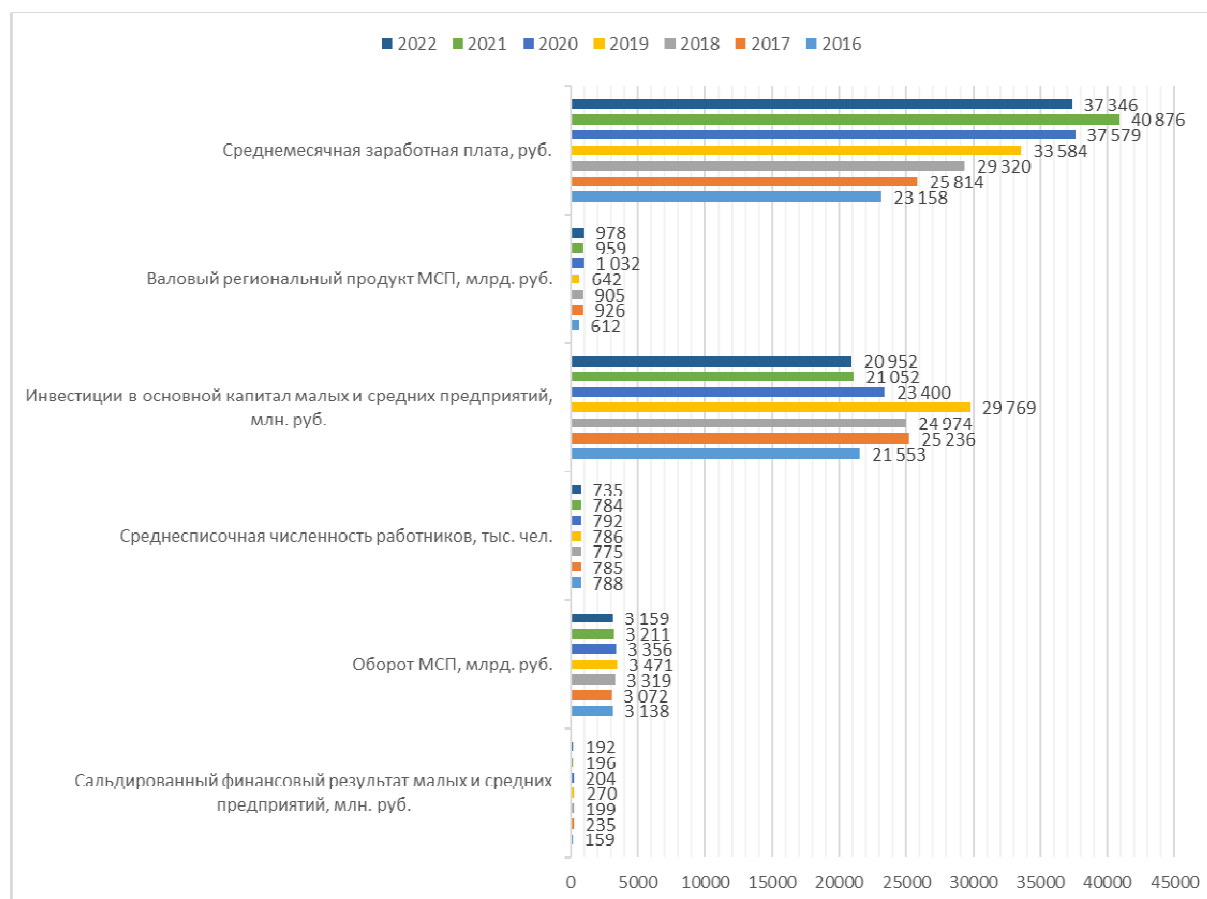


Рис. 1. Основные показатели развития МСП в ДФО

Основной проблемой, препятствующей развитию МСП, помимо санкционных ограничений и коронавирусной инфекции COVID-19, является неестественное сокращение числа жителей, проживающих на территории ДФО, что существенно уменьшает покупательскую способность. В связи с миграционным оттоком, численность населения за последние пять лет сократилась на 28 %.

В рамках настоящего исследования, автором был проведен социологический опрос предпринимателей и представителей органов власти для выявления стимулов и барьеров по ведению бизнеса в Приморском крае.

По результатам исследования, основными проблемами, по мнению респондентов, которые необходимо решать в Дальневосточном экономическом районе являются:

- высокий уровень китайской миграции на Дальний Восток;
- сырьевая направленность;
- наличие существенных диспропорций в промышленном развитии территорий;
- сложная социальная и демографическая ситуация;
- слабая транспортная сеть;
- достаточно низкий инновационный потенциал у экономики городов ДФО;

- слабое развитие финансовой инфраструктуры и высокая финансовая зависимость от федерального бюджета;
 - реконструкция морского и портового хозяйства;
 - низкий уровень поддержки свободных экономических зон.
- В процентном соотношении обозначенные выше проблемы представлены на рис. 2.



Рис. 2. Опрос представителей МСП

Помимо выявленных проблем, участники отмечали риски, сопровождающие предпринимательскую деятельность в настоящее время, представленные на рис. 3.

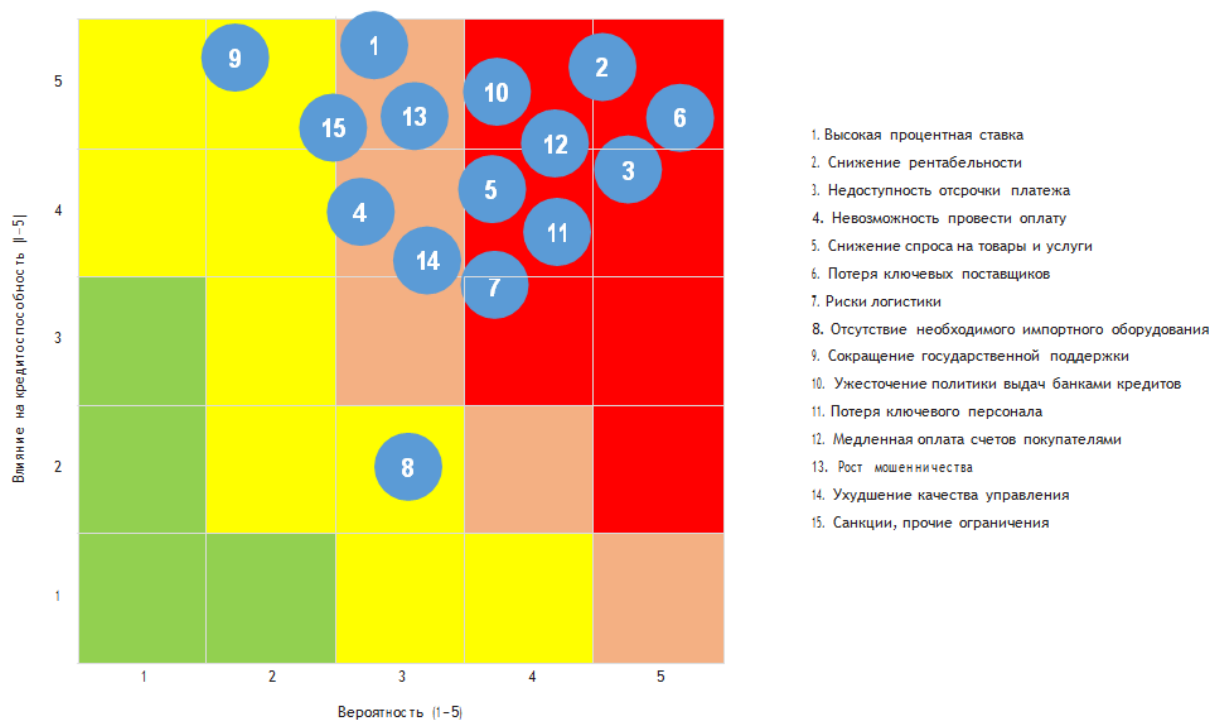


Рис. 3. Карта рисков МСП в условиях разворачивающегося геополитического кризиса

Участники опроса присваивали соответствующие ранги по убыванию каждому риску, и оценивали их по степени значимости влияния на ведение их бизнеса.

Красным цветом выделены максимально вероятные риски, имеющие высокую значимость. К ним относятся:

2. Снижение рентабельности
4. Недоступность отсрочки платежа
5. Снижение спроса на товары и услуги
6. Потеря ключевых поставщиков
7. Риски логистики
10. Ужесточение политики выдач банками кредитов
11. Потеря ключевого персонала
12. Медленная оплата счетов покупателями

Бежевым и жёлтым цветом выделены нейтральные риски:

1. Высокая процентная ставка
4. Невозможность провести оплату
8. Отсутствие необходимого импортного оборудования
9. Сокращение государственной поддержки
13. Рост мошенничества
14. Ухудшение качества управления
15. Санкции, прочие ограничения

Далее в таблице 1 представлены причины, обуславливающие возникновения рисков.

Таблица 1

Риски, сопровождающие предпринимательскую деятельность

РИСКИ	ПРИЧИНА РИСКОВ
Снижение спроса на товары и услуги	Снижение спроса на товары и услуги обусловлено сокращением располагаемых денежных доходов населения и переход их на «сберегательную модель». Вторым фактором снижения спроса является снижение инвестиционной активности покупателей юридических лиц.
Снижение рентабельности	Снижение покупательной способности бизнеса и населения на фоне снижающейся экономической активности. При этом наблюдается рост стоимости сырья, материалов и комплектующих во время дефицита предложения, сложившегося на фоне санкций. В условиях сжимающегося спроса перенос роста стоимости сырья на покупателей не представляется возможным, что будет негативно влиять на рентабельность.
Потеря ключевых поставщиков и недоступность отсрочки платежа	Из-за санкций компаниям приходится переключаться на альтернативных поставщиков в дружественных странах и заниматься параллельным импортом. Как правило, новые поставщики предоставляют гораздо худшие условия оплаты, чем традиционные партнеры.
Логистические риски	Санкции приводят к невозможности использовать традиционные пути доставки товаров из-за рубежа или удорожание логистики при переключении на альтернативных поставщиков.
Ужесточение политики кредитования банками	В условиях кризиса банки ужесточают требования к кредитному качеству заемщика и усложняют условия предоставления кредитов. В первую очередь требования ужесточаются именно к предприятиям МСП, поскольку: (1) они не имеют достаточного имущества для залога под предоставленные обязательства; (2) предположения в финансовых моделях МСП заемщика обладают большим количеством неопределенностей.
Потеря ключевого персонала	Частичная мобилизация, а также повышенная миграция в сопредельные страны может вызвать потерю ключевого персонала, невозможность продолжения предпринимательской деятельности владельцем и, как следствие, нарушение непрерывности деятельности бизнеса.
Увеличение сроков оплаты счетов покупателями	Потребители продукции МСП могут увеличивать сроки оплаты уже поставленной продукции, тем самым увеличивая риски кассовых разрывов и ликвидности.
Рост мошенничества	Экономические трудности и повышенные геополитические риски влекут за собой рост мошенничества и фиктивных сделок, что увеличивает вероятность банкротства компаний.

В своих исследованиях С.В. Требова, К.А. Устинова, М.А. Хончев, И.Р. Джапаридзе, Е.А. Мидлер [9-12], анализируют последствия наложения экономических санкций и других ограничений на функционирование и развитие малого и среднего бизнеса, а также предпринимают попытку систематизации и оценки эффективности мероприятий по поддержке субъектов МСП. К основным проблемам, с которыми столкнулся малый и средний бизнес после введения санкций следует отнести: высокую зависимость от импорта, значительный рост закупочных цен, снижение покупательского спроса населения и вследствие этого снижение выручки у бизнеса, высокая волатильность рубля, разрыв цепочек поставок и налаженной системы сбыта.

На основании аналитического обзора данных портала «Мой бизнес», а также сведений, полученных по результатам опроса, среди предпринимателей востребованными мерами поддержки явились: консультационная, информационная и финансовая в виде кредитов и субсидий (рис. 4). [6]

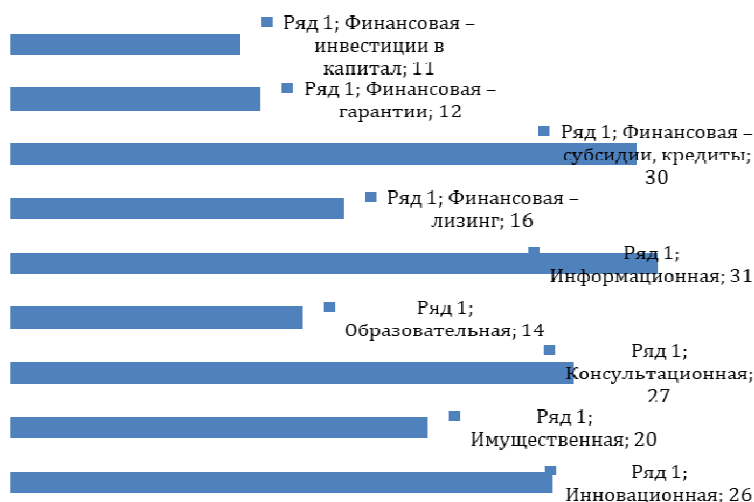


Рис. 4. Уровень востребованности мер поддержки среди предпринимателей

Исследование мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства отражено в трудах А.В. Виленского, Н.И. Морозко, В.Ю. Диденко и других авторов, отмечающих необходимость оперативного мониторинга показателей деятельности МСП для оценки эффективности существующих антикризисных механизмов и, при необходимости, их корректировки в условиях новых вызовов [8].

Далее нами был проведён контент-анализ программ документов в области развития предпринимательства, по результатам которого были систематизированы основные направления развития поддержки МСП по следующим уровням: международный; федеральный; региональный.

Международный уровень.

Предложения были сформированы на основе лучших международных практик, предложений государственных органов и торгово-промышленных палат государств-бывших участниц СССР. Основные из них представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные предложения по устранению проблем, препятствующих развитию МСП

Ситуация	Предложения по устранению проблем препятствующих развитию МСП
Государственное участие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сокращение разрешенных видов и деятельности, выравнивание организационно правового статуса. 2. Приватизация. 3. Установление запретов и иных ограничений по созданию новых государственных компаний.
Государственная поддержка	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменение условий государственной поддержки (новые субъекты рынка, МСП и пр.). 2. Изменение объемов или направлений гос. поддержки в зависимости от эффективности. 3. Обеспечение равного доступа всех субъектов рынка к инструментам гос.поддержки.

Ситуация	Предложения по устранению проблем препятствующих развитию МСП
Государственное регулирование деятельности, в том числе ценовое	1.Отмена или упрощение требований при лицензировании (аккредитации, согласований). 2.Отмена квалификационных требований или их упрощение. 3.Отмена поставок на внутренний рынок (графики реализации, схем и т.д.). 4.Внедрение рыночного ценообразования и исключение ценового регулирования. 5.Прочие меры по снижению государственного регулирования и воздействия

Их предоставленной таблицы следует, что поддержка развития малого и среднего предпринимательства, возможна только за счет прямого участия государства.

2) Федеральный уровень.

Корпорация МСП – федеральный институт поддержки малого и среднего предпринимательства через «Сервис 360°» помогает малому и среднему бизнеса участвовать в закупках, получать льготные кредиты, пользоваться различными механизмами государственной поддержки.

Цифровые сервисы по поддержке малого и среднего бизнеса, такие как «Финансовая культура» [13], с дружелюбным интерфейсом, представляющие обучающие и информационные материалы по финансовой грамотности, информационные материалы по мерам государственной поддержки предпринимателей.

Портал по поддержке малого и среднего бизнеса «Мой бизнес» Минэкономразвития РФ предоставляет востребованные онлайн-сервисы для бизнеса. Цифровая платформа «МСП. РФ», на которой представлены бесплатный сервис «Конструктор документов», информационные материалы о мерах государственной поддержки МСП. При создании предпринимателями цифрового профиля на портале «Госуслуги» сервис цифровой платформы помогает подобрать федеральные и региональные программы поддержки и широкий спектр услуг, учитывая специфику деятельности компании [14].

3) Региональный уровень.

По данным доклада Министра РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики А.О. Чекунова в Государственной думе РФ на тему «Меры по социально-экономическому развитию Дальнего Востока» от 21.12.2022 г., корпорацией развития Дальнего Востока и Арктики, в ДФО будет реализован следующий комплекс мер:

- обеспечение консолидированного объема финансовой поддержки, оказанной субъектам малого и среднего предпринимательства в рамках национальной гарантийной системы, в объеме не менее 420 млрд рублей до 2024 года;

- предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, на создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации;

- осуществление доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к цифровым суперсервисам «Открытие бизнеса» и «Разрешения для бизнеса в цифровом виде» (получение разрешений на ведение бизнеса в отдельных отраслях) и иным сервисам, необходимым для упрощения ведения бизнеса и снижения административного давления;

- законодательное закрепление права органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления устанавливать преимущество в отношении цены государственного (муниципального) контракта, предлагаемой на торгах субъектами малого и среднего предпринимательства, зарегистрированными в районах Крайнего Севера или приравненных к ним местностях;

- введение налоговых каникул для самозанятых и индивидуальных предпринимателей (за исключением тарифов страховых взносов во внебюджетные фонды);

- разработка и внедрение комплекса дополнительных мер государственной поддержки, в том числе льготного финансирования и лизинга специализированного оборудования;

- введение моратория на проверки субъектов малого и среднего предпринимательства в первые 3 года ведения бизнеса. [7]

Таким образом, малое и среднее предпринимательство несет в себе огромный потенциал экономического роста, и уровень его развития напрямую влияет на развитие национальной экономики. В условиях новых внешних вызовов, необходимо постоянно развивать меры поддержки сферы

малого и среднего бизнеса, опираясь на обратную связь от предпринимателей, оценивающих эффективность таких механизмов.

1. Шевцова В. В. Развитие малого предпринимательства в России // Актуальные исследования. 2022. №5 (84). С. 83-87. – URL: <https://apni.ru/article/3675-razvitie-malogo-predprinimatelstva-v-rossii>
2. Закон Приморского края от 28.11.2003 N 82-КЗ (ред. от 29.11.2013) “О налоге на имущество организаций” (принят Законодательным Собранием Приморского края 27.11.2003). – URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/04/5014>
3. Письмо ФНС России от 31.10.2013 N БС-4-11/19535 “О налоге на имущество организаций”. – URL: <https://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-24092020-n-2464-r/natsionalnaia-programma-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiia-dalnego-ii/1/razvitie-malogo-i-srednego-predprinimatelstva/>
4. Исаев М.Д. Проблемы экономического развития Дальнего Востока. –Текст: непосредственный // Молодой ученый. –2017. –№ 2 (136). –С. 436-439. – URL: <https://moluch.ru/archive/136/38114/>
5. Национальный проект – Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы // Сроки реализации: 2018-2024гг.
6. Национальное рейтинговое агентство: аналитический обзор. – URL: <file:///I:/НАУЧНАЯ%20СТАТЬЯ/msp.pdf>
7. Региональная политика инновационного развития малого предпринимательства в условиях глобализации экономических процессов. – URL: <file:///I:/НАУЧНАЯ%20СТАТЬЯ/regionalnaya-politika-innovatsionnogo-razvitiya-malogo-predprinimatelstva-v-usloviyah-globalizatsii.pdf>
8. Виленский А.В. Российское малое и среднее предпринимательство в начале коронавирусного кризиса: федеральный и региональный аспекты // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2020. – № 4. – с. 46-57. – doi: 10.24411/2073-6487-2020-10041.
9. Морозко Н.И., Морозко, Н.И., Диденко В.Ю. Финансовые и нефинансовые меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на 2021 год и среднесрочную перспективу // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – № 1. – с. 31-40. – doi: 10.26794/1999-849X-2021-14-1-31-40.
10. Теребова С.В., Устинова К.А. Малый и средний бизнес в новых экономических условиях // Север и рынок: формирование экономического порядка. – 2022. – № 2(76). – с. 107-123. – doi: 10.37614/2220-802X.2.2022.76.009.
11. Хончев М.А. Институциональные условия развития малого бизнеса в условиях санкций // Финансовые рынки и банки. – 2022. – № 6. – с. 42-48.
12. Джапаридзе И.Р., Мидлер Е.А. Малое предпринимательство РФ в условиях кризиса: инструменты поддержки и развития // Ученые записки Международного банковского института. – 2022. – № 3(41). – С. 17-29.
13. Финансовая культура. – URL: <https://fincult.info/article/ya-nachinayushchiy-biznesmen-kak-gosudarstvomozhet-menya-podderzhat/>
14. Цифровая платформа малого и среднего предпринимательства РФ. – URL: <https://xn--11agf.xn--p1ai/analytics/>
15. Доклад Министра РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики А.О.Чекункова в Государственной думе РФ на тему «Меры по социально-экономическому развитию Дальнего Востока». – URL: <https://erdc.ru/news/doklad-ministra-rf-po-razvitiyu-dalnego-vostoka-i-arktiki-a-o-chekunkova-v-gosudarstvennoy-dume-rf-n/>

Секция. УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

УДК 338.1

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ООО «АКВАТЕХНОСЕРВИС» г. ВЛАДИВОСТОК

К.А. Курдогло
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Целью исследования внешней среды является изучение влияния факторов среды на аспекты деятельности предприятия. Анализ внешней среды предполагает изучение двух составляющих: микро- и макросреды, исследуемых в статье. Внешний стратегический анализ поможет оценить тенденции развития рынка и рыночного сегмента, в котором работает компания, влияние изменений среды на стратегию компании.

***Ключевые слова:** стратегический анализ, микросреда, макросреда, конкурентоспособность, стратегические цели, PEST-анализ, анализ М. Портера, SNW-анализ.*

STRATEGIC ANALYSIS OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE LLC «AQUATECHNOSERVICE»

The purpose of the strategic analysis of the external environment is to study the influence of environmental factors on aspects of the company's activities. The analysis of the external environment involves the study of two components: micro- and macro- environments, investigated in the article. External strategic analysis will help to assess the trends in the development of the market and the market segment in which the company operates, the impact of environmental changes on the company's strategy.

***Keywords:** strategic analysis, microenvironment, macroenvironment, competitiveness, strategic goals, PEST analysis, M. Porter analysis, SNW analysis.*

Стратегический анализ среды приобретает большое значение для перспективной финансовой и хозяйственной деятельности предприятия, так как оказывает непосредственное влияние на его деятельность, а также может являться основой формирования преимущества среди конкурентов. Для результативного развития компании нужно углубленно изучить макросреду и микросреду [1].

Целью исследования является изучение влияния факторов среды на аспекты деятельности предприятия. Также решается ряд взаимосвязанных задач: определение сферы деятельности предприятия и формирование стратегических направлений; формирование стратегии для достижения намеченных целей и результатов деятельности производства; реализация и оценка стратегического плана.

В процессе анализа можно увидеть, как влияет изменение внешней среды на стратегию компании, какие факторы угрожают существующей стратегии и способствуют достижению стратегических целей компании [2].

Если микросреда оказывает непосредственное воздействие на деятельность предприятия, то макросреда определяет, в каких условиях оно существует. Макросреда включает в себя социальные, политические, экономические и технологические факторы, в то время как микросреда включает в себя потребителей, поставщиков, конкурентов, посредников и контактные аудитории [3].

Для определения ключевых факторов макросреды ООО «АкваТехноСервис», необходимо рассмотреть PEST-анализ, представленный в табл. 1.

В результате выполненного анализа можно сказать о том, что для снижения негативных последствий для бизнеса, больше всего внимания придется уделить политическим и экономическим факторам. Их влияния трудно, а зачастую невозможно избежать, но, если быть в курсе угроз, которые подстерегают компанию, и правильно использовать возможности, которые предоставляются, можно минимизировать негативные последствия этих факторов.

Данные, полученные в ходе PEST – анализа, можно включать в стратегию развития организации. Если какое-то из предполагаемых событий произойдет, у компании будет план действий. Это позволит избежать финансовых потерь, или, напротив, получить дополнительную прибыль.

Таблица 1

PEST-анализ ООО «АкваТехноСервис» в баллах

Факторы	Влияние	Экспертная оценка					Средняя	Общая
		1	2	3	4	5		
Политические								
Сложные отношения с зарубежными странами	4	2	2	0	2	1	1,4	5,4
Государственная программа по поддержке малого и среднего бизнеса	3	2	2	1	2	2	1,8	4,8
Экономические								
Снижение курса рубля	4	1	1	0	0	2	0,8	4,8
Экономический кризис РФ	5	1	2	0	1	1	1	6
Социально-культурные								
Тенденции образа жизни	2	1	2	1	2	1	1,4	3,4
Изменение модели поведения населения	1	1	2	1	1	1	1,2	2,2
Технологии								
Степень влияния IT-технологий на сферу предприятия	3	2	2	1	2	2	1,8	4,8

Также необходимо рассмотреть матрицу, представленную ниже. Располагаем пункты по убыванию. Чем выше получилась значимость, тем более важную роль играет параметр, а значит, нужно обратить на него большее внимание.

Таблица 2

PEST-матрица ООО «АкваТехноСервис»

Фактор	Приоритет	Действия
Экономический кризис в РФ	6	Активация превентивной дипломатии; поддержка государства в виде открытия программ по трудоустройству населения и совершенствования бизнеса с целью поднятия ВВП
Сложные отношения с зарубежными странами	5,4	Открытие филиала в другом государстве для налаживания контакта
Государственные программы по поддержке малого и среднего бизнеса	4,8	Использование всех налоговых льгот, участие в госпрограммах для доп. поддержки
Снижение курса рубля	4,8	Помощь государству посредством налоговых отчислений и вклада в развитие государства
Тенденция образа жизни	3,4	Поддерживать тенденцию здорового образа жизни
Степень влияния IT – технологий на сферу предприятия	4,8	Использование новейших IT технологий для развития бизнеса и упрощения работ и затрат на них
Иностранные компании с новыми технологиями	4	Не отставать от иностранных конкурентов в тех. развитии
Изменение модели поведения населения	2,2	Подстраиваться под изменение модели поведения населения для удовлетворения потребностей

После проведенного анализа можно сделать вывод, что из внешних факторов самым опасным и крупным является политический. Его трудно предотвратить, будучи предпринимателем. Однако следует стараться держать ситуацию под контролем и быть в курсе изменений. Далее проведем SNW-анализ, который поможет проанализировать среду организации и повысить ее конкурентоспособность.

Таблица 3

SNW-анализ ООО «АкваТехноСервис» в баллах

Описание фактора	Качественная оценка		
	S-сильная сторона	N-нейтральная сторона	W-слабая сторона
Стратегия организации		X	
Организационная структура	X		
Экономическое положение и состояние		X	
Информационные технологии		X	
Конкурентоспособность продукции	X		
Система сбыта	X		
Степень руководства и менеджмента		X	
Уровень маркетинга		X	
Применение IT – технологий			X

Слабой стороной компании выступает применение IT-технологий. Предприятию следует внедрить новые технологии и тем самым упростить работу сотрудников и сделать большой вклад в развитие организации. Далее, рассмотрим таблицу, под названием «пять сил Портера» – классический метод анализа, который помогает оценить перспективы бизнеса на несколько лет вперед. Это, по сути, способность потребителей влиять на компанию, а также реакция чувствительности потребителя на изменение цены. Консультанты по выработке стратегии иногда используют структуру анализа «пяти сил Портера» при качественной оценке стратегической позиции компании в отрасли.

Таблица 4

Оценка конкуренции «5 сил Портера» в баллах

Сила / Оценка	Выраженность риска	Степень влияния	Возможность решения	Итоговый рейтинг
Давление поставщиков	2	7	9	0
Давление покупателей	5	7	9	3
Давление действующих конкурентов	3	5	9	-1
Угроза появления новых конкурентов	4	6	8	2
Давление товаров-заменителей	4	2	8	-2
Итоговый балл	2			
Результат	До 4 баллов – низкий уровень внутриотраслевой конкуренции, что является хорошим показателем			

По данным таблицы, представленной выше, можно сделать вывод, что компания поддерживает свое положение среди конкурентов в отрасли и все силы не несут большие угрозы для компании.

В результате выполненного анализа можно сделать следующие выводы. Компании следует держать под контролем изменения, которые влекут за собой внешние неконтролируемые факторы, чтобы избежать финансовых потерь, или, напротив, получить прибыль. В этом случае, организация

ООО «АкваТехноСервис» с уверенностью будет занимать конкурентоспособное положение. Проведенный стратегический анализ, изучение факторов, воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, открыть филиал или новую фирму, увеличить ассортимент услуг и участвовать в государственных тендерах. Большой опыт работы и отработка технологий даст ООО «АкваТехноСервис» сохранить большую часть целевой клиентуры, несмотря на нестабильное экономическое положение рынка. Предприятие планирует привлечь собственные денежные средства на выполнение долгосрочного проекта – открытие филиала по добыче или переработке морепродуктов в городе Находка.

-
1. Ковальчук С.В. Анализ и маркетинг: учебник для студентов вузов. – Москва: Изд-во А-Приор, 2021. – 192 с.
 2. Мурашкин Н.В. Стратегический анализ. – Москва: Изд-во ИНФРА-М, 2020. – 366 с.
 3. Шилков В.И. Стратегический анализ: учебное пособие. – Москва: Изд-во ИНФРА-М, 2019. – 320 с.

УДК 338.24

МЕХАНИЗМ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ ТЕПЛОСНАБЖАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. Рукша
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В теплоснабжающей сфере имеется проблема адаптации финансового и управленческого учета к особенностям деятельности хозяйствующих субъектов теплоснабжающей сферы, необходимость совершенствования механизмов организации эффективного функционирования финансового и управленческого учета, а именно: учета, обобщения и распределения совокупных затрат предприятия, так как отличительной особенностью предприятий рассматриваемого сектора экономики является государственное регулирование их деятельности, в том числе утверждение органом регулирования тарифов на оказываемые услуги. В статье рассматривается механизм оптимизации затрат теплоснабжающего предприятия.

Ключевые слова: *затраты, оптимизация, теплоснабжающие предприятия, механизм, распределение.*

THE COST OPTIMIZATION MECHANISM OF A HEAT SUPPLY ENTERPRISE

In the heat supply sector, there is a problem of adapting financial and management accounting to the specifics of the activities of economic entities in the heat supply sector, the need to improve the mechanisms for organizing the effective functioning of financial and management accounting. Namely: accounting, generalization and distribution of the total costs of an enterprise, since a distinctive feature of enterprises in the sector of the economy under consideration is state regulation of their activities, including the approval by the regulatory body of tariffs for the services provided. The article discusses the cost optimization mechanism of a heat supply enterprise.

Keywords: *costs, optimization, heat supply companies, mechanism, distribution.*

В современных условиях развития экономики оптимизация затрат является наиболее действенным способом повышения прибыли, поскольку наибольшее влияние на финансовый результат оказывают именно затраты. Они подвержены последствиям решений администрации в отличие от доходов, которые зависят, в большей степени, от позиционирования предприятия на рынке и действий конкурентов. Такие взаимосвязи характерны для коммерческих компаний. Что касается теплоснабжающих организаций, то способы управления затратами, кроме этого, подвержены влиянию особенностей формирования тарифов и организационно-технологическая специфика. Актуальность темы подтверждается значением затрат в системе управления теплоснабжающим предпри-

ятием и необходимостью их оптимизации для рационального использования ресурсов, формирования экономически обоснованного тарифа.

Для эффективного осуществления деятельности бизнес-процессов необходимо четко представить существующее положение дел, для этого экономической службе необходимо провести анализ текущего состояния предприятия, управленческий анализ, анализ динамики развития. Требуется оценка того, насколько экономически эффективна существующая система, какую часть в ней составляют излишние затраты. Несоответствие методов планирования, медлительность при подготовке и отсутствие необходимой аналитической информации – признаки того, что в дальнейшем отчетность не будет отвечать требованиям планирования и контроля затрат, что не даст возможности решать поставленные задачи. Исследуемые проблемы рассматривались в трудах таких ученых, как: Ахметова И.Г. [1], Василенко М.Е., Коньшина А.С. [2], Голова Е.Е., Гончаренко Л.Н. [3], Закаимова Т.В. [4], Конвисарова Е.В., Левченко Т.А., Рымар А.В. [5], Клычова Г.С., Хайруллин Р.Р. [6], Кольке Г.И. [7] и других. Задачами исследования явились: рассмотрение особенностей формирования затрат в теплоснабжающих предприятиях, требования к системе управления затратами и задачи её построения. В данной статье были применены общезкономические методы исследования.

Достижение планируемого результата текущей деятельности предприятия должно идти за счет принятия определенных управленческих решений и их успешной реализации, а так же эффективное их использование, что в свою очередь предопределяет цель – управление затратами.

Управление затратами должно быть сформировано и структурировано в систему и на современном уровне должны выполнять следующие требования:

- иметь четкое структурирование к определению и детализации всех имеющихся показателей затрат;

- соответствовать организованной системе при соблюдении иерархически бухгалтерской управленческой отчетности, ориентированной на каждого конкретного пользователя;

- обеспечивать обязательное выполнение процессов планирования, связанных с ним процессов управленческого учета, контроля и анализа имеющихся затрат на основе их постоянной систематизации;

- соответствовать адекватной информативной системе, которая быстро, оперативно и качественно получить информацию для целей управления затратами;

- регламентировать и стандартизировать процессы управления затратами.

- мотивировать и ориентировать персонал предприятия на качественные результаты управления затратами;

- обеспечивать функционально между специалистами распределение ответственности за результаты управления затратами;

В данной ситуации возникает признание проблем в части управление затратами, а именно:

- планирования затрат должно быть обеспечено их достоверностью и актуальностью затрат;

- получение информации о фактических затратах и оперативность реакции управляющих должно быть своевременным;

- показатели затрат и их выбор, необходимых для управления затратами должен осуществляться в аналитическом разрезе;

- системы бюджетирования и управленческого учета должна быть взаимосвязи. В управлении теплоснабжающим предприятием необходим комплексный подход и взаимодействие на каждом этапе управления. Цели каждого подразделения должны совпадать с основной целью деятельности всей организации.

Своя подцель должна ставится каждому подразделению которая создает достижение общего запланированного результата на конкретном участке выполняемой работы. Цели подразделений могут противоречить и друг другу и в соответствии с этим и общей цели.

Что касается особенностей теплоснабжающих организаций, при их естественной монополии, предприятие признано и является единой системой, отсутствует конкуренция. Как результат – эффективность системы управления предприятием притормаживается, так как управленческие решения принимаются лишь в необходимых случаях, исключаются рискованные бизнес-процессы.

В процессе координации бизнес-процессов лежит успешная разработка показателей деятельности, фискальный контроль за их динамикой, аналитический подход, сравнение результатов, осуществление корпоративной политики.

На каждый процесс назначается менеджер, ответственный за его развитие. Определяется система стимулов, соответственно разрабатывается как по промежуточному для него, так и по конечному результату.

Результат полученный в виде продукта должен явится для внутренних бизнес-процессов результатом деятельности отдельно взятого подразделения, также принятый другим подразделением. Через совместную формулировку задачи, промежуточную и окончательную приемку, появляются горизонтальные связи, которые, в свою очередь направлены на повышение эффективности и своевременности принятия решений.

На наш взгляд, основными бизнес-процессами теплоснабжающего предприятия являются (рис. 1):

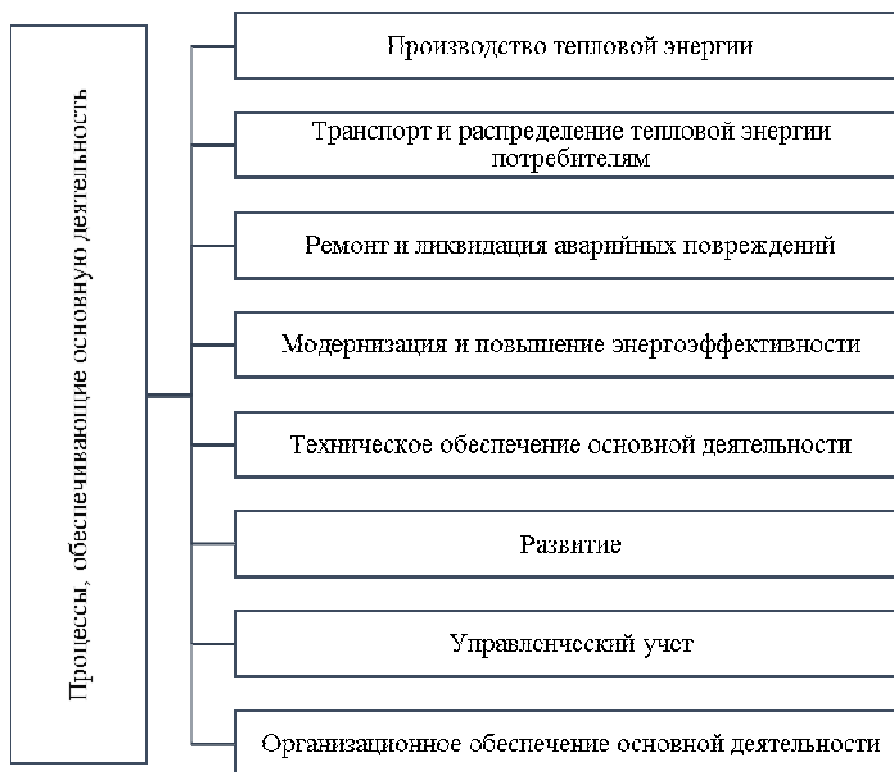


Рис. 1. Основные бизнес-процессы теплоснабжающего предприятия

Для эффективного построения бизнес-процесса необходимо четко представить существующее положение дел, для этого экономической службе необходимо провести анализ текущего состояния предприятия, управленческий анализ, анализ динамики развития. Требуется оценка того, насколько экономически эффективна существующая система, какую часть в ней составляют излишние затраты. Для этого формируются годовые планы функционирования предприятия.

Просчитываются необходимые годовые затраты. Таким образом остальные затраты предприятия относятся к излишним, либо к планируемым. Проводится сопоставление предыдущими периодами, а также по результатам выявляются отклонения с существующей системой – факто. Формируется перечень действий, которые могут привести к изменению этой системы, а и возможно к ее совершенствованию.

Стратегические задачи и направления развития по данной проблеме должны лежать в основе стратегии и построении системы управления затратами и применены к текущим планам предприятия. С этой целью планируются долгосрочные программы стратегии развития, в которых замыслы имеют конечный результат и с этой целью конкретизируются в процедуры с указанием сроков их выполнения, и определению денежной оценки затрат и возможных источников их финансирования. Планирование затрат в долгосрочные программы должны структурироваться в планы затрат и капиталовложений, что в свою очередь даст возможным обеспечить финансирование направлений по стратегическому развитию предприятия и обязательный переход к рациональному расходу средств находящихся у предприятия.

Два метода планирования затрат известен в теории: планирование «от достигнутого», при данном применяемом методе в качестве базы используются затраты прошлых периодов для сравнения, и планирование «от производства», при данном методе используются производственно-ресурсные потребности в качестве источника. Планирование от достигнутых потребностей – метод, не требующий больших трудозатрат, однако в этом случае невозможно понять, что стоит за установленными показателями. Метод планирования затрат «от производства», при котором за каждым пока-

зателем затрат стоят объем производства, натуральный объем ресурсов и перечень планируемых к выполнению мероприятий на наш взгляд является более совершенным.

В данной ситуации необходимы не только расчет показателей и анализ затрат на плановый месяц, но и прогноз их на последующий период. Это обстоятельство требует соблюдения принципа «скольжения» в планировании затрат, что означает обеспечение возможности определения планового количества не только на плановый, но и на последующие месяцы. Предложенный в качестве инструмента планирования единый сквозной план-факт дает такую возможность, так как разрабатывается как основание для начисления тарифа, и строится на всей продолжительности производственного цикла. На основании динамики показателей, возможно выявить существенные отклонения.

В результате такого подхода решается одна из проблем системы планирования затрат – повышение прозрачности планов затрат путем обеспечения взаимосвязи между производственно-ресурсными потребностями и планами затрат. Реализация выше приведенной системы планирования стала возможной благодаря внедрению автоматизированной системы управления. Получая такую возможность руководство предприятия при утверждении планов анализировать, прежде всего на какие нужды подразделения запрашивают средства, какие причины изменения потребности в эти средствах, как исполняются запланированные показатели, и в результате принимать более обоснованные решения о распределении средств.

1. Ахметова И.Г. Система комплексной оценки и повышения эффективности централизованного тепло-снабжения ЖКХ и промышленных предприятий: дис. ... д-ра техн. наук: 05.14.04 / Ахметова Ирина Гареевна; [Место защиты: ФГБОУ ВО Казанский государственный энергетический университет], 2017.–374 с.

2. Василенко М.Е., Коньшина А.С. Организационные принципы построения системы внутреннего контроля // Экономика и предпринимательство – 2017. – № 12 (ч.1). – С. 562–565.

3. Голова Е.Е., Гончаренко Л.Н. Совершенствование механизма формирования и распределения затрат на предприятии молочной промышленности // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 8. – С. 37-41. – URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42235>

4. Закатимова Т.В. Совершенствование управленческого учета и пути снижения затрат на производство продукции // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015010643>

5. Конвисарова Е.В., Левченко Т.А., Рымар А.В. Обоснование методического подхода к разработке модели контроллинга как элемента системы управления организацией // Тренды и управление. – 2018. – № 4. – С. 75-87.

6. Клычова Г.С., Хайруллин Р.Р. Организационно-экономическая сущность затрат, расходов и издержек предприятия // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2016. – №. 13 (397). – С. 31–36.

7. Кольке Г.И., Метелева Л.В. Влияние механизма обобщения распределения совокупных затрат на формирование цены на продукцию // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2016. – №. 3 (25). – С. 195–200.

Научное издание

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано в печать 29.08.2023. Формат 60×84/8

Усл.-печ. л. 36,96.

Тираж 500 экз. (I–50). Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в ресурсном информационно-методическом центре ВВГУ
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41